



Fenomena *Freelance Content Writer* di Industri Media Online (Studi Kasus Prinsip Jurnalistik dan Nilai Berita *Community Writer* di IDN Times)

Noniya Dewinta Anggi Ritonga¹, Mazdalifah²

^{1,2}[Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Indonesia]

Abstract. *The purpose of the study was to determine the fulfillment of journalistic principles and news values in the writings of community writers at IDN Times. The theories used are mass communication, journalistic principles and news value. The research method was descriptive qualitative. Data collection techniques used are documentation studies, observation and interviews. The object of research is the writings of community writers in the IDN Times category of News and Hype in the period 26-31 March 2022. The results show that the writings of community writers in the ID Times category of News fulfill two journalistic principles, the sixth principle which is providing space for the public to provide criticism and the seventh principle which is makes the important thing interesting & relevant. Hype category writing only fulfilling the sixth journalistic principle. Other journalistic principles were not found, because the author did not do direct coverage but broadcast it from other media and did not confirm or verify the source. There are three to seven news values found in the News category, that are always found are Timeless, Impact, and Proximity.*

Keywords: *freelance content writer, principles of journalism, news value*

Received [04 April 2023 | Revised [17 Mei 2023] | Accepted [17 Mei 2023]

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat melatarbelakangi perusahaan atau orang-orang membuat sebuah tulisan konten yang menarik. Konten kreatif ini biasanya ditulis oleh para *content writer*. Fenomena *freelance content writer* marak terjadi di industri media online. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data pada akhir 2018, terjadi kenaikan jumlah pekerja yang berwirausaha di Indonesia, termasuk pekerja lepas atau *freelancer*, yaitu sebanyak 56,8% masyarakat Indonesia bekerja di sektor informal. *Freelance* tidak secara spesifik disebut dalam peraturan mengenai pekerja lepas melatarbelakangi ragam perjanjian *freelancer* dengan perusahaan yang mempekerjakannya. IDN Media merupakan salah satu media yang memiliki *freelance*, sebagai pengisi konten di portal berita online-nya. IDN Times sebagai salah satu unit

*Corresponding author at: [Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia]

E-mail address: [noniyadewintar@gmail.com]

bisnis IDN Media menyediakan platform untuk menulis bagi *freelance content writer* yang dibungkus dalam nama *community writer*.

IDN Times memberikan penjelasan bahwa semua karya tulis yang dibuat oleh *community writer* adalah sepenuhnya tanggung jawab dari penulis. Hal ini memberikan arti bahwa tidak ada ketentuan dan perlindungan khusus bagi IDN Times *Community* yang notabene berkontribusi bagi media namun bukan karyawan. Tentu saja muncul pertanyaan terkait kualitas produk jurnalistik yang diproduksi oleh bukan wartawan. Produk jurnalistik yang lahir dari bukan wartawan, serta pengurangan ahli, profesional dan jurnalis dalam media turut menyumbangkan catatan negatif di industri media [1].

Sebagai contoh, hasil tulisan kategori *news* yang ditulis oleh *community writer* Leo Manik yang tayang pada 6 Maret 2022 “... Pasukan Rusia kembali menembaki Kota Volnov Kha pada pukul 11.45 waktu setempat walaupun perjanjian gencatan senjata telah disetujui,” ujar Menteri Reintegrasi Wilayah Penduduk Ukraina, Iryna Vashchuk, Minggu (6/3/2022) dikutip CNN...“ Tulisan ini mengutip dari CNN, yang menunjukkan bahwa penulis tidak melakukan liputan. Padahal, Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya *The Element of Journalism* (2011) menyatakan bahwa prinsip jurnalistik adalah unsur yang harus dipegang oleh orang-orang yang terlibat dalam jurnalisme [2]. Nilai berita dalam tulisan *community writer* juga perlu dipertanyakan. Dampak, sebagai salah satu nilai berita, sulit ditemukan dalam tulisan *community writer*, khususnya tulisan *hype* yang memang dikemas lebih ringan daripada kategori *news*. Cuplikan tulisan di atas memperlihatkan bahwa berita yang disajikan oleh *community writer* di IDN Times masih perlu dipertanyakan terkait prinsip jurnalistik dan nilai beritanya.

