



Homeless Media dan Krisis Jurnalisme Profesional: Analisis Asimetri Kompetitif, Ekonomi Perhatian, dan Paradoks Regulasi di Indonesia

Muhammad Rosyid¹, Rafi'i², Jamalullail³, Algooth Putranto⁴, Bintang Nurijadi⁵

¹Universitas Dian Nusantara, Jakarta Barat, Indonesia, muhammad.rosyid@undira.ac.id

²Universitas Dian Nusantara, Jakarta Barat, Indonesia, dr.rafi@ dosen.undira.ac.id

³Universitas Dian Nusantara, Jakarta Barat, Indonesia, jamalullail@ dosen.undira.ac.id

⁴Universitas Dian Nusantara, Jakarta Barat, Indonesia, algooth.putranto@ dosen.ac.id

⁵Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia, masnur.bintang@gmail.com

Corresponding Author: dr.rafi@ dosen.undira.ac.id

Abstract: Digital transformation has expanded the local information ecosystem by enabling platform-native actors to distribute news without the institutional infrastructure normally associated with professional journalism. This study addresses a research gap concerning how such actors create competitive pressure through unequal cost structures, algorithmic visibility, and uneven accountability. The study aims to explain how these asymmetries interact in Indonesia. A critical qualitative case-study design was used through semi-structured interviews, text interviews, digital observation, documentary analysis, and literature review. The findings identify three mutually reinforcing structural asymmetries: burden asymmetry, speed and hook asymmetry, and legitimacy asymmetry. Low operating costs facilitate rapid publication; rapid and emotionally framed content increases the opportunity for algorithmic visibility; and high visibility can develop into social legitimacy even when institutional accountability remains limited. The study proposes the Three Structural Asymmetries as an analytical synthesis and argues that the central issue is not the existence of non-institutional media itself, but the unequal distribution of economic and accountability burdens. Policy implications include regulatory equity, structural support for public-interest journalism, and algorithmic media literacy.

Keyword: Homeless Media, Competitive Asymmetry, Attention Economy, Professional Journalism, Platform Governance.

Abstrak: Transformasi digital memperluas ekosistem informasi lokal dengan memungkinkan aktor berbasis platform mendistribusikan berita tanpa infrastruktur kelembagaan yang lazim dimiliki jurnalisme profesional. Penelitian ini mengisi kesenjangan kajian mengenai bagaimana aktor tersebut menghasilkan tekanan kompetitif melalui perbedaan struktur biaya, visibilitas algoritmik, dan beban akuntabilitas. Penelitian bertujuan menjelaskan mekanisme interaksi ketiga

ketimpangan tersebut di Indonesia. Penelitian menggunakan paradigma kritis dengan desain studi kasus kualitatif melalui wawancara semi-terstruktur, wawancara teks, observasi digital, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan tiga asimetri struktural yang saling menguatkan, yaitu ketimpangan beban, ketimpangan kecepatan dan daya pancing, serta ketimpangan legitimasi. Biaya operasi yang rendah memungkinkan publikasi cepat; konten yang cepat dan emosional meningkatkan peluang memperoleh visibilitas algoritmik; sedangkan visibilitas tinggi dapat berkembang menjadi legitimasi sosial meskipun akuntabilitas kelembagaan terbatas. Penelitian merumuskan Tiga Asimetri Struktural sebagai sintesis analitis dan menegaskan bahwa persoalan utamanya bukan keberadaan media noninstitusional, melainkan distribusi beban ekonomi dan akuntabilitas yang tidak seimbang. Implikasi kebijakan diarahkan pada ekuitas regulasi, penguatan jurnalisme untuk kepentingan publik, dan literasi media algoritmik.

Kata Kunci: Homeless Media, Asimetri Kompetitif, Ekonomi Perhatian, Jurnalisme Profesional, Tata Kelola Platform.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah struktur produksi dan distribusi berita sekaligus menggeser cara publik menemukan informasi. Kanal berita tidak lagi hanya hadir melalui organisasi pers yang memiliki newsroom, alamat, dan pembagian kerja editorial, tetapi juga melalui akun media sosial yang beroperasi dengan struktur sangat ringkas. Dalam konteks lokal Indonesia, perubahan tersebut tampak pada berkembangnya homeless media, yaitu kanal informasi yang menjadikan platform media sosial sebagai ruang utama distribusi dan tidak selalu memiliki infrastruktur kelembagaan seperti perusahaan pers. Kajian Remotivi–Internews di lima kota menunjukkan bahwa kanal semacam ini berkembang karena kedekatan dengan isu lokal, kemampuan merespons peristiwa secara cepat, dan kemudahan memanfaatkan platform digital (Riyanto et al., 2024). Studi yang lebih baru juga memperlihatkan bahwa homeless media dapat menjalankan fungsi informasional dan partisipatif meskipun tidak memiliki struktur redaksi formal (Apriliyanti et al., 2024; Syahrir & Praviyasari, 2025; Candra & Chaerowati, 2026).

Fenomena tersebut menjadi persoalan ketika homeless media dan media profesional memperebutkan perhatian audiens dalam arena distribusi yang sama, sementara biaya dan kewajiban yang mereka tanggung berbeda. Media profesional membutuhkan reporter, editor, fotografer, produser, sistem verifikasi, perlindungan hukum, dan mekanisme koreksi. Sebaliknya, sebagian kanal homeless media dapat beroperasi dengan tim yang jauh lebih kecil dan menjadikan telepon pintar serta akun platform sebagai infrastruktur utama. Studi mengenai keberlanjutan media lokal menunjukkan bahwa organisasi pers menghadapi tekanan ekonomi yang semakin kuat akibat perubahan pola iklan dan dominasi platform, sehingga mereka perlu mencari bentuk adaptasi baru tanpa melepaskan standar jurnalistik (Bani et al., 2024).

