

Pengelolaan Media Sosial Instagram @informasiseputarsemarang Sebagai Homeless Media Dalam Upaya Menjadi Sumber Informasi Bagi Warga

Eka Berliana Maharani

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya

eka.22145@mhs.unesa.ac.id

Gilang Gusti Aji

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya

gilangaji@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan fenomena *homeless media* yakni media alternatif yang beroperasi sepenuhnya melalui platform media sosial tanpa infrastruktur redaksi. Di tengah keterbatasan media arus utama dalam jangkauan informasi hiperlokal yang dibutuhkan masyarakat urban sehari-hari, *homeless media* hadir mengisi celah tersebut dengan mengandalkan partisipasi aktif komunitas sebagai tulang punggung operasionalnya. Akun Instagram @informasiseputarsemarang merupakan salah satu representasi *homeless media* yang menarik untuk dikaji karena kemampuannya bertahan dan berkembang meski dikelola secara independen tanpa dukungan institusi formal dengan tipologi konten sesuai kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengelolaan media sosial akun @informasiseputarsemarang sebagai *homeless media* ditinjau melalui teori 4C Chris Heuer mencakup elemen *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection*, menggunakan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan lima informan yang dipilih secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan teknik triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan temuan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @informasiseputarsemarang menerapkan pengelolaan media sosial melalui elemen 4C secara konsisten dalam operasional akunnya. Elemen *context* diwujudkan melalui pengemasan konten berbasis kebutuhan masyarakat dengan bahasa inklusif dan kecepatan penyebaran informasinya. Elemen *communication* dijalankan melalui praktik *listening*, *responding*, dan *growing* yang aktif dan responsif. Elemen *collaboration* terwujud melalui tiga lapisan kolaborasi yakni institusi, sesama *homeless media*, dan warga sebagai kontributor organik. Elemen *Connection* dibangun melalui keterhubungan yang berkelanjutan antara pengelola dan komunitas. Penerapan keempat elemen ini menjadikan akun @informasiseputarsemarang sebagai media alternatif hiperlokal yang efektif dan berdampak nyata bagi masyarakat Kota Semarang.

Kata kunci: *Homeless media*, Pengelolaan Media Sosial, Teori 4C Chris Heuer, Instagram, Media Alternatif

Abstract

The evolution of digital technology has given rise to the "homeless media" phenomenon alternative media outlets that operate entirely via social media platforms, devoid of traditional editorial infrastructure. As mainstream media often struggles to provide the hyper-local information essential to the daily lives of urban residents, homeless media fills this gap by relying on active community participation as its operational backbone. The Instagram account @informasiseputarsemarang serves as a compelling case study of homeless media; it has managed to survive and thrive despite being independently managed without formal institutional support by curating content that aligns with the community's needs. This study examines the social media management of @informasiseputarsemarang through the lens of Chris Heuer's 4C theory encompassing Context, Communication, Collaboration, and Connection using a case study methodology. Data were gathered through in-depth interviews with five informants selected via purposive sampling and analyzed using source triangulation

to ensure validity. The findings reveal that @informasiseputarsemarang consistently integrates the 4C elements into its operations. The "Context" element is realized through content tailored to community needs, utilizing inclusive language and ensuring rapid information dissemination. "Communication" is enacted through active and responsive practices of listening, responding, and growing. "Collaboration" manifests across three layers: partnerships with institutions, alliances with other homeless media outlets, and engagement with citizens acting as organic contributors. "Connection" is fostered through sustained interaction between the account managers and the community. The application of these four elements establishes @informasiseputarsemarang as an effective hyper-local alternative media outlet that delivers tangible impact to the people of Semarang.

Keywords: *Homeless media*, Social Media Management, Chris Heuer's 4C Theory, Instagram, Alternative Media

