

Digital Content Writer di Indonesia

Mata Kuliah : Technopreneurship Digital Content



Dosen Pengampu:

Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT

Oleh:

Bella Fransiska Santosa 1151700198

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

2020

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital saat ini telah sampai pada era industri 4.0 dan telah membawa banyak perubahan serta memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Pada industri 4.0 ini, semua bidang mengalami perubahan dalam bentuk digital atau istilah lainnya adalah digitalisasi. Era digital membuat manusia memiliki kebiasaan baru yang tidak bisa terlepas dari perangkat elektronik. Kemajuan teknologi ini dapat membantu meringankan dan mempermudah pekerjaan yang mereka miliki.

Semakin canggihnya teknologi digital masa kini membuat perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju telah banyak bermunculan. Berbagai kalangan telah dimudahkan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan terkendali (Hasanah 2018).

Teknologi digital yang semakin canggih dapat membawa perubahan besar bagi dunia. Manusia dari berbagai kalangan dimanjakan oleh kemudahan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan terkendali. Teknologi akan terus bergerak ibarat arus laut yang terus berjalan ditengah-tengah kehidupan manusia. Maka tidak ada pilihan lain selain menguasai dan mengendalikan teknologi dengan baik dan benar agar memberi manfaat yang sebesar-besarnya (Setiawan 2017).

Kehadiran teknologi digital memunculkan sebuah istilah baru, yakni *digital content*. Terdiri dari dua kata, *digital* dan *content*, yang berarti sebuah konten dalam beragam bentuk format baik itu teks, gambar, tulisan, video, audio atau sebuah kombinasi yang diubah dalam bentuk digital sehingga konten tersebut dapat dengan mudah dibaca dan dibagikan melalui *platform* media digital seperti laptop, tablet, dan *smartphone* (Supangat 2020). Dapat juga dikatakan segala konten apapun, selama konten tersebut bisa dengan mudah dibaca, dibagikan, dan digunakan menggunakan teknologi digital seperti laptop, komputer, atau *smartphone*, maka hal itu merupakan *digital content* (Digital Content dan Learning Object Apa Bedanya 2019).

Persebaran *digital content* di Indonesia sendiri juga cukup banyak. Beberapa orang memanfaatkan teknologi digital untuk menyebarkan konten yang mereka buat baik itu berkaitan dengan bisnis, pendidikan, hingga *personal branding*. Ditambah lagi kehadiran media sosial yang dapat memperluas jangkauan konten yang mereka bagikan agar bisa dilihat banyak orang.

Jika sudah seperti ini, maka konten yang dibuat sebaiknya tidak asal-asalan agar orang lain yang melihat konten tersebut akan tertarik. Untuk itulah dibutuhkan seorang *content writer* untuk mewujudkan hal tersebut.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berasal dari jurnal berjudul “Keterampilan Content Writer Sebagai Penunjang Profesi Hubungan Masyarakat di Era Cyber” oleh Rachmawati Windyaningrum yang kemudian dijadikan buku dengan tajuk “Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Menghadapi Revolusi Industri 4.0” terbitan Buku Litera Yogyakarta pada tahun 2019.

Content writer menjadi fenomena profesi yang diminati kalangan profesional muda pada era digital. *Content writer* sendiri merupakan bagian dari profesi pemasaran maupun periklanan yang bersifat digital. Hal tersebut dibutuhkan karena munculnya *platform* digital yang menyediakan ruang maya untuk kebutuhan pemasaran dan bisnis. Terlepas dari kebutuhan pemasaran dan bisnis, *content writer* dalam dunia komunikasi sangat dibutuhkan pada kegiatan penulisan media. Tentu saja yang menjadi fokus dalam kegiatan penulisan media mengerucut pada penggunaan media digital, seperti situs (*website*), *blog*, portal berita, *market place*, hingga jejaring sosial. Dengan demikian jumlah pengunjung (situs atau blog) akan tetap atau bertambah. Jasa *content writer* ini didasari atas keterampilan seseorang dalam membuat penulisan konten berita maupun artikel pada situs digital (Windyaningrum 2019).

keterampilan *content writer* sangat diperlukan bagi perusahaan, instansi atau lembaga. Berdasarkan hasil situs pencari kerja jobstreet.co.id terdapat 746 lowongan pekerja terkait *content jobs* untuk perusahaan, lembaga kreatif, dan freelance. Selain itu, hingga bulan Juli 2019 pada situs id.linkedin.com terdapat 114 posting terkait pekerjaan *content writer* di Indonesia. Antusias perusahaan maupun instansi kepada keterampilan ini cukup diminati, hal ini tidak terlepas dari keterampilan menulis sebuah konten (Windyaningrum 2019). Aktivitas *content writer* juga dijadikan bagian yang mengelola situs dan jejaring sosial. Pada media sosial tersebut, *content writer* harus memastikan konten yang dibuat akan menarik dan sesuai dengan karakteristik masing-masing media sosial.