Pada saat yang sama, berkurangnya kapasitas media lokal dapat berdampak pada kualitas ekosistem informasi, menunjukkan bahwa persoalan media lokal bukan sekadar keberadaan atau ketiadaan satu perusahaan pers, tetapi menyangkut akses masyarakat terhadap informasi yang berkualitas dan fungsi pengawasan terhadap kekuasaan (Gulyas et al., 2023; Neff & Pickard, 2023). Karena itu, keberadaan homeless media dapat dibaca secara ambivalen: ia dapat mengisi kebutuhan informasi

lokal, tetapi sekaligus memunculkan pertanyaan baru tentang siapa yang bertanggung jawab ketika informasi keliru, tidak lengkap, atau merugikan pihak tertentu.

Dimensi lain berasal dari logika algoritmik. Platform menentukan visibilitas konten melalui mekanisme yang dipengaruhi interaksi pengguna, karakteristik konten, dan arsitektur distribusi. Penelitian tentang platformisasi berita menunjukkan bahwa hubungan antara organisasi berita dan platform bukan hubungan yang sepenuhnya satu arah, tetapi organisasi tetap berada dalam konfigurasi ketergantungan yang memengaruhi produksi, distribusi, dan monetisasi konten (Poell et al., 2023; Hartley et al., 2023). Adaptasi terhadap platform juga mendorong organisasi berita menyesuaikan pemilihan dan penyuntingan konten, meskipun penelitian menunjukkan bahwa penyesuaian tersebut tidak selalu berarti penurunan kualitas (Anter, 2024; Hase et al., 2023).

Ekonomi perhatian menjadi penting karena perhatian audiens merupakan sumber daya yang terbatas. Dalam praktik media digital, judul, gambar, tempo publikasi, dan format pesan dapat menentukan peluang sebuah konten ditemukan dan dibagikan. Penelitian di Indonesia mengenai *clickbait* memperlihatkan bagaimana daya pancing judul dapat digunakan untuk memperoleh klik dan perhatian, bahkan ketika teknik tersebut berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian antara ekspektasi pembaca dan isi berita (Fakhrurroji et al., 2023; Taufik et al., 2023; Fausta & Aisyah, 2024). Kajian mengenai misinformasi menjelang Pemilu 2024 juga menemukan dominasi konten *hoax* dan *clickbait* pada data yang dianalisis (Rosyidah et al., 2024). Temuan tersebut tidak berarti semua *homeless media* mempraktikkan *clickbait* atau menghasilkan informasi keliru, tetapi menunjukkan bahwa struktur insentif platform dapat menguntungkan konten yang cepat memperoleh respons.

Media sosial juga membuka ruang partisipasi publik. Jurnalisme warga memungkinkan masyarakat menjadi sumber informasi dan membantu memenuhi kebutuhan berita lokal yang tidak selalu terlayani media profesional. Penelitian pada akun Instagram lokal di Indonesia menunjukkan bahwa jurnalisme warga dapat berfungsi sebagai bentuk kepedulian sosial dan penyebaran informasi komunitas (Prasetyo & Handayani, 2024). Studi lain menunjukkan bahwa pelaku jurnalisme warga dapat menjalankan praktik verifikasi dan berupaya mengikuti prinsip etika jurnalistik (Hariyadi & Putra, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini tidak menggunakan dikotomi sederhana antara media profesional yang baik dan *homeless media* yang buruk. Fokus penelitian diarahkan pada struktur persaingan dan distribusi beban akuntabilitas.

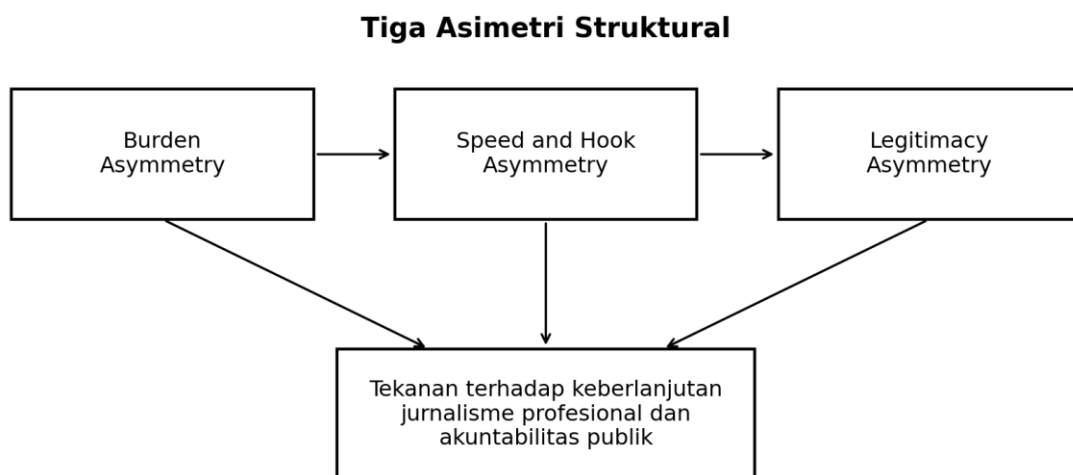
Research gap penelitian ini terletak pada keterbatasan kajian yang menghubungkan tiga dimensi secara simultan: struktur biaya, kecepatan dan daya pancing distribusi, serta legitimasi sosial. Kajian *homeless media* di Indonesia terutama menggambarkan karakter dan praktik kanal lokal (Riyanto et al., 2024; Apriliyanti et al., 2024), sedangkan kajian platformisasi lebih banyak menjelaskan ketergantungan organisasi berita terhadap platform (Poell et al., 2023; Hartley et al., 2023). Artikel ini mempertemukan kedua rumpun tersebut melalui konsep Tiga Asimetri Struktural. Konsep tersebut memandang ketimpangan sebagai rangkaian proses: biaya yang lebih ringan memungkinkan kecepatan, kecepatan meningkatkan peluang visibilitas, dan visibilitas dapat mempercepat pembentukan legitimasi sosial.