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah secara signifikan cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi, di mana Instagram menjadi salah satu platform yang paling berpengaruh dalam pergeseran ini. Instagram yang pada awalnya dikenal sebagai aplikasi hiburan untuk berbagi foto dan video kini bertransformasi menjadi sumber informasi dan berita yang penting bagi publik, khususnya di kalangan generasi Z, karena karakteristiknya yang visual, mudah diakses, dan mampu menyampaikan informasi secara real-time. Fenomena ini menunjukkan bahwa Instagram tidak lagi terbatas pada fungsi awalnya, melainkan telah menjadi kanal aktif dalam penyebaran berita terkini yang mencakup berbagai topik mulai dari politik, lingkungan, hingga hiburan, sekaligus memperlihatkan peran yang semakin penting dalam menyediakan akses informasi yang cepat dan relevan bagi penggunaanya (Ibnu et al., 2024). Transformasi fungsi Instagram sebagai media informasi ini berjalan beriringan dengan perubahan pola perilaku dan peran khalayak dalam mengonsumsi maupun memproduksi informasi. Masyarakat yang sebelumnya hanya

berposisi sebagai konsumen pasif kini turut memiliki peluang untuk berperan sebagai produsen berita, sehingga batas antara pembaca dan penulis informasi menjadi semakin kabur. Publik tidak lagi sekadar menunggu informasi dari sumber-sumber formal, tetapi secara aktif berpartisipasi dalam membagikan dan menyebarkan informasi yang dianggap penting bagi lingkungan sekitarnya, termasuk laporan mengenai bencana alam, kejadian darurat, maupun berbagai informasi publik lainnya secara cepat (Mardani et al., 2022).

Pergeseran perilaku tersebut sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang bersifat proximity, yaitu informasi yang dekat, mudah diakses, dan relevan dengan kondisi lingkungan sekitar mereka. Di sisi lain, media arus utama di Indonesia memiliki keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan tersebut karena struktur redaksional dan agenda pemberitaannya lebih banyak berorientasi pada isu-isu berskala nasional atau umum, sehingga perhatian terhadap dinamika berita lokal menjadi relatif terbatas. Kondisi ini kemudian melahirkan fenomena yang dikenal sebagai *news desert* atau gurun berita, yaitu suatu keadaan di mana terdapat wilayah-wilayah tertentu yang tidak mendapatkan liputan memadai dari media akibat keterbatasan jangkauan dan prioritas redaksional, sehingga isu-isu lokal yang

spesifik seringkali luput dari pemberitaan intensif dan membuka ruang bagi kemunculan media alternatif untuk mengisi kekosongan tersebut (Astuti, 2022). Kesenjangan antara kebutuhan masyarakat akan informasi lokal dengan keterbatasan media arus utama dalam memenuhinya inilah yang kemudian mendorong munculnya fenomena *homeless media* atau media tanpa rumah. *Homeless media* merupakan praktik distribusi informasi melalui platform media sosial yang dilakukan oleh individu non-profesional di bidang jurnalistik, berfungsi sebagai media alternatif yang berada di luar struktur media arus utama, dan pada umumnya tidak memiliki situs web resmi maupun kantor redaksi formal. Dalam praktiknya, akun-akun semacam ini kerap kali berawal dari ketertarikan pribadi atau minat terhadap isu komunitas tertentu, yang kemudian berkembang menjadi sumber berita lokal seiring meningkatnya keterlibatan pengguna serta kebutuhan masyarakat akan informasi yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari warga (Apriliyanti et al., 2024)

Dalam konteks penelitian ini, akun @informasiseputaresemarang menjadi representasi yang relevan dari fenomena *homeless media* yang berkembang pesat di wilayah Kota

Semarang. Akun yang telah berdiri sejak tahun 2015 ini lahir dari keresahan warga terhadap sulitnya akses informasi cepat sekaligus berfungsi sebagai wadah penyampaian kritik dan saran kepada pemerintah kota maupun provinsi. Akun ini telah memperoleh tanda verifikasi resmi dari Instagram dan memiliki jumlah pengikut yang cukup besar, yang mengindikasikan tingkat kepercayaan dan legitimasi publik yang tinggi terhadapnya sebagai sumber informasi warga. Meskipun dikelola secara independen oleh satu orang tanpa kantor redaksi maupun situs web resmi, akun ini mampu mempertahankan konsistensi operasionalnya dalam menyajikan konten hiperlokal seperti kemacetan lalu lintas, banjir, kecelakaan, kondisi cuaca, hingga informasi layanan publik, sekaligus berperan sebagai penyalur aspirasi masyarakat kepada pemerintah.