Penelitian yang berkaitan dengan *freelance content writer* di industri media *online* sudah pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian berjudul *Komodifikasi Pekerja Lepas di Industri Media Online: Pemanfaatan Community Writers oleh Idntimes.com* menunjukkan bahwa idntimes.com telah melakukan praktik komodifikasi pekerja [1]. Penelitian terkait pemahaman kode etik juga pernah dilakukan oleh Fadli pada tahun 2017, yang mendapatkan hasil bahwa wartawan Kabarmakassar.com telah memahami peraturan Dewan Pers tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber, baik pemahaman terhadap isi peraturan maupun pada konteks penerapannya [3]. Studi selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan Handayani pada tahun 2017, menunjukkan bahwa kehadiran jurnalisme warga berbasis santri di Pondok Pesantren Lirboyo berupaya mempengaruhi opini publik yang terdapat dalam ruang publik [4].

Agar menemukan hasil yang berlandaskan teori, penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa, media baru, jurnalisme warga, produk jurnalistik, prinsip jurnalistik, dan *freelance content writer* untuk melihat dan mengukur bagaimana kualitas tulisan berita dan artikel yang ditulis oleh *community writer* di IDN Times. Hasil penelitian ini dapat mendukung media *online* untuk meningkatkan kualitas tulisannya.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Peneliti menganalisis pemenuhan prinsip jurnalistik dan nilai berita dari hasil tulisan IDN Times *Community* Medan. Objek dalam penelitian yaitu tulisan dari *community writer* IDN Times kategori *News* dan *Hype* dalam kurun waktu tanggal 26-31 Maret 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, observasi, dan wawancara.

Pemilihan *community writer* kategori *verified writer* berdasarkan pertimbangan bahwa penulis kategori tersebut sudah lebih banyak menuliskan konten di IDN Times dibandingkan dua kategori lainnya. Peneliti memilih kategori *News* dengan pertimbangan bahwa kategori tersebut paling penting untuk dilihat nilai berita dan prinsip jurnalistiknya dan pemilihan kategori *Hype* dengan alasan muatan konten yang sedang ramai diperbincangkan namun lebih santai ditayangkan oleh IDN Times.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam kurun waktu 26 Maret - 31 Maret 2022, terbit 624 *News* di IDN Times dengan 107 berita tulisan *verified writer*. Peneliti melakukan analisis masing-masing satu berita pada 8 (delapan) penulis *verified writer* berdasarkan urutan dari banyaknya *News* yang tayang. IDN Times menayangkan berita *Hype* yang berisikan kategori *Entertaint*, *Humor*, *Viral*, *Throwback* dan *Fun Fact*. Peneliti melakukan analisis di kategori *Hype* sebanyak sembilan berita; 3 (tiga) berita kategori *Entertaint*, 3 (tiga) berita kategori *Humor*, 1 (satu) berita kategori *Viral*, 1 (satu) berita kategori *Throwback*, dan 1 (satu) berita kategori *Fun Fact*.

3.1 Prinsip Jurnalistik dalam Tulisan Kategori *News*

Peneliti melakukan analisis terkait penerapan 9 (sembilan) prinsip jurnalisme menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam tulisan *community writer* di IDN Times. Jurnalis amatir maupun profesional penting untuk mengamalkan elemen jurnalistik dalam kegiatan menulis di media *online* yang dikonsumsi publik, bertujuan untuk mengetahui prinsip dan etika berkomunikasi dalam tulisan [5].

