

Etnografi Media Konten Writer Jabar Ekspres

Haidaroh¹

Magister Ilmu Komunikasi
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
darupamungkas10@gmail.com

Ahmad Syihabudin

Magister Ilmu Komunikasi
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Yoki Yusanto

Magister Ilmu Komunikasi
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Abstract

Along with the development of information technology, press companies have also experienced changes in the production of news or content in online media. One of them is done by Jabar Ekspres in its online media, jabarekspres.com, which initially only produced news writing or news, now began to produce more evergreen content writing written by Content Writer. The purpose of this research is to find out how the Content Writer at Jabar Ekspres produces content writing that is worthy of being published and according to Google search optimization (SEO) standards. By using qualitative research methods through Media Ethnography with reception theory proposed by Stuart Hall.

Keywords: *Content Writer, Jabar Ekspres, Writing, Content, Media Ethnography, Reception*

Abstrak Indonesia

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, perusahaan pers juga mengalami perubahan dalam produksi tulisan berita atau konten di media online. Salah satunya dilakukan oleh Jabar Ekspres di media onlinenya, jabarekspres.com, yang awalnya hanya memproduksi tulisan berita atau news, sekarang mulai lebih banyak memproduksi tulisan konten evergreen yang ditulis oleh Konten Writer. Tujuan dari penelitian ini mengetahui bagaimana Konten Writer di Jabar Ekspres memproduksi tulisan konten yang layak dimuat dan sesuai standar search optimization Google (SEO). Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui Etnografi Media dengan teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall.

Kata Kunci: *Konten Writer, Jabar Ekspres, Tulisan, Konten, Etnografi Media, Resepsi*

Pendahuluan

Jabar Ekspres berkantor di Jalan Soekarno-Hatta, Nomor 627, Kota Bandung, Jawa Barat. Media massa yang awalnya hanya memproduksi produk jurnalistik dengan pemberitaan di media cetak/koran ini, sekarang sudah mulai beralih fokus ke media online atau digital. Kendati tidak meninggalkan produk jurnalistik untuk media cetak/koran dan online, namun jika dilihat dari produksi tulisan, lebih banyak tulisan konten jenis evergreen dan berita viral daripada tulisan berita peristiwa lokal di Jawa Barat.

Selain itu, jumlah pegawainya pun kini lebih banyak pegawai yang memproduksi konten-konten tulisan untuk media online ketimbang pegawai yang memproduksi tulisan berita untuk koran. Pegawai yang memproduksi konten tulisan evergreen dan berita viral disebut Konten Writer, jumlahnya sekarang sebanyak 30 orang. Sedangkan pegawai untuk memproduksi tulisan berita lokal untuk koran dan online disebut wartawan, jumlahnya sekarang 9 orang.

Setiap harinya, mulai Senin sampai Jumat, di kantor Jabar Ekspres penuh oleh Konten Writer. Para konten writer ini merupakan anak muda yang baru lulus kuliah, usianya mulai 20 sampai 25 tahun. Mereka merupakan alumni dari berbagai kampus di Bandung, seperti UIN Sunan Gunung Jati Bandung, Universitas Padjajaran, Universitas Pasundan, dan Universitas Pendidikan Indonesia.

Penelitian ini berkaitan pula dengan budaya bermedia masyarakat saat ini, bicara budaya bermedia berarti membicarakan media dalam konteks cultural studies (kateran budaya). Antara media dan khelayak telah mengalami proses penyatuan.

Kehadiran media tidak bisa dipisahkan dari rutinitas khalayak sehari-hari. Media dalam konteks budaya bermedia telah menyatu dengan rutinitas keseharian khalayak. Pada budaya bermedia, media mendominasi kegiatan dan atau kehidupan sehari-hari pengguna atau khalayak sehingga media 'mengatur kebiasaan khalayak menurut prinsip-prinsip media. Hal ini bisa dilihat melalui kebiasaan orang menghabiskan waktu dengan media misalnya, menonton televisi atau mendengarkan radio.