Tinjauan mengenai kualitas jurnalistik di media sosial menunjukkan bahwa norma profesional, kualitas produksi, dan relasi dengan audiens tetap relevan meskipun praktik jurnalistik berubah mengikuti platform (Degen et al., 2024). Penelitian mengenai seleksi berita oleh algoritma dan jurnalis profesional juga menunjukkan bahwa pengguna tetap memberikan nilai pada proses penyuntingan profesional ketika menilai kepercayaan terhadap berita (Scheffauer et al., 2024). Dengan demikian,

popularitas digital tidak dapat dipersamakan dengan kualitas jurnalistik. Justru terdapat kemungkinan bahwa popularitas dan akuntabilitas bergerak melalui jalur yang berbeda.

Perkembangan kebijakan di Indonesia membuat persoalan ini semakin aktual. Dewan Pers pada September 2025 secara terbuka mendiskusikan homeless media dan dampaknya terhadap pers arus utama serta demokrasi (Dewan Pers, 2025). Pada 2026, diskusi antara lembaga pemerintah dan Dewan Pers kembali menyoroti kebutuhan memperjelas identitas dan standar kanal media baru. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa status homeless media sedang menjadi objek perdebatan tata kelola, bukan sekadar fenomena industri. Artikel ini karena itu memandang regulasi sebagai proses yang sedang berkembang, bukan sebagai sistem yang telah selesai.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana homeless media menciptakan asimetri kompetitif terhadap jurnalisme profesional di Indonesia, bagaimana ketimpangan beban biaya berkaitan dengan kecepatan dan daya pancing konten, bagaimana visibilitas digital dapat berkembang menjadi legitimasi sosial, serta apa implikasinya bagi kebijakan media. Pertanyaan penelitian adalah: 1) bagaimana *burden asymmetry* membentuk persaingan antara homeless media dan media profesional; 2) bagaimana *speed and hook asymmetry* bekerja dalam ekonomi perhatian; 3) bagaimana *legitimacy asymmetry* muncul dalam tata kelola media digital; 4) bagaimana ketiga asimetri tersebut saling menguatkan; dan 5) kebijakan apa yang dapat mengurangi ketimpangan tanpa menutup ruang partisipasi publik. Kebaruan penelitian terletak pada sintesis ekonomi, algoritmik, dan kelembagaan melalui konsep Tiga Asimetri Struktural.



Sumber: Hasil analisis penelitian (2026)

Gambar 1. Kerangka Analitis Tiga Asimetri Struktural

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus intrinsik. Paradigma kritis dipilih karena penelitian tidak hanya mendeskripsikan homeless media, tetapi juga membaca struktur ekonomi, relasi kuasa, dan ketimpangan regulasi yang membentuk posisi aktor di dalam ekosistem media. Studi kasus dipilih karena fenomena yang dikaji terikat pada konteks sosial, ekonomi, teknologi, dan regulasi tertentu. Literatur metodologis mutakhir menekankan pentingnya penggunaan berbagai sumber data, prosedur analisis yang transparan, dan reflektivitas dalam studi kasus kualitatif (Miller et al., 2023; Cole, 2024).

Objek penelitian adalah fenomena homeless media dalam persaingan dengan media profesional di Indonesia. Unit analisis meliputi struktur operasional, proses produksi informasi, kecepatan distribusi, strategi daya pancing, hubungan dengan audiens, mekanisme koreksi, dan relasi dengan institusi regulasi. Informan penelitian berjumlah lima orang, sebagaimana tercantum dalam naskah sumber, yang mewakili praktisi media profesional, akademisi/pejabat publik, dan pengelola homeless media.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan praktisi media profesional, wawancara teks dengan dua pengelola homeless media, serta materi podcast Dewan Pers tanggal 15 September 2025 yang memuat pernyataan Komarudin Hidayat dan Rhenald Kasali. Data sekunder berasal dari laporan tentang homeless media di lima kota Indonesia, artikel ilmiah tentang platformisasi berita, kajian jurnalisisme warga, studi clickbait dan misinformasi, serta dokumen publik yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi digital, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan. Observasi digital diarahkan pada pola unggahan, kecepatan publikasi, karakter judul, penggunaan visual, frekuensi publikasi, dan interaksi audiens. Dokumentasi digunakan untuk membaca perkembangan kebijakan dan praktik tata kelola media. Analisis dilakukan secara tematik melalui pengorganisasian data, pengodean, pengelompokan tema, perbandingan antarsumber, dan penarikan interpretasi. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode, *member checking* pada data wawancara yang tersedia, serta *peer debriefing*.