Berita 1 dengan judul *Cuaca Jabodetabek 1 April 2022: Jakarta Berawan Sepanjang Hari*, tulisan *community writer* Timmy Si Robot, memenuhi satu prinsip jurnalistik yaitu prinsip keenam: memberikan ruang bagi publik untuk kritik. IDN Times menyediakan kolom komentar di setiap tulisan yang ditayangkan, termasuk dalam berita 1, berita 2, berita 3, berita 4, berita 5, berita 6, berita 7, dan berita 8 walau tidak ditemukan komentar dari publik. Delapan prinsip jurnalistik lainnya tidak ditemukan, sebab kedelapan prinsip ini cenderung bisa ditemukan dalam tulisan yang merupakan hasil liputan langsung penulisnya. Penulis berita 1 tidak melakukan liputan langsung melainkan mengambil data dari sumber lain.

Berita 2, berita 3, berita 4, berita 5, berita 6, berita 7 dan berita 8 hanya memenuhi dua prinsip jurnalistik yaitu prinsip keenam, jurnalis ataupun media memberikan ruang bagi publik untuk memberikan kritik, serta prinsip ketujuh yaitu jurnalis harus mampu membuat hal penting menjadi menarik dan relevan. Prinsip ketujuh mengkaji persoalan pengetahuan jurnalis tentang komposisi, etika, dan naik turunnya emosi pembaca. Relevansi dari berita 2, berita 3, berita 4, berita 5, berita 6, berita 7, dan berita 8 dapat dilihat dari isu yang diangkat. Berita 2 tulisan Rahmah N dengan judul “*Shanghai Terapkan Lockdown Skala Besar, Seperti Wuhan di Awal Pandemi*” mengangkat isu yang relevan dengan situasi saat ini, yakni pandemi yang memang masih belum berakhir di beberapa negara dunia.

Enam prinsip jurnalistik lainnya tidak ditemukan dalam tulisan *News* yang peneliti analisis. Enam prinsip jurnalistik tersebut meliputi kewajiban jurnalisme pertama adalah berpihak pada kebenaran, loyalitas pertamanya kepada publik, esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi, jurnalis harus menjaga independensi dari objek liputannya, jurnalis memposisikan dirinya sebagai pemantau independen kekuasaan, jurnalis harus membuat berita yang komprehensif dan proporsional, serta jurnalis diizinkan untuk mendengarkan hati nurani personalnya. Faktor utama tidak ditemukannya keenam prinsip jurnalistik tersebut adalah bahwa *community writer* tidak melakukan liputan langsung.

3.2 Prinsip Jurnalistik dalam Tulisan Kategori *Hype*

Peneliti melakukan analisis prinsip jurnalistik dalam sembilan tulisan kategori *Hype*, di mana kesembilan tulisan hanya memenuhi satu prinsip jurnalistik. Prinsip jurnalistik yang ada dalam sembilan tulisan yang peneliti analisis yaitu prinsip keenam, memberikan ruang bagi publik untuk memberikan kritik. Forum bagi publik untuk saling kritik bisa ini dilihat dari tersedianya kolom komentar di idntimes.com, walaupun di kesembilan tulisan terkait tidak ditemukan adanya komentar publik.

3.3 Nilai Berita dalam Tulisan Kategori *News*

Pentingnya mengetahui nilai berita dalam satu tulisan ialah sebagai tolok ukur kelayakan satu peristiwa untuk disebarluaskan, seperti yang dinyatakan oleh Charnley (1979), “*News is the timely report of fact or opinions that hold interest or importance, or both, for a considerable number of people.*” Charnley juga menjelaskan bahwa suatu peristiwa atau opini dikatakan penting jika mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi pembaca atau penontonnya.

Berita 1 “*Cuaca Jabodetabek 1 April 2022: Jakarta Berawan Sepanjang Hari*” tulisan *Community Writer* dengan nama Timmy Si Robot memenuhi tiga nilai berita *timeless*, *impact*, dan *proximity*. Berita 1 mengandung keaktualan masalah, tempat, dan waktu, sebab menginformasikan perkiraan cuaca di Jabodetabek untuk 1 April 2022 “...*BMKG memprediksi*

cuaca di sejumlah kota tersebut mayoritas cerah berawan...” Memiliki nilai dampak bagi khalayak dan nilai kedekatan geografis, khususnya masyarakat Jabodetabek yang membutuhkan informasi prakiraan cuaca. Nilai berita *prominence, conflict, the unusual* dan *situations that are being talked about* tidak ditemukan dalam berita 1. Hal ini dikarenakan berita 1 tidak menjelaskan mengenai ketokohan ataupun institusi, info cuaca bukanlah konflik, tidak mengandung nilai keanehan, dan bukanlah isu yang sedang hangat dibicarakan.