Pola pengelolaan yang independen tersebut di satu sisi memberikan fleksibilitas dan kecepatan respons terhadap isu-isu yang berkembang, namun di sisi lain turut menimbulkan tantangan tersendiri, khususnya terkait konsistensi konten, verifikasi informasi, dan strategi keberlanjutan akun dalam jangka panjang. Sebagai pembanding, penelitian terdahulu terhadap akun @infobekasi menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang sistematis dan terstruktur mencakup pengemasan pesan yang mudah dipahami, penyajian visual yang menarik, kolaborasi

dengan pihak eksternal, serta keterbukaan terhadap kritik dan saran Masyarakat dapat dianalisis secara komprehensif melalui model teori 4C (Context, Communication, Collaboration, Connection) yang dikembangkan oleh Chris Heuer.

Berangkat dari kerangka tersebut, penelitian ini berupaya memahami secara lebih mendalam bagaimana akun @informasiseputarsemarang sebagai homeless media yang bersifat independen melakukan perencanaan konten, membangun komunikasi dengan audiensnya, serta mempertahankan relevansi di tengah dinamika media digital yang kompetitif, mengingat urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami pola pengelolaan yang tepat guna menjaga keberlanjutan (sustainability) media lokal independen di tengah perubahan lanskap komunikasi digital yang terus berkembang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (case study) karena bertujuan menganalisis secara mendalam bagaimana pengelolaan homeless media dijalankan pada akun Instagram @informasiseputarsemarang dalam menyajikan informasi bagi warga. Metode ini dipilih karena objek

penelitian memiliki karakteristik yang spesifik dan kontekstual, sehingga memungkinkan peneliti memaparkan fenomena secara aktual sesuai kondisi di lapangan tanpa memanipulasi variabel. Fokus penelitian bukan untuk menguji hubungan sebab-akibat atau mengukur besaran pengaruh, melainkan untuk menjelaskan proses, praktik, serta dinamika pengelolaan media berdasarkan pengalaman dan perspektif pengelola akun secara apa adanya. Secara paradigmatik, penelitian ini berpijak pada paradigma konstruktivisme (interpretive/constructivist paradigm), yang memandang realitas sosial dan pengalaman individu dibentuk secara bersama melalui proses pemaknaan, interpretasi, dan konstruksi makna antara pengelola akun, interaksi dengan pengikut, serta kebutuhan informasi masyarakat melalui interaksi digital. Subjek penelitian dipilih secara purposive sampling berdasarkan kualitas dan relevansi informasi yang dapat diberikan, meliputi pengelola akun @informasiseputarsemarang sebagai sumber data utama, mitra kolaborasi terkait mekanisme kerja sama, serta followers/audiens terkait proses penerimaan informasi. Adapun objek penelitian berfokus pada penerapan strategi pengelolaan melalui perspektif teori 4C Chris Heuer (2010) yang meliputi Context, Communication, Collaboration, dan Connection, serta unggahan Instagram akun sebagai

representasi hasil dari strategi tersebut. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari–Mei di platform Instagram sebagai lokasi utama, dengan wawancara pengelola akun dilakukan secara daring maupun luring sesuai kesediaan informan yang disepakati.

Pengumpulan data dilakukan secara triangulatif melalui observasi non-partisipan terhadap pola unggahan, jenis konten, dan bentuk interaksi akun; wawancara mendalam semi-terstruktur dengan pengelola akun untuk menggali proses penentuan konten, pola komunikasi, mekanisme kolaborasi, dan upaya menjaga hubungan jangka panjang berdasarkan keempat dimensi teori 4C; serta dokumentasi berupa tangkapan layar, statistik publik, dan data keterlibatan (likes, komentar, share) sebagai penguat temuan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memastikan konsistensi informasi dari berbagai pihak dan metode. Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles & Huberman (1984) yang terdiri atas reduksi data berdasarkan empat kategori teori 4C, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif mengenai pola hubungan pengelola dengan audiens, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan secara