Penelitian Konten Writer di Jabar Ekspres ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ail Muldi, pada Tahun 2011, Universitas Padjajaran, Bandung, yang melakukan penelitian tentang Etnografi Kreator Program Catatan Kang Beti di Banten TV.

Penelitian ini membahas tentang program Banten TV yang sangat fenomenal di kala itu, yakni Catatan Kang Beti.

Bagaimana media Banten TV bisa memiliki ikon melalui program Kang Beti, sehingga masyarakat menjadi lebih mengenal Kang Beti. Sosok Kang Beti yang diperankan oleh Dedi Stiyawan, yang juga sekaligus produser program, menyapa dan mendatangi warga di pelosok perkampungan.

Namun, di penelitian ini objek penelitian dilakukan pada media televisi yakni Banten TV, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis ialah media online Jabar Ekspres.

Selain itu, penelitian ini juga meneliti program, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada konten writer yang merupakan orang yang menulis di media online.

Selain itu, Carlos A. Scolari dkk, Tahun 2020, Universitas Pompeu Fabra – Barcelona. Yang meneliti tentang munculnya media, perangkat, narasi, dan praktik baru telah mendorong para sarjana dan profesional literasi media untuk meninjau kembali kerangka teori dan pendekatan metodologis mereka. Berdasarkan konsepsi baru - 'literasi transmedia' - yang bergerak dari literasi media tradisional ke pembelajaran informal dan praktik yang bergerak dari literasi media tradisional ke pembelajaran informal dan budaya partisipatoris, program penelitian di balik artikel ini bertujuan untuk memahami bagaimana generasi baru melakukan berbagai hal dengan media di luar sekolah dan bagaimana mereka belajar untuk melakukan yang mereka lakukan.

Dari sampel kedua penelitian di atas, penelitian tentang Konten Writer di Jabar Ekspres ini memiliki peran penting dalam perkembangan digitalisasi media, yang baru-baru ini gencar dilakukan oleh hampir semua Perusahaan pers di Indonesia. Maka dari itu, bagaimana peran Konten Writer dalam meningkatkan performa website dan bisa menghasilkan adsense untuk pendapatan Perusahaan perlu diketahui.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan Etnografi Media. Analisis resepsi adalah sebuah "pendekatan kulturalis" yang mengacu pada pengalaman hidup setiap orang, menurut Mc Robbie (1991 dalam CCMS: 2002). Dengan kata lain, pesan yang disampaikan oleh media dikonstruksikan secara individual. Teknik analisis resepsi menggunakan teori encoding-decoding Stuart Hall, yang mengamati hubungan

antara pesan yang disampaikan oleh media dan pandangan yang dimiliki khalayak tentang budaya masyarakat. (Setiaji, 2023)

Creator program televisi dalam memproduksi konten program acara cenderung mengkloning program acara dari televisi lainnya. Hal ini dilakukan bisa secara sengaja dengan mengonsumsi atau meresepsi konten media massa yang dianggap mendukung kualitas dan tujuan produksi program acara. Ataupun secara tidak sengaja, karena Creator program itu sendiri adalah pemirsa atau khalayak yang telah bertahun-tahun melakukan resepsi media massa.

Hal ini sama dengan apa yang dilakukan content writer di Jabar Ekspres dalam menentukan konten tulisan yang mampu menarik banyak pembaca hingga menghasilkan Adsense Google yang berdampak pada peningkatan penghasilan perusahaan.

Untuk mengetahui penerimaan Konten Writer atas konten media massa yang berjalan bertahun-tahun dan pemaknaan (resepsi) konter writer atas konten tersebut, peneliti menggunakan teori decoding yang digagas Stuart Hall.