Berita 2, berita 5, berita 6 dan berita 7 memenuhi enam nilai berita *timeless, impact, proximity, conflict, the unusual*, dan *situations that are being talked about*. Berita 2 “*Shanghai Terapkan Lockdown Skala Besar, Seperti Wuhan di Awal Pandemi*” tulisan *community writer* Rahmah N memiliki nilai aktual waktu, sebab pandemi masih berlangsung. Memiliki nilai dampak, sebab pandemi belum selesai bagi hampir seluruh masyarakat dunia dan dampak dari *lockdown* skala besar bagi Shanghai. “*Jika Shanghai, kota ini berhenti total, akan ada banyak kapal kargo internasional yang terapung di Laut China Timur,*” kata Wu Fan, pakar medis dari gugus tugas pandemi, dikutip dari *The Guardian*.” Nilai kedekatan dalam berita 2 bisa dilihat dari segi kedekatan emosional. Hal ini sangat bernilai karena berkenaan dengan pandemi yang juga dirasakan masyarakat Indonesia bahkan dunia. Berita ini menyajikan konflik yang jelas, yakni terkait pandemi. “*...Sejauh ini, China telah melaporkan 1.282.082 kasus virus corona yang dikonfirmasi dan 12.058 kematian terkait COVID-19*”. Nilai keanehan dan *on trending* dalam berita 2 dapat dilihat terkait kebijakan *lockdown* skala besar yang tidak dilakukan setiap negara sekaligus isu pandemi juga masih menjadi topik yang hangat diperbincangkan.

Berita 3 “*Menuju Net Zero Emission, Indonesia Siapkan Energi Ramah Lingkungan*” tulisan Kiswanto Sugeng memenuhi empat nilai berita *timeless, impact, proximity*, dan *situations that are being talked about*. Berita 3 tidak memenuhi nilai berita *prominence, conflict*, dan *unusual*. Berita 4 dengan judul “*5 Alasan Rudal Balistik Iskander Rusia Mematikan*” tulisan Karl Gading S. menjadi satu-satunya tulisan yang memenuhi ketujuh nilai berita yaitu *timeless, impact, prominence, proximity, conflict, the unusual* dan *situations that are being talked about*. Memenuhi nilai berita aktual, yaitu aktual masalah yang dibahas terkait alasan rudal balistik Iskander Rusia mematikan yang disajikan lengkap dengan bukti alasannya.

Berita 4 dan berita 5 “*Bantu Rusia, Ossetia Selatan Kirim Pasukan untuk Perangi Ukraina*” tulisan Pri Saja memenuhi nilai konflik, kedekatan, keanehan, dan ramai dibicarakan. Walaupun peperangan yang diberitakan terjadi antara Rusia dan Ukraina, yang jika diukur dari kedekatan geografis tidak terbilang dekat, pemberitaan ini tetap memiliki nilai berita kedekatan dari sisi emosional atau kemanusiaan. Berbeda dengan berita 4 yang memenuhi ketujuh nilai berita, berita 5 sendiri hanya memenuhi enam nilai berita yaitu *timeless, impact, proximity, conflict, the unusual*, dan *situations that are being talked about*. Berita 6 dengan judul “*Serangan ISIS di*

Hadera, 2 Pasukan Israel Terbunuh” tulisan Zidan Patrio memenuhi enam nilai berita *timeless, impact, proximity, conflict, the unusual* dan *situations that are being talked about*. Berita 7 dengan judul *“Ditekan Barat, China Tetap Ogah Pilih Kubu di Konflik Ukraina-Rusia*” tulisan Anoraga Ilafi memenuhi enam nilai berita *timeless, impact, proximity, conflict, the unusual* dan *situations that are being talked about*.