berkesinambungan untuk menghasilkan gambaran implikasi strategi 4C terhadap keberlanjutan akun media lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun Instagram @informasiseputarsemarang merupakan homeless media yang berfokus pada wilayah Kota Semarang dan didirikan pada Februari 2015 atas dasar keresahan sosial terhadap sulitnya akses informasi lokal yang cepat dan aktual, sekaligus sebagai wadah penyaluran kritik dan aspirasi warga kepada pemerintah daerah. Perkembangan akun berlangsung secara bertahap, mulai dari skala sederhana pada masa awal, meluas jangkauannya ke wilayah sekitar Semarang seperti Demak dan Ungaran pada periode 2017–2021, membentuk kolaborasi eksternal pada 2022, hingga membentuk Grup WhatsApp beranggotakan lebih dari 1.000 orang pada 2024 sebagai ruang interaksi yang lebih personal. Pada Januari 2026, akun ini memperoleh verifikasi resmi (centang biru) dengan total lebih dari 6.000 unggahan dan lebih dari 100 ribu pengikut, serta tercatat lebih dari 26 juta tayangan dalam periode 90 hari dengan mayoritas jangkauan berasal dari luar pengikut. Akun ini juga terbukti efektif sebagai jembatan aspirasi digital, seperti pada kasus laporan banjir di Tembalang Februari 2026 yang mendapat tindak lanjut langsung dari pemerintah kota.

Terdapat 8 tipologi konten utama yang didistribusikan oleh akun @informasiseputarsemarang, yaitu informasi

lalu lintas, bencana alam, kebakaran dan kecelakaan, event dan agenda kota, laporan kehilangan, layanan publik, promosi dan iklan berbayar, lowongan pekerjaan, serta kritik dan aspirasi warga kepada pemerintah. Sebagian besar konten bersumber dari user-generated content atau kontribusi warga, dengan hanya sebagian kecil berasal dari liputan mandiri pengelola (admin-generated content). Distribusi konten memanfaatkan hampir seluruh fitur Instagram secara terencana feed untuk informasi permanen, reels untuk dokumentasi visual, stories untuk informasi real-time, live untuk liputan langsung, DM sebagai kanal pelaporan, kolom komentar untuk interaksi, highlight untuk arsip jangka panjang, serta tag dan mentions untuk kolaborasi dengan alur kerja informasi yang bersumber dari liputan penugasan, liputan pribadi, dan liputan masyarakat, serta melalui proses verifikasi sederhana yang mengutamakan akurasi di atas kecepatan semata.

Hasil Pengelolaan Media Sosial Berdasarkan Teori 4C Chris Heuer

Context

Elemen context pada akun @informasiseputarsemarang diterapkan melalui 2 aspek utama, yaitu pengemasan konten dan ketepatan pesan. Pada aspek pengemasan konten,

pengelola secara konsisten menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dengan gaya komunikasi yang sederhana dan ringkas, serta menerapkan tiga strategi untuk menarik perhatian audiens: penggunaan judul yang menarik, kecepatan penyampaian informasi, dan pemilihan topik yang dekat dengan kebutuhan sehari-hari warga. Pada aspek ketepatan pesan, pengelola melakukan crosscheck informasi melalui berbagai platform media sosial lain serta meminta kelengkapan data dari warga pelapor, dan ketika informasi belum sepenuhnya lengkap, pengelola tetap mempublikasikannya dengan menyertakan elemen tanya yang melibatkan audiens dalam proses konfirmasi, sehingga verifikasi berlangsung secara kolaboratif dengan prinsip mengutamakan aktualitas di atas kecepatan semata.

Communication

Elemen communication pada akun @informasiseputarsemarang tercermin melalui 3 aspek yang saling berkaitan, yaitu listening, responding, dan growing. Listening diwujudkan melalui keterbukaan pengelola dalam menerima laporan dan masukan warga melalui DM maupun Grup WhatsApp; responding tercermin dari konsistensi memperbarui informasi setiap hari serta kecepatan merespons komentar, pesan, dan laporan yang masuk; sedangkan growing terwujud melalui pendekatan proaktif seperti penggunaan caption yang memancing interaksi dan apresiasi terhadap kontribusi

warga. Dari sisi responsivitas, baik mitra kolaborasi maupun followers aktif secara konsisten menilai pengelola sebagai pihak yang terbuka dan cepat tanggap, meski keterbatasan wajar tetap muncul ketika volume laporan yang masuk dalam waktu bersamaan cukup tinggi.