Teori decoding adalah perkembangan dari teori penerimaan (reception teori) atau teori pembacaan khalayak atas teks sastra, yang diciptakan oleh tokoh sastra Jerman, Hans Robert Jaus pada akhir tahun 1967. Dari teori penerimaan Hall mengembangkan proses penerimaan pemirsa dalam proses komunikasi massa. Menurut Hall, penerimaan khalayak atas konten media massa dipengaruhi latar belakang budaya nilai-nilai dan personalitas khalayak. (Drotner, dalam Hagen dan Wasko, 2000:168--169).

Seringkali sekelompok orang yang berbeda lokasi sosial sangat berbeda melihat dunia pesan dalam media massa. Sementara implikasi umum yang terjadi adalah pesan yang diterima (decoding) tidak selalu seperti yang disampaikan meskipun dengan mediasi genre yang bersifat konvensional dan sistem bahasa bersama. Penerimaan khalayak (decoding) tentu saja bisa sangat berbeda dari yang telah disampaikan.

Lebih lanjut Hall menjelaskan, bahwa konten media massa adalah teks berstruktur yang terbentuk oleh lambang-lambang dan saling terhubung dengan cara yang spesifik. Supaya bisa memahami teks dan untuk bisa membacanya diperlukan kemampuan dalam mengartikan tanda-tanda dan juga sekaligus strukturnya. Apa yang berusaha dikemukakan lebih jauh oleh Hall di sini adalah kenyataan bahwa orang mempunyai kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima oleh media televisi,

tergantung dari latar belakang budaya mereka. (Baran dan Davis, 2000:269 dan Hall, 2002:302-308).

Terdapat tiga macam cara pembacaan atau interpretasi teks (atau biasa disebut Three decoding positions) yang dilakukan pemirsa televisi, yakni (1) *Preferred Reading*, (2) *negotiated meaning/negotiated code* dan (3) *oppositional reading/oppositional decoding* (Hagen dan Wasko: 2000:6).

Dalam menggambarkan resepsi konten media massa dan pemaknaan content writer atas konten tersebut, peneliti menggunakan pendekatan etnografi. Etnografi content writer di Jabar Ekspres dilakukan dengan observasi berperan serta dengan mengikuti Aktivitas keseharian content writer saat melakukan penerimaan dan pemaknaan konten media massa, proses memproduksi tulisan konten, bahkan mengikuti kegiatan rapat evaluasi content writer bersama ketua kelas agar bisa mengetahui pengalaman dan kebiasaan para konten writer di Jabar Ekspres. Peneliti juga mengkombinasikan observasi beserta wawancara tidak terstruktur.

Hasil dan Diskusi

Jabar Ekspres mulai mencari sumber penghasilan lain, yakni adsense google yang didapat dari konten-konten tulisan di website jabarekspres.com. Tepatnya pada Februari 2022, mereka mulanya menugaskan tiga karyawan untuk fokus menulis konten, satu hari 10 tulisan.

Di samping itu, mereka juga mulai mempelajari bagaimana pola kerja Search Engine Optimation (SEO) google agar mampu meningkatkan jumlah pembaca per harinya. Seiring berjalannya waktu, website jabarekspres.com semakin menunjukkan tren yang baik, hal itu dilihat dari seringnya konten yang muncul di discover google atau rekomendasi google untuk pembaca, hingga munculnya banyak iklan-iklan direct di website tersebut.

Ada 5 jenis konten yang diproduksi oleh para Konten Writer di Jabar Ekspres. Kelima jenis konten ini wajib ditulis oleh Konten Writer untuk memenuhi kewajiban sehari 10 tulisan. Jenis-jenis konten tersebut ialah Konten Evergreen, Konten Viral, Konten Peminatan, Konten Kompetitor, dan Konten Niche.

Menurut Anugrah Fitriana, ketentuan penentuan jenis-jenis ini berdasarkan hasil riset tim analisis soal tema apa saja yang diminati pembaca digital, yang mana, Jabar Eskpres memiliki target pembaca dengan rentan usia 18 sampai 35 tahun.