Penelitian ini tidak dimaksudkan menghasilkan generalisasi statistik. Kesimpulan diposisikan sebagai penjelasan kontekstual mengenai mekanisme yang ditemukan dalam kasus. Dengan demikian, setiap klaim tentang karakter homeless media dibatasi pada data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. Kelompok sumber dan fokus data

Kelompok sumber	Sumber penelitian	Fokus data
Media profesional	Zaky Amrullah	Beban operasional, proses editorial, dan persaingan
Akademisi/pejabat publik	Komarudin Hidayat dan Rhenald Kasali	Pernyataan mengenai homeless media, pers, dan demokrasi
Homeless media	Samsul dan MDM	Model operasi, distribusi, dan mekanisme koreksi

Sumber: Data penelitian penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa persaingan homeless media dan media profesional tidak hanya berlangsung pada tingkat isi berita, tetapi juga pada struktur biaya, kecepatan distribusi, dan cara legitimasi diperoleh. Tiga mekanisme tersebut dirumuskan sebagai *burden asymmetry*, *speed and hook asymmetry*, dan *legitimacy asymmetry*. Ketiganya tidak berdiri sendiri, tetapi membentuk rangkaian yang saling memperkuat.

Tabel 2. Sintesis temuan tiga asimetri struktural

Asimetri	Mekanisme	Indikasi empiris	Konsekuensi
Burden asymmetry	Perbedaan biaya dan kewajiban kelembagaan	Tim kecil dan infrastruktur platform dibandingkan newsroom dengan tenaga kerja dan proses editorial	Keunggulan biaya bagi aktor noninstitusional

Speed and hook asymmetry	Perbedaan kecepatan dan daya pancing	Publikasi cepat, judul emosional, visual menarik, adaptasi terhadap platform	Peluang visibilitas lebih tinggi
Legitimacy asymmetry	Perbedaan antara popularitas dan akuntabilitas	Pengakuan sosial dapat tumbuh tanpa mekanisme kelembagaan yang seragam	Legitimasi sosial dan akuntabilitas bergerak tidak seimbang

Sumber: Hasil analisis penelitian.

Burden Asymmetry dan Struktur Persaingan Media

Data penelitian menunjukkan adanya perbedaan mendasar antara struktur operasi homeless media dan media profesional. Pengelola @suararakyatindonesia dalam naskah sumber menggambarkan operasi dengan tim yang sangat kecil dan modal di bawah Rp5 juta, dengan telepon pintar dan fitur media sosial sebagai sarana utama distribusi. Di sisi lain, praktisi media profesional yang diwawancarai menggambarkan struktur kerja yang melibatkan banyak fungsi editorial dan operasional. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua aktor dapat menjangkau audiens yang sama dengan biaya kelembagaan yang berbeda.

Perbedaan tersebut menjadi penting karena pasar digital menilai perhatian terutama melalui indikator seperti jangkauan dan interaksi. Media lokal yang memiliki newsroom harus membiayai proses produksi yang panjang, sedangkan kanal noninstitusional dapat mengurangi biaya koordinasi dan publikasi. Studi tentang keberlanjutan media lokal menunjukkan bahwa organisasi berita harus beradaptasi dengan tekanan platform sambil tetap menjaga integritas editorial (Bani et al., 2024). Literatur tentang *news deserts* juga memperlihatkan bahwa keberlanjutan organisasi media memiliki konsekuensi sosial karena berkaitan dengan ketersediaan informasi lokal dan fungsi pengawasan publik (Gulyas et al., 2023; Neff & Pickard, 2023). Karena itu, *burden asymmetry* tidak hanya berarti media profesional lebih mahal.

Asimetri mencakup biaya yang melekat pada standar profesional: verifikasi, penyuntingan, hak jawab, perlindungan hukum, dan tanggung jawab editorial. Jika pasar perhatian tidak memberikan penghargaan yang sepadan terhadap biaya tersebut, maka proses jurnalistik berkualitas berubah menjadi beban kompetitif. Inilah salah satu alasan mengapa krisis jurnalisme tidak cukup dijelaskan sebagai penurunan pendapatan, tetapi perlu dibaca sebagai perubahan struktur nilai di dalam pasar informasi.

Speed and Hook Asymmetry dalam Ekonomi Perhatian

Observasi digital menunjukkan bahwa kecepatan merupakan sumber keunggulan yang nyata. Kanal homeless media dapat mengunggah informasi segera setelah suatu peristiwa terjadi karena alur keputusan lebih pendek. Media profesional membutuhkan waktu untuk memperoleh konfirmasi, memeriksa fakta, menyunting, dan memastikan kesesuaian dengan standar jurnalistik. Perbedaan waktu tersebut menjadi penting ketika platform memberi ruang distribusi awal kepada konten yang memperoleh respons tinggi.

Penelitian mengenai platformisasi berita menunjukkan bahwa organisasi berita menyesuaikan produksi dengan karakteristik platform, tetapi tingkat penyesuaian bergantung pada sumber daya, model bisnis, dan karakter platform (Anter, 2024; Hase et al., 2023). Hubungan tersebut bersifat negosiasi, tetapi tetap menghadirkan ketergantungan karena platform mengendalikan infrastruktur distribusi (Poell et al.,

2023; Hartley et al., 2023). Homeless media yang memiliki struktur sangat ringan dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut.

