Kantor:
nDalem Manis, Jl. Lempongsari Raya Gang Masjid An-Nuur No. 88
Jongkang Baru Sariharjo Ngaglik Sleman Yogyakarta Indonesia 55581
website: penyiaranpublik.org | E: rplppri@gmail.com
f: penyiaranpublik | t: @penyiaranpublik ☎+62274 417982 website:
penyiaranpublik.org | E: rplppri@gmail.com

KERANGKA ACUAN KERJA (TOR)
Jurnalis VS *Influencer* Digital? Siapa yang lebih didengar?
Masa Depan *Gatekeeping*: Menjaga Kredibilitas Informasi di Tengah Arus Media Sosial

Pendahuluan

Apabila dahulu institusi media konvensional dan jurnalis memegang kendali penuh sebagai gatekeeper (penjaga gerbang) tunggal yang menyaring, memverifikasi, dan mendistribusikan informasi publik, kini berbeda. Era digital dan dominasi media sosial telah meruntuhkan monopoli tersebut. Situasi berubah, *social media influencers* dan kreator konten sosial-politik muncul sebagai jembatan utama yang menghubungkan masyarakat, khususnya generasi muda, dengan berbagai isu sosial dan kebijakan publik. Riset yang dilakukan oleh BBC Media Action[1] menyatakan *influencer* memiliki engagement yang tinggi dan sebaliknya media mendekap akurasi dan kredibilitas. Peran *influencer* yang semakin besar memberikan tekanan yang kian kuat terhadap media konvensional, sehingga mendorong media untuk beradaptasi dan mempertimbangkan kembali keberlanjutan model bisnis serta eksistensinya dalam jangka panjang.

Secara intens *Influencer* memproduksi konten dalam ruang-ruang privat seperti di kamar tidur, kamar mandi, dapur, wilayah private yang lazimnya ditutup rapat berubah menjadi studio mini menjadi ruang "kedekatan dengan audience" dibuat.[2] Dalam konteks jurnalistik, *influencer* sering menjadi penyebar informasi dari institusi media profesional kepada audience. Di sinilah adanya problem yang muncul ketika adanya faktor kedekatan emosional (*relatability*) dan gaya penceritaan (*storytelling*) berkaitan dengan bagaimana *influencer* memproses, menyederhanakan, atau memvalidasi informasi di tengah ketiadaan proses kerja jurnalistik yang ketat. Dengan keunggulan kecepatan, gaya bahasa yang kasual, serta daya tarik visual, *influencer* sering kali mengalahkan ruang redaksi konvensional dalam merebut atensi publik terutama soal pendapatan ekonomistik (*attention economy*)[3]. Fenomena ini memunculkan pertanyaan mendasar mengenai masa depan kredibilitas informasi, standar validasi data, serta pergeseran preferensi publik dari institusi media menuju figur personal (*personality-driven news*). Selain juga perlu dijawab pertanyaan-pertanyaan lanjutan seperti, bagaimana *public broadcaster* musti menghadapi ini dan bagaimana posisi mereka di tengah fenomena ini? Apakah bertahan, beradaptasi, atau justru tergilas?

Tujuan

Maka diskusi ini dilaksanakan bertujuan untuk, membedah pergeseran peran gatekeeper dari institusi media profesional ke tangan kreator konten independen/*influencer*. Menganalisis dan mengevaluasi fenomena *personality-driven news*—apakah masyarakat modern saat ini lebih memuja figur personal ketimbang kredibilitas lembaga medianya. Memetakan dan mendedah posisi *public broadcaster* di tengah munculnya *engagement influencer* yang tinggi.

Sasaran Audiens & Peserta:

- Praktisi media, jurnalis, dan editor.

---

[1] BBC Media Action, "A Metamorphosis in Indonesian Media : The Evolving Roles of Traditional Media and *Influencer*s," 2026.
[2] Crystal Abidin, *Society Now Internet Celebrity Understanding Fame Online*, *Emerald Publishing*, vol. 7 (UK: Emerald Publishing, 2018), https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/downl oad%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625.
[3] Reality Lost V.F. hendricks, M Vestergaard, *Chapter 1 The Attention Economy*, 2019.

Kantor:
nDalem Manis, Jl. Lempongsari Raya Gang Masjid An-Nuur No. 88
Jongkang Baru Sariharjo Ngaglik Sleman Yogyakarta Indonesia 55581
website: penyiaranpublik.org | E: rplppri@gmail.com
f: penyiaranpublik | t: @penyiaranpublik ☎+62274 417982 website:
penyiaranpublik.org | E: rplppri@gmail.com

- Kreator konten, social media *influencer*s, dan pengamat komunikasi digital.
- Akademisi, peneliti media, mahasiswa ilmu komunikasi, serta aktivis literasi digital.
- Praktisi Lembaga Penyiaran Publik (LPP) / *Public Broadcaster* di Indonesia, baik dari TVRI maupun RRI dan Antara

Susunan Acara:

Waktu	Agenda
08.30-09.00	Peserta masuk Zoom
09.00-09.10	Pembukaan dan Sambutan: Masduki/ Darmanto (Dewan Pendiri Rumah Perubahan LPP)
09.10-09.35	Pemaparan Pemateri 1: Rosiana Eko – Research Manager BBC Media Action Indonesia
09.35-10.05	Pemaparan Pemateri 2: Dr. Senja Yustitia, S.Sos., M.Si – Kaprodi Magister Media dan Komunikasi UMY
10.05-10.35	Pemaparan Pemateri 3: Firly Annisa, Ph.D – Ketua Rumah Perubahan LPP
10.35-11.15	Sesi QnA
11.15-11.30	Penutupan Diskusi