Pada umumnya, menulis konten tidak jauh berbeda dengan penulisan berita/jurnalistik yang mengandung unsur 5W + 1H, namun dalam penulisan konten, harus menyertakan keyword/kata kunci yang penempatannya harus sesuai dengan ketentuan Search Engine Optimization (SEO) google.

Penempatan Keyword Sesuai SEO Google:

Judul

Paragraf 1

Paragraf 2

Paragraf 3

Isi Tulisan Konten

Dalam menentukan tema penulisan konten yang akan diproduksi oleh Konten Writer, Jabar Ekspres memiliki dua pola atau cara yang biasa dilakukan. Kedua cara ini sangat efektif dalam meningkatkan jumlah pembaca dan tentunya, menyasar algoritma google yang setiap harinya cenderung berubah-ubah.

Dua cara penentuan konten ini dengan melihat di Website Ubbersuggest dan Google Analitic. Untuk menentukan tema konten ini dilakukan oleh Ketua Kelas Konten Writer yakni Anugrah, ia akan melakukan analisis di dua website ini kemudian melaporkan hasilnya kepada semua Konten Writer untuk segera digarap.

Konten Writer di Jabar Ekspres dituntut untuk selalu *up to date* dengan segala informasi terbaru yang tersebar baik di media sosial, Youtube, maupun media online baik lokal maupun nasional. Hal itu sangat penting karena produk tulisan konten yang mereka produksi, tentu ditargetkan mendapatkan banyak pembaca.

Maka dari itu, biasanya, para Konten Writer di Jabar Ekspres, sebelum memulai menulis konten, pukul 09.00 WIB ketika sudah di ruangan kantor, mereka akan duduk sambil sarapan atau nyemil, sambil melihat tayangan yang sedang viral di Youtube, atau *scroll* reels Instagram, Facebook, dan TikTok.

Saat proses menulis konten, para Konten Writer di jabar ekspres ini akan sangat memperhatikan secara serius tentang penempatan keyword sesuai SEO Google, karena hal itu merupakan kunci utama tulisan konten bisa mendapatkan banyak pembaca atau tidak.

Keyword yang sesuai standar SEO google yang diterapkan di jabar ekspres ialah penempatan keyword di judul, paragraf pertama, kedua, ketiga, ke lima dan terakhir. Itu sudah menjadi rumus dalam menulis konten tulisan yang pasti dianggap layak dimuat oleh Ketua Konten Writer sebagai seorang yang bertanggungjawab dalam hal kualitas tulisan.

Tahap selanjutnya ialah memilih foto untuk kelengkapan produk konten di jabar ekspres. Foto yang diposting untuk kelengkapan produk konten tulisan merupakan foto yang juga diambil dari internet. Namun, agar tidak terkena hak cipta foto, maka Konten Writer harus mengambil dengan cara Screen Shoot, kemudian mengganti nama foto, lalu menuliskan keterangan Tangkapan Layar dan sumber foto.

Selain itu, Konten Writer juga bisa mengunduh beberapa foto ilustrasi di website secara gratis seperti di website freepik.com, Pixel.com, dan istock.com. Namun ketika akan mengunggah wajib menyertakan keterangan website dan si pembuat gambar.

Dengan cara itu, maka produk tulisan konten akan lebih aman dan tidak melanggar ketentuan internet, atau mencuri foto orang lain, yang sewaktu-waktu bisa dituntut dengan wajib melakukan pembayaran kepada si pemilik gambar. Hal ini tidak akan terjadi jika Konten Writer melakukan ketentuan-ketentuan yang sudah dipelajari sebelumnya selama masa pembinaan.

Berdasarkan pengamatan secara langsung di lapangan dengan melihat aktivitas produksi tulisan konten di Website jabarekspres.com, pola produksi konten tak jauh berbeda dengan produksi program di televisi. Program televisi cenderung “mengkloning” atau diciptakan berdasar apa yang sudah tayang di televisi lainnya. Tidak ada program yang diciptakan utuh secara murni, tetapi hasil pengembangan atau modifikasi dari program televisi lainnya yang sudah ada sebelumnya. (Graeme, 2008).