Pembahasan

Content writer atau sebutan dalam bahasa Indonesia adalah penulis konten, sebelum media digital berkembang, biasanya banyak dijumpai pada agensi periklanan, surat kabar maupun majalah. Pada media tersebut (*offline media*) *content writer* difungsikan sebagai penulis konten-konten untuk artikel. Seiring berjalannya waktu, muncullah teknologi digital yang kemudian menghadirkan media sosial sehingga pekerjaan seorang *content writer* pun ikut berkembang. Pada era digital seperti saat ini, *content writer* adalah seorang penulis profesional yang memproduksi konten-konten menarik di media online. Konten ini bisa berbentuk artikel, blog, kiriman di sosial media, atau apapun yang ditulis berbasis *online*. Selain menulis, seorang *content writer* juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan agar *website*, gambar, tulisan yang dibuatnya selaras dan berkaitan (Windyaningrum 2019).

Adanya pergeseran menuju komunikasi elektronik yang berarti penulis konten sekarang harus mengembangkan keterampilan dan memperoleh pengetahuan baru untuk menulis konten, tidak hanya untuk edisi tercetak tetapi juga untuk media *online* (Marcia 2019). Akan tetapi, panduan penulisan konten yang ada belum dapat dimengerti penulis, penulis membutuhkan alat untuk membantu mereka menyesuaikan diri dengan panduan yang sering tidak jelas, banyak kontradiktif, atau sulit diterapkan. Oleh karena itu, *content writer* lebih banyak disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan ataupun instansi sebagai pengguna jasa (Windyaningrum 2019).

Di era yang serba *digital* seperti sekarang ini, media sosial menjadi salah satu aspek penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Perlu pula dikembangkan interaksi dua arah dengan milenial agar fasilitas pengembangan *skill* bisa benar-benar menjawab kebutuhan baik itu dari pasar maupun dari minat dan bakat kaum muda sebagai subjek pembangunan. Di Indonesia, penyebaran konten terbilang cukup mudah (Windyaningrum 2019). Pada media sosial Facebook contohnya, banyak orang yang tertarik untuk membaca cerita fiksi yang diunggah oleh pengguna lain. Meskipun tidak semua bagian cerita ditampilkan hingga selesai, karena itu merupakan promosi untuk sebuah aplikasi penyedia cerita. Tak sedikit pengguna yang sampai mengunduh aplikasi tersebut karena penasaran dengan kelanjutan cerita. Jika hal seperti ini sampai terjadi, maka bisa dikatakan *content writer* tersebut berhasil menjalankan tugasnya dengan baik.

(Windyaningrum 2019) Kunci terpenting dari keterampilan *content writer* pada media digital dengan menggunakan prinsip dan teknik untuk menulis konten pada dasarnya sama

yang terpenting jelas, ringkas, dan kredibel. Berikut ini empat langkah untuk menulis konten, diantaranya :

1. Menemukan ide, mencari ide semenarik mungkin, agar mampu menarik minat pembaca.
2. Mengumpulkan informasi, mengumpulkan informasi dari berbagai sumber terpercaya, ahli, serta bidangnya sesuai dengan topik yang akan disajikan.
3. Mengumpulkan bahan atau data. Data dikumpulkan sesuai dengan informasi yang didapatkan.
4. Mulai menulis. Tentukan judul *headline* semenarik mungkin pada tulisan yang akan dipublikasi.

Selain empat hal yang telah disebutkan di atas, menjadi *content writer* khususnya di Indonesia juga harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan isi konten tersebut dengan target *audience*. Mengingat tidak semua masyarakat di Indonesia memiliki latar belakang yang sama, jadi konten yang dibuat juga harus menyesuaikan dengan