Collaboration

Elemen collaboration pada akun @informasiseputarsemarang terwujud melalui kolaborasi dengan 3 pihak utama, yakni pihak eksternal (institusi keamanan, pemadam kebakaran, komunitas lokal), sesama homeless media, dan warga sebagai kontributor aktif. Ketiga jenis kolaborasi ini memiliki skema yang berbeda: kolaborasi dengan pihak eksternal bersifat formal dan terencana, kolaborasi dengan sesama homeless media berlangsung lebih spontan terutama untuk isu darurat, sementara kolaborasi dengan warga bersifat paling organik dan real-time tanpa proses editorial formal. Tantangan yang dihadapi berupa sikap kompetitif antarmedia dan pergeseran orientasi kolaborasi ke arah kepentingan material, yang diatasi pengelola dengan memperkuat jejaring solid bersama sesama homeless media untuk saling mendukung penyebaran informasi.

Connection

Elemen connection pada akun @informasiseputarsemarang dibangun melalui 3 bentuk pendekatan personal yang berkelanjutan, yaitu siaran langsung dari lokasi kejadian, konsistensi membalas DM, dan pembentukan Grup WhatsApp sebagai ruang interaksi yang lebih intim di luar Instagram. Loyalitas audiens dijaga melalui dua pendekatan utama, yakni kecepatan respons yang langsung menghubungkan laporan warga dengan pihak berwenang terkait, serta inisiatif proaktif membantu penyebaran informasi kehilangan tanpa biaya. Keberlanjutan hubungan ini juga dipengaruhi oleh ekspektasi followers terhadap relasi jangka panjang, di mana apresiasi non-material berupa perhatian dan respons yang konsisten terbukti menjadi faktor pendorong utama bagi followers untuk terus berkontribusi.

Pembahasan

konten yang dipublikasikan oleh akun @informasiseputarsemarang bersifat berbasis kebutuhan masyarakat dan tumbuh secara organik, bukan dari agenda editorial sepihak pengelola. Tipologi konten seperti lalu lintas, bencana alam, kebakaran, lowongan pekerjaan, hingga laporan kehilangan hadir karena warga secara aktif mengirimkan laporan melalui DM maupun WAG, mencerminkan logika bottom-up di mana audiens menjadi penentu arah informasi yang dipublikasikan. Penelitian ini selaras dengan temuan (Riyanto, 2024) dalam studinya

Understanding Homeless Media, yang menunjukkan bahwa akun homeless media menjadi populer karena liputan yang cepat dan locally resonant, dengan konten peristiwa lokal dan human-interest menjadi yang paling diminati audiens perkotaan karena sifatnya yang hiperlokal dan sesuai kebutuhan warga yang tidak terjangkau oleh media arus utama.

akun @informasiseputarsemarang secara konsisten melibatkan warga dalam proses produksi informasi, di mana warga berperan besar pada tahap pengumpulan data mentah di lapangan, sementara pengelola tetap memegang kendali penuh atas verifikasi lanjutan, penyusunan narasi, dan keputusan akhir publikasi. Pelibatan ini bukan bentuk kesetaraan kendali, melainkan pembagian peran fungsional yang saling melengkapi antara pengelola dan warga melalui penerapan elemen communication dan collaboration secara bersamaan. Penelitian ini selaras dengan kajian (Robbani et al., 2025) terhadap akun @infolamongan yang menemukan bahwa masyarakat berperan sebagai pelapor peristiwa, penggagas aksi sosial, dan kreator konten visual yang berkontribusi langsung terhadap pertumbuhan akun dari sisi relevansi sosial hingga interaksi pengguna.

Pada dimensi yang lebih luas, akun ini

juga berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang efektif antara aspirasi warga dan pihak berwenang, tidak hanya dalam situasi darurat tetapi juga sebagai saluran penyampaian kritik dan aspirasi secara berkelanjutan. Hal ini terbukti nyata ketika laporan banjir darurat yang dikirim warga melalui DM berhasil menggerakkan respons cepat dari berbagai pihak berwenang, mulai dari anggota DPRD hingga Wali Kota yang turun langsung meninjau lokasi terdampak

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengelolaan homeless media pada akun @informasiseputarsemarang melalui pendekatan 4C Chris Heuer, dapat disimpulkan bahwa elemen context diterapkan melalui penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dengan mempertimbangkan heterogenitas masyarakat Kota Semarang, pengemasan judul yang menarik, kecepatan penyampaian informasi secara real-time tanpa jadwal posting tertentu, serta pemilihan topik yang hiperlokal dan proximity sesuai kebutuhan sehari-hari warga, didukung proses verifikasi sederhana mulai dari konfirmasi pengirim informasi, crosscheck lintas platform, hingga pelibatan audiens dalam kolom komentar. Sementara itu, elemen communication diwujudkan melalui

praktik listening, responding, dan growing yang berjalan konsisten, di mana pengelola mengakomodasi aspirasi warga sebagai bahan pertimbangan konten, merespons DM dan komentar secara cepat, serta menggunakan caption interaktif dan repost sebagai bentuk apresiasi yang mendorong pertumbuhan ekosistem kontributor secara dua arah dan partisipatif.