Pada tingkat isi, daya pancing menjadi faktor penting. Studi Indonesia mengenai *clickbait* menemukan penggunaan judul yang mengandalkan rasa ingin tahu, ambiguitas, dan unsur emosional (Fakhrurroji et al., 2023; Taufik et al., 2023). Penelitian lain menunjukkan bahwa *clickbait* dapat beririsan dengan disinformasi ketika judul tidak sepenuhnya sesuai dengan isi (Fausta & Aisyah, 2024). Temuan penelitian ini tidak menggeneralisasi praktik tersebut kepada seluruh homeless media, tetapi memperlihatkan bahwa struktur distribusi platform memberi keuntungan kepada aktor yang dapat menggabungkan kecepatan dengan daya pancing.

Persoalan tersebut memperlihatkan perbedaan antara visibilitas dan kualitas. Tinjauan sistematis tentang kualitas jurnalistik di media sosial menunjukkan bahwa adaptasi terhadap platform dapat dilakukan tanpa menghapus norma profesional, sementara kualitas tetap berkaitan dengan nilai jurnalistik, produksi, dan relasi dengan audiens (Degen et al., 2024). Penelitian mengenai preferensi pengguna juga menunjukkan bahwa penyuntingan profesional tetap berhubungan dengan kepercayaan terhadap berita (Scheffauer et al., 2024). Dengan demikian, strategi cepat dan menarik tidak identik dengan kredibilitas, tetapi dapat menghasilkan keuntungan distribusi yang signifikan.

Perlu dijadikan catatan bahwa mekanisme pembentukan visibilitas melalui algoritma tentu berbeda pada setiap platform. Studi komparatif menunjukkan bahwa platform video pendek seperti TikTok menggunakan sistem rekomendasi yang mendistribusikan konten terutama berdasarkan pola interaksi pengguna, sehingga tidak sepenuhnya bergantung pada jaringan pertemanan. Sementara itu, platform seperti Instagram dan Facebook masih mempertemukan logika jejaring sosial dengan mekanisme algoritmik yang didasarkan pada minat dan perilaku pengguna (Gerlitz & Helmond, 2011; Hase et al., 2023).

Perbedaan arsitektur tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara konten emosional, kecepatan publikasi, dan tingkat visibilitas tidak selalu memiliki kekuatan yang sama pada setiap platform. Dalam konteks homeless media, mekanisme tersebut sangat mungkin dipengaruhi oleh karakteristik platform tempat konten diproduksi dan didistribusikan. maka, rangkaian mekanisme kausal yang diidentifikasi dalam penelitian ini sebaiknya dipahami sebagai pola yang muncul dari konteks platform yang menjadi lokasi observasi digital, bukan sebagai hubungan yang dapat digeneralisasikan secara seragam ke seluruh media sosial.

Legitimacy Asymmetry dan Akuntabilitas

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa homeless media dapat memperoleh legitimasi sosial melalui kedekatan dengan isu lokal, frekuensi publikasi, dan interaksi langsung dengan audiens. Legitimasi tersebut nyata dalam arti sosial, tetapi tidak selalu disertai perangkat akuntabilitas kelembagaan yang sama. Dalam naskah sumber, salah satu pengelola homeless media menjelaskan bahwa koreksi dilakukan secara informal, terutama melalui penghapusan unggahan yang dianggap keliru. Mekanisme tersebut berbeda dari prosedur koreksi dan hak jawab yang dilekatkan pada organisasi pers profesional. Namun, perbedaan akuntabilitas tidak boleh dipahami sebagai bukti bahwa semua homeless media tidak etis.

Studi jurnalisme warga menunjukkan adanya kanal yang berusaha menjaga akurasi, verifikasi, dan relevansi informasi (Hariyadi & Putra, 2024). Penelitian tentang

akun Instagram lokal juga menunjukkan bahwa jurnalisme warga dapat menjadi saluran partisipasi dan kepedulian sosial (Prasetyo & Handayani, 2024). Karena itu, konsep *legitimacy asymmetry* diarahkan pada perbedaan mekanisme, bukan penilaian moral menyeluruh terhadap semua pelaku.

Perkembangan kebijakan di Indonesia memperlihatkan bahwa batas antara media profesional, media baru, kreator, dan homeless media sedang dinegosiasikan. Dewan Pers pada September 2025 membahas fenomena homeless media sebagai bagian dari perubahan budaya informasi digital (Dewan Pers, 2025). Perkembangan pada 2026 kembali menunjukkan kebutuhan untuk memperjelas identitas dan standar kanal informasi digital. Karena proses kebijakan tersebut masih berkembang, penelitian ini tidak menyatakan bahwa terdapat model regulasi final, tetapi menempatkannya sebagai indikator bahwa legitimasi sosial yang tumbuh melalui platform telah menjadi persoalan tata kelola publik.

Sintesis Tiga Asimetri Struktural

Ketiga asimetri bekerja dalam urutan yang saling memperkuat. Beban operasional yang rendah memberi homeless media kemampuan mengambil keputusan dan menerbitkan konten secara cepat. Kecepatan tersebut meningkatkan peluang memperoleh perhatian pada saat sebuah isu sedang hangat. Ketika perhatian terakumulasi, jumlah pengikut dan interaksi dapat berkembang menjadi legitimasi sosial. Dengan demikian, legitimasi bukan hanya akibat kualitas konten, tetapi juga hasil dari posisi strategis dalam sistem distribusi.