Dengan kata lain, apa yang dilakukan kreator program televisi juga dilakukan oleh Konten Writer di Jabar Ekspres. Mereka melihat dan mengamati tulisan konten di website lain yang sedang booming atau viral, kemudian ditulis ulang dengan tema yang sama, namun dikembangkan dengan informasi tambahan yang lebih mendalam, spesifik, dan lengkap, sehingga menciptakan konten tulisan yang lebih komprehensif.

Para konten writer di Jabar Ekspres menerapkan pola penulisan konten yang didapat dari media kompetitor seperti Pikiran Rakyat Media Network, Kompas.id, bahkan Banten Raya.com.

Seperti yang digagas Stuart Hall, para Konten Writer melakukan resepsi atau pemaknaan pada konten-konten di media lain. Hal ini memungkinkan para Konten Writer sebagai audiens, dapat memainkan peran aktif dalam mendekodekan (*decoding*) pesan karena mereka bergantung pada konteks sosial mereka sendiri, dan mungkin mampu mengubah konteks pesan sendiri melalui tindakan kolektif. (Aladdin, 2018)

Sebagai agen kultural (*cultural agent*) para Konten Writer di Jabar Ekspres mempunyai kuasa sendiri dalam menghasilkan makna dari berbagai wacana konten yang ditawarkan media. Makna yang diusung media lalu bisa bersifat terbuka atau *polysemic* dan bisa ditanggapi secara *oposisif* oleh khalawak. (Fiske dalam Tri Nugroho Adi, 2008)

Maka tak heran, jika salah satu jenis konten tulisan yang diproduksi oleh para Konten Writer di Jabar Ekspres, ada yang dinamakan jenis konten kompetitor. Untuk menulis konten kompetitor ini, ada hal yang wajib diperhatikan para konten writer, seperti tidak boleh copy paste atau plagiat, wajib ditulis ulang atau parafrase, serta mencantumkan sumber secara lengkap.

Kesimpulan

Website jabarekspres.com memiliki niche atau identitas website yang bertema besar tulisan tentang finansial seperti Saldo DANA, informasi pinjaman uang, Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank BRI, BJB, Mandiri dan lainnya, dan tips mengelola keuangan. Dari tema-tema tulisan soal finansial ini pula, Website jabarekspres.com meraup banyak uang dari hasil adsense google.

Kepemimpinan Kelompok Konten Writer Jabar Ekspres bersifat sentralistik kepada Ketua Konten Writer. Para Konten Writer pun tidak mengisolasi diri melainkan terbuka dalam menyampaikan gagasan antara satu dan lainnya. Ketua Konten Writer mengambil keputusan melalui rapat evaluasi briefing dan diskusi yang bersifat non formal. Gaya kepemimpinan kelompok diskusi juga bersifat aspiratif, egaliter.

Daftar Pustaka

- Petrus Ana Andung, *Etnografi Media, Potret Budaya Televisi Masyarakat Perbatasan*, 2019.
- Juditha, C. (2015). *Fenomena Tranding Topik di Twitter: Analisis Wacana Twit #SAVEHAJILULUNG*. Penelitian Komunikasi dan Pembangunan
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Cetakan Kelima, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Hagen, Ingunn and Janet Wasko (2000). *Consuming Audience? Production and Reception in Media Research*. New Jersey. Hampton Press Inc
- (Baran dan Davis, *Carnival: Pendekatan Teori Representasi* Stuart Hall 2000:269 dan Hall, 2002:302-308)
- Hagen, Ingunn and Janet Wasko (2000). *Consuming Audience? Production and Reception in Media Research*. New Jersey. Hampton Press Inc
- Burton Gremme (2008). *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta dan Bandung: Jalur Sutra
- Aladdin, Sely Tan dan Yuri Alfrin. (2018). *Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.com dari Kalangan Mahasiswa/i Universitas Indonesia Terhadap Insiden "Kartu Kuning" Ketua BEM UI*.