Elemen collaboration diterapkan melalui tiga lapisan kerja sama yang berjalan bersamaan, yaitu kolaborasi dengan pihak eksternal seperti instansi keamanan dan pemerintah, kolaborasi dengan sesama homeless media yang meski menghadapi tantangan ego dan orientasi materi tetap terbukti memperluas jangkauan dan meningkatkan engagement, serta kontribusi organik warga sebagai tulang punggung konten harian, dengan skema kolaborasi yang sederhana mulai dari komunikasi melalui DM/WAG hingga tag dan mentions bagi mitra yang telah memiliki jejaring sebelumnya. Adapun elemen connection dibangun melalui pembaruan konten harian secara konsisten, pembentukan WAG komunitas sebagai ruang hubungan yang lebih dekat, serta inisiatif proaktif

pengelola dalam menghubungkan informasi darurat kepada pihak berwenang dan membantu warga yang mengalami kehilangan. Keempat elemen ini secara keseluruhan menegaskan bahwa modal utama homeless media dalam membangun kepercayaan publik, di tengah ketiadaan legalitas formal dan infrastruktur media besar, terletak pada kualitas relasi yang terjalin secara konsisten dengan komunitasnya.

Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan, penelitian ini mengajukan beberapa rekomendasi:

1. Bagi Pengelola Akun @informasiseputar semarang :
Pengelola akun @informasiseputarsemarang disarankan untuk memperkuat apresiasi terhadap kontributor aktif melalui pendekatan yang lebih personal dan jelas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi warga dalam berkontribusi sangat dipengaruhi oleh seberapa dihargai dan diakui keberadaan mereka dalam pengiriman informasi. Program apresiasi yang sederhana namun konsisten seperti lebih sering membalas komentar pertanyaan dari audiens, menyebut nama kontributor pada unggahan, membangun komunikasi yang lebih personal melalui DM maupun saling follow

dengan kontributor loyal dapat menjadi cara efektif dalam mempertahankan loyalitas audiens agar kontribusi komunitas dapat bersifat berkelanjutan.

2. Bagi Penelitian

Selanjutnya: Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang dapat menjadi peluang bagi penelitian selanjutnya agar dikembangkan lebih lanjut. Pertama, penelitian selanjutnya dapat mengkaji aspek keberlanjutan *homeless media* dari perspektif ekonomi, mengingat model bisnis *homeless media* yang bergantung pada iklan berbayar dan kolaborasi komersial memiliki tantangan tersendiri dalam mempertahankan keberlanjutan operasional akun. Kedua, penelitian selanjutnya mengenai dampak *homeless media* terhadap partisipasi politik dan kebijakan publik di tingkat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Apriliyanti, R., Pangestu, R. Y., Saputri, R. M., & Banjarmasin, M. A. A. (2024). FENOMENA JURNALISME WARGA SEBAGAI HOMELESS MEDIA DALAM PRODUKSI BERITA LOKAL.

Kaganga Komunikasi Journal of Communication Science, 6(November), 293–304.

Astuti, I. D. (2022). Online Alternative Media and Their Effort to Overcome News Desert in Indonesia Geliat Media Alternatif Online dalam Mengatasi Gurun Berita di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 382–403.

Ibnu, H. H., Irwansyah, & Iviana, P. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 287–300.

Mardani, P. B., Christanti, M. F., & Handayani, L. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Jurnalisme Warga , Desa Baros. *Ikra-Ith Abdimas*, 5(2), 1–7.

Riyanto, G. (2024). Understanding Homeless Media A Study on Social Media Based Informal Local News in Five Indonesian Cities. *USAID Internews Remotivi*.

Robbani, A., Ismanto, H., & Yanti, S. M. (2025). Peran Jurnalisme Warga terhadap Perkembangan Homeless Media (Studi Kasus Akun Instagram @ Infolamongan Tahun 2024). *An-Nashiha: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 05, 71–91.