Ketiga asimetri tersebut dipahami sebagai pola interpretatif yang ditarik dari triangulasi data dari wawancara, observasi digital, dan studi dokumentasi, yang kemudia disajikan dalam Tabel 2. Sehingga temuan ini tidak dimaksudkan untuk menunjukkan hubungan kausal yang telah diuji secara statistik. Indikasi empiris yang muncul, seperti struktur biaya dan komposisi tim, karakter judul dan kecepatan publikasi, serta pola pengakuan sosial yang tidak diikuti oleh mekanisme koreksi formal, digunakan sebagai bukti yang memperkuat dugaan adanya mekanisme yang saling berkaitan. Meski demikian, temuan tersebut tetap perlu dibaca dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian dan perbedaan karakteristik arsitektur algoritmik antarplatform. Karena itu, penelitian berikutnya dapat menggabungkan analisis isi dengan data mengenai distribusi konten pada masing-masing platform untuk menguji hubungan tersebut secara lebih terukur.

Rangkaian tersebut juga membantu menjelaskan mengapa persoalan homeless media tidak cukup diselesaikan dengan menghapus konten yang salah. Penghapusan hanya menangani akibat, sedangkan mekanisme ekonominya tetap bekerja. Jika perhatian menjadi ukuran utama keberhasilan, media yang menanggung biaya verifikasi dapat berada pada posisi yang kurang menguntungkan dibanding kanal yang dapat mempublikasikan informasi lebih cepat. Temuan ini sejalan dengan literatur platformisasi yang menunjukkan bahwa relasi antara organisasi berita dan platform melibatkan ketergantungan infrastruktur, budaya, dan ekonomi (Hartley et al., 2023; Poell et al., 2023).

Kontribusi konseptual penelitian ini adalah merumuskan Tiga Asimetri Struktural sebagai alat baca yang menghubungkan ekonomi produksi, distribusi algoritmik, dan legitimasi kelembagaan. Kerangka ini memperluas kajian homeless media karena tidak hanya menanyakan siapa yang memproduksi informasi, tetapi juga mengapa aktor tertentu memperoleh keuntungan kompetitif dan bagaimana keuntungan tersebut dapat

berubah menjadi otoritas sosial. Kerangka yang sama berpotensi diterapkan pada *news influencers*, kanal komunitas, dan bentuk jurnalisme berbasis platform lainnya.

Perspektif Komunikasi Islam dan Implikasi Kebijakan

Dalam perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam, informasi bukan sekadar komoditas perhatian. Prinsip *al-amānah* menempatkan penyampaian informasi sebagai tanggung jawab moral; *al-mīzān* menuntut keseimbangan dan penghormatan terhadap berbagai pihak; sedangkan *al-haq* menempatkan kebenaran sebagai orientasi utama. Ketiga prinsip tersebut dapat digunakan sebagai landasan etik untuk menilai praktik produksi, penyebaran, dan koreksi informasi digital.

Perspektif tersebut tidak berarti seluruh *homeless media* harus berubah menjadi perusahaan pers dengan struktur yang sama. Yang lebih penting adalah penerapan akuntabilitas yang proporsional terhadap pengaruh publik. Kanal yang memiliki pengaruh besar perlu memiliki identitas yang dapat ditelusuri, mekanisme koreksi, pencantuman sumber, dan ruang bagi pihak yang dirugikan untuk memberikan tanggapan. Pada sisi lain, kebijakan tidak seharusnya menghambat partisipasi warga yang justru dapat memperluas akses informasi lokal.

Implikasi kebijakan penelitian ini diarahkan pada tiga lapisan. Pertama, ekuitas beban regulasi melalui pendekatan berbasis pengaruh publik, sehingga kewajiban akuntabilitas meningkat sejalan dengan jangkauan dan dampak kanal. Kedua, dukungan struktural terhadap jurnalisme kepentingan publik agar media profesional memiliki ruang ekonomi untuk mempertahankan proses verifikasi dan pengawasan. Ketiga, literasi media algoritmik agar audiens mampu membedakan popularitas, kecepatan, dan kredibilitas.

Temuan penelitian atau *novelty* terletak pada penjelasan bahwa tekanan terhadap jurnalisme profesional berasal dari pertemuan tiga proses yang berbeda tetapi saling terkait. *Homeless media* memperoleh keunggulan dari struktur biaya yang ringan, kecepatan dan daya pancing memperbesar peluang visibilitas, sedangkan visibilitas dapat menghasilkan legitimasi sosial yang tidak selalu diikuti akuntabilitas kelembagaan. Dengan demikian, persoalan utama bukan keberadaan media noninstitusional, tetapi ketidakseimbangan struktur insentif dan beban tanggung jawab di dalam ekosistem informasi digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *homeless media* dan jurnalisme profesional berkompetisi dalam ekosistem perhatian yang sama, tetapi tidak selalu menanggung biaya produksi dan akuntabilitas yang setara. *Burden asymmetry* muncul dari perbedaan struktur biaya dan kewajiban kelembagaan; *speed and hook asymmetry* muncul dari kemampuan bergerak cepat dan menyesuaikan kemasan dengan karakter platform; sedangkan *legitimacy asymmetry* muncul ketika popularitas digital berkembang menjadi pengakuan sosial tanpa mekanisme akuntabilitas yang tumbuh sebanding. Ketiga asimetri tersebut saling memperkuat. Beban yang lebih ringan memungkinkan kecepatan, kecepatan meningkatkan visibilitas, dan visibilitas dapat memperluas legitimasi. Kebaruan penelitian ini adalah konsep Tiga Asimetri Struktural yang menghubungkan dimensi ekonomi, algoritmik, dan kelembagaan dalam menjelaskan tekanan terhadap jurnalisme profesional di Indonesia.