Berita 8 dengan judul *“Parlemen Bulgaria setuju untuk menghapus skema paspor emas, apakah itu?”* tulisan Brahm memenuhi lima nilai berita *timeless, impact, proximity, conflict*, dan *the unusual*. Berita 8 mengandung keaktualan masalah, menginformasikan bahwa Parlemen Bulgaria menyetujui penghapusan skema paspor emas. *“...Parlemen Bulgaria setuju untuk menghapus skema paspor emas...”* Nilai dampak dari berita 8 dilihat dari informasi yang diberitakan, yakni mengenai kebijakan (terkait paspor emas) yang menguntungkan orang kaya non-Uni Eropa. Berita 1, berita 2, berita 3, berita 5, berita 6, berita 7 dan berita 8 tidak memenuhi nilai berita *prominence* atau nilai keagungan, sebab tidak menceritakan keagungan figur ataupun wilayah tertentu melainkan fokus terhadap informasi yang diberitakan. Tidak ditemukan nilai berita *prominence* dalam tulisan *News* dilatarbelakangi topik yang diangkat kebanyakan mengenai konflik Rusia dengan Ukraina yang sedang hangat dibicarakan.

3.4 Nilai Berita dalam Kategori *Hype*

Tulisan *Hype* kategori *Entertainment* 1 oleh Marissa dengan judul *“9 Potret Bahagia Dimas Anggara dan Nadine Momong Baby Djiwa, Gemas!”* memenuhi satu nilai berita, yaitu keaktualan masalah. Tulisan ini bersifat aktual, yakni menginformasikan bahwa pasangan selebriti Dimas Anggara dan Nadine Chandrawinata telah memiliki anak. Nilai berita lainnya, di antaranya nilai dampak, keagungan, kedekatan, konflik, keanehan, dan sedang ramai dibicarakan tidak ditemukan dalam tulisan *Hype* kategori *Entertainment* 1.

Tulisan *Hype* lainnya yang peneliti analisis tidak memenuhi satupun nilai berita. Nilai aktual dan dampak tidak dapat diidentifikasi dari tulisan *Hype* kategori *Entertainment* 2 & 3, kategori *Humor* 1, 2 & 3, kategori *Viral* dan kategori *Throwback*. Tulisan *Hype* kategori *Entertainment* 2 & 3 dan kategori *Viral*, sesuai dengan judulnya *“Adem Lihatnya! 9 Potret Anak Artis yang Sudah Pakai Hijab”* *“9 Potret Lucinta Luna Mengenakan Perban”* dan *“10 Konten Video Review Mainan ala Medy Renaldy, Digemari Anak Muda”* hanya menampilkan foto selebriti terkait dengan sedikit penjelasan. *“...sederet anak artis di bawah ini pun tampil santun dalam balutan hijab”* *“...Lucinta Luna mengaku menjalani operasi wajah dan kepala di Korea.”*

Tulisan kategori *Humor* yang berisikan guyonan juga tidak bisa dikatakan memiliki nilai aktual, seperti tulisan *“10 Jawaban Tak Terduga Saat Ditanya Kapan Nikah, Ada Aja Ngelesnya!”* sebab hanya menyajikan jawaban warganet Twitter saat ditanya kapan nikah dan tidak dapat dipastikan hal tersebut benar-benar terjadi *“...jawaban di bawah ini bisa jadi jawaban kamu*

saat pertanyaan itu muncul...” Terkait nilai dampak, tulisan *Hype* kategori *Entertainment* 2 & 3, kategori *Humor* 1, 2 & 3, kategori *Viral* dan kategori *Throwback* tersebut hanya menayangkan beberapa foto publik figur atau hal lainnya yang tidak berupa peristiwa dan tidak memberikan dampak bagi pembacanya. Padahal menurut Melvin Mencher, informasi yang disampaikan dalam berita, oleh media harus memiliki target khalayak dengan jangkauan yang luas. Contohnya tulisan *hype* kategori *Entertainment* 2 dengan judul “Adem Lihatnya! 9 Potret Anak Artis yang Sudah Pakai Hijab” hanya menyajikan 9 foto anak artis yang memakai hijab tanpa menjelaskan kepentingan atau dampak dari peristiwa tersebut bagi khalayak.