Keterbatasan

Penelitian ini terbatas pada jumlah informan dan konteks kasus yang tidak dimaksudkan untuk menghasilkan generalisasi statistik. Observasi digital juga belum

mengukur hubungan kuantitatif antara karakter konten dan distribusi algoritmik. Selain itu, perkembangan kebijakan media digital berlangsung cepat sehingga beberapa aspek tata kelola perlu diperbarui secara berkala. Temuan karena itu perlu dipahami sebagai penjelasan kontekstual atas mekanisme yang ditemukan dalam kasus.

Saran

Media profesional disarankan memperkuat inovasi distribusi digital tanpa mengurangi verifikasi, keberimbangan, dan mekanisme koreksi. Pengelola homeless media disarankan meningkatkan transparansi identitas, pencantuman sumber, prosedur koreksi, dan penghormatan terhadap hak jawab. Pembuat kebijakan perlu mengembangkan regulasi yang proporsional berdasarkan tingkat pengaruh publik, memperkuat dukungan terhadap jurnalisme kepentingan publik, dan meningkatkan literasi media algoritmik. Penelitian berikutnya dapat menguji Tiga Asimetri Struktural melalui studi komparatif lintas kota atau lintas negara serta menggabungkan analisis isi dengan data distribusi platform.

Kontribusi Author

Berkontribusi pada konseptualisasi, pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penyusunan naskah. Serta pengembangan kerangka konseptual, penguatan perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelaahan ilmiah, dan penyempurnaan naskah. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah.

Acknowledgment (Optional)

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para informan dan pihak yang telah memberikan waktu serta informasi selama proses penelitian. Apresiasi juga disampaikan kepada pihak yang menyediakan dokumen dan ruang diskusi mengenai perkembangan homeless media dan jurnalisme digital di Indonesia.

REFERENSI

- Albaran, A.B. (2010) *The Media Economy*. Routledge
- Anter, L. (2024). How news organizations coordinate, select, and edit content for social media platforms: A systematic literature review. *Journalism Studies*, 25(9), 1095–1115.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2023.2235428>
- Apriliyanti, R., Fathurrahman, Yudha Pangestu, R., & Maulidina Saputri, R. (2024). Fenomena jurnalisme warga sebagai homeless media dalam produksi berita lokal. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 6(2), 293–304.
<https://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA/article/view/4956>
- Bani, B., Aristi, N., & Mirawati, I. (2024). Sustainability of local media in the era of disruption: A case study of AyoBandung.com. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.
<https://scholarhub.ui.ac.id/jkmi/vol14/iss2/6/>
- Candra, M. F., & Chaerowati, D. L. (2026). Homeless media and the transformation of the local information ecosystem in the digital era. *Journal of Law, Social Science and Humanities*, 3(2), 37–51.
<https://myjournal.or.id/index.php/JLSSH/article/view/517>
- Celis Bueno, C. (2026). *The Attention Economy: Labour, Time And Power In Cognitive Capitalism*. Rowman & Littlefield International.

- Cole, R. (2024). Inter-rater reliability methods in qualitative case study research. *Sociological Methods & Research*, 53(4). <https://doi.org/10.1177/00491241231156971>
- Damayanti, A. P., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh terpaan berita hoax dan kepercayaan masyarakat terhadap penyebaran berita hoax di media sosial TikTok. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 5(1). <https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/1978>
- Degen, M., Olgemöller, M., & Zabel, C. (2024). Quality journalism in social media – What we know and where we need to dig deeper. *Journalism Studies*, 25(4), 399–420. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2314204>
- Dewan Pers. (2025, September 15). Suara-suara gaung penjaga demokrasi: Homeless media lebih menarik, kenapa? <https://dewanpers.or.id/read/news/18-09-2025-suara-suara-gaung-penjaga-demokrasi-homeless-media-lebih-menarik-kenapa>
- Edgerly, S., Chen, Y., Thorson, K., & Kang, T. (2024). Everyone has an opinion and there are no rules: How U.S. journalists articulate the impact of social media on journalism. *Journalism Studies*, 25(9), 951–969. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2023.2246075>
- Fakhrurroji, M., Suryana, C., & Wahyudin, A. (2023). Clickbait journalism: Media logics in journalism practices on online media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2). <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik/article/view/28669>
- Fausta, S. N., & Aisyah, V. N. (2024). Analisis framing berita clickbait pada Okezone.com dan Detik.com: Kasus pembunuhan oleh Ferdy Sambo. *KOMUNIKA*, 11(2), 125–135. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/komunika/article/view/14884>
- Ferrucci, P., Finneman, T., Heckman, M., & Walck, P. E. (2023). A discursive evolution: Trade publications explain news deserts to United States journalists. *Media and Communication*, 11(3). <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/6691>
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2011). The Like economy: The social web in transition. In *MIT7: Unstable Platforms, the Promise and Peril of Transition: Abstracts and Papers*. MIT.
- Gulyas, A., Jenkins, J., & Bergström, A. (2023). Places and spaces without news: The contested phenomenon of news deserts. *Media and Communication*, 11(3). <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/7612>
- Hariyadi, Y. A., & Putra, F. A. (2024). Etika citizen journalism pada akun Instagram Bwi24Jam. *Jurnal Paradigma Madani: Ilmu Sosial, Politik dan Agama*, 10(2), 78–93. <https://ejurnal.uj.ac.id/index.php/PAR/article/view/2849>
- Hartley, J. M., Petre, C., Bengtsson, M., & Kammer, A. (2023). Autonomies and dependencies: Shifting configurations of power in the platformization of news. *Digital Journalism*, 11(8), 1375–1390. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2023.2257759>
- Hase, V., Boczek, K., & Scharrow, M. (2023). Adapting to affordances and audiences? A cross-platform, multi-modal analysis of the platformization of news on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter. *Digital Journalism*, 11(8), 1499–1520. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2022.2128389>
- Heiselberg, L., & Hopmann, D. N. (2024). Local journalism and its audience. *Journalism*, 25(12). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14648849231173226>
- Khairiyah, U., Mariati, P., Faizah, S. N., Silvia, K. C., & Sasmita, F. E. (2026). Qualitative case study research in education: A systematic review of

- methodological approaches and analytical practices. *ELSE (Elementary School Education Journal)*. <https://journal.um-surabaya.ac.id/pgsd/article/view/24168>
- Kuai, J., Lin, B., Karlsson, M., & Lewis, S. C. (2023). From Wild East to Forbidden City: Mapping algorithmic news distribution in China through a case study of Jinri Toutiao. *Digital Journalism*, 11(8), 1521–1541. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2022.2121932>
- Marconi, F. (2015). The Rise Of Homeless Media. *Medium*. <https://fpmarconi.medium.com/the-rise-of-homeless-media-97e31c8b319>
- Miller, E. M., Porter, J. E., & Barbagallo, M. S. (2023). Simplifying qualitative case study research methodology: A step-by-step guide using a palliative care example. *The Qualitative Report*, 28(8), 2363–2379. <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol28/iss8/8/>
- Neff, T., & Pickard, V. (2023). Building better local media systems: A comparative policy discourse analysis of initiatives to renew journalism around the world. *Journalism Studies*, 24(14), 1877–1897. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2023.2253928>
- Papa, V., & Kourou, T. (2023). Do Facebook and Google care about journalism? Mapping the relationship between affordances of GNI and FJP tools and journalistic norms. *Digital Journalism*, 11(8), 1475–1498. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2023.2211626>
- Peterson-Salahuddin, C. (2024). News for (me and) you: Exploring the reporting practices of citizen journalists on TikTok. *Journalism Studies*, 25(9), 1076–1094. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2023.2293829>
- Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2023). Spaces of negotiation: Analyzing platform power in the news industry. *Digital Journalism*, 11(8), 1391–1409. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2022.2103011>
- Prasetyo, B., & Handayani, W. (2024). Jurnalisme warga pada akun Instagram @infocegatansukoharjo sebagai bentuk kepedulian sosial masyarakat Sukoharjo. *Lektor: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2). <https://journal.student.uny.ac.id/ilkom/article/view/21775>
- Riyanto, G., Bhirawa, S. P., et al. (2024). Understanding homeless media: A study on social media based informal local news in five Indonesian cities. *Remotivi–Internews*. <https://www.remotivi.or.id/penelitian/22>
- Robbani, A., Ismanto, H., & Yanti, S. M. (2026). Peran jurnalisme warga terhadap perkembangan homeless media (studi kasus pada akun Instagram @Infolamongan tahun 2024). *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 5(2). <https://ejournal.unsuda.ac.id/index.php/an-nashiha/article/view/2104>
- Rosyidah, A. A., Fajriyah, F., Galuh, E. A., & Ulfa, D. S. (2024). Exploring misinformation and disinformation towards 2024 election: Patterns and policy recommendations. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 17(2), 269–290. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/2973>
- Scheffauer, R., Goyanes, M., & Gil de Zúñiga, H. (2024). Social media algorithmic versus professional journalists' news selection: Effects of gate keeping on traditional and social media news trust. *Journalism*, 25(4), 755–778. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14648849231179804>
- Seippa, T. J., Helberger, N., de Vreese, C., & Ausloos, J. (2023). Dealing with opinion power in the platform world: Why we really have to rethink media concentration law. *Digital Journalism*, 11(8), 1542–1567. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2022.2161924>

- Syahrir, N. A. F., & Praviasari, A. (2025). Eksistensi homeless media di era digital: Analisis konten pada akun Makassar Info. *Jurnal Journalistik dan Media*, 3(2), 23–28. <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/jjm/article/view/8066>
- Tarigan, K. E., & Tafonao, W. S. (2025). Language in clickbait strategies: A structural analysis of political news headlines on IDN Times during the regional election week. *Tamaddun*, 24(1). <https://jurnal.fs.umi.ac.id/index.php/tamaddun-life/article/view/860>
- Taufik, C. M., Suhaeri, & Lusiawati, I. (2023). Taktik media mendulang clickers melalui teknik clickbait. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2). <https://publikasi.dinus.ac.id/audience/article/view/8337>
- White, A. (2024). *Digital Media And Society: Transforming Economics, Politics And Social Practices*. Palgrave Macmillan.