Tulisan *Hype* kategori *Entertainment* dan kategori *Viral* walaupun menampilkan foto selebriti, tidak menceritakan nilai *prominence* atau keagungan selebriti yang diberitakan. Kesembilan tulisan *Hype* yang peneliti analisis tidak memiliki nilai kedekatan bagi khalayak, baik kedekatan geografis maupun kedekatan emosional. Contohnya tulisan “Bukan Egois, 10 Meme Gak Peduli Urusan Orang Ini Bikin Bengek!” yang tidak memiliki nilai kedekatan emosional bagi pembacanya. Tidak satupun tulisan *Hype* yang peneliti analisis memiliki nilai konflik, melainkan hanya berupa informasi yang disajikan sebagai hiburan. Begitu pula dengan nilai berita keunikan (*unusualness*) yaitu keluarbiasaan suatu kejadian, tidak ditemukan dalam tulisan *Hype*.

Ketidakberadaan nilai berita dalam tulisan *Hype* oleh *community writer* besar dipengaruhi oleh sajian berita yang kebanyakan hanya menampilkan foto tanpa narasi yang jelas. Fokus tulisan *Hype* lebih kepada tampilan foto tanpa latar belakang kisah dan permasalahan yang konkret. Isu yang diangkat juga bukanlah peristiwa yang aktual maupun sedang hangat dan tidak memberikan dampak bagi khalayak.

4. Kesimpulan

Tulisan *community writer* di IDN Times kategori *News* memenuhi dua prinsip jurnalistik yaitu prinsip keenam; memberikan ruang bagi publik untuk memberikan kritik dan prinsip ketujuh; membuat hal penting menjadi menarik dan relevan. Sedangkan kategori *Hype* hanya memenuhi satu prinsip jurnalistik keenam, yaitu memberikan ruang bagi publik untuk memberikan kritik. Prinsip jurnalistik lainnya tidak ditemukan dalam tulisan *community writer*, karena penulis tidak melakukan liputan langsung melainkan melansirnya dari media lain dan tidak melakukan konfirmasi pada sumber terkait.

Tulisan *community writer* di IDN Times kategori *News* memenuhi tiga hingga ketujuh nilai berita, dengan nilai berita yang ditemukan adalah *timeless*, *impact*, dan *proximity*. *Timeless* ditemukan dalam setiap tulisan *News* sebab menyajikan informasi yang aktual dari sisi permasalahan dan waktu. *Impact* atau dampak yang disajikan dalam tulisan *News* juga dituliskan dengan jelas dalam isi berita dan *proximity* atau kedekatan ditemukan dari sisi

kedekatan kemanusiaan. Tulisan *community writer* kategori *Hype* hanya satu yang memenuhi nilai aktual, sementara tulisan lainnya tidak mengandung nilai berita melainkan hanya bersifat informasi atau hiburan.

REFERENCES

- [1] Shandy, R., Jhanattan, M., & Wenats, A.G.E. (2020). Komodifikasi pekerja lepas di industri media online. *Jurnal Komunika*, 9(2): 74 – 83. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3219>
- [2] Kovach, B. & Rosenstiel. (2011). *The elements of journalism*. Crown.
- [3] Fadli, A. M. (2017). Penerapan kode etik Dewan Pers di media siber. *Al- Khitabah*, 3(3): 161-174. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/view/5513>
- [4] Handayani, D. (2017). *Peran jurnalisme warga (citizen journalism) berbasis santri*. *Mediakita*, 1(2): 141-155. [10.30762/mediakita.v1i2.363](https://doi.org/10.30762/mediakita.v1i2.363)
- [5] Harnita, P.C. (2015). Elemen Jurnalistik juga untuk Blogger? *Interaksi*, 4(1): 82 – 89. https://www.academia.edu/84351048/Elemen_Jurnalistik_Juga_Untuk_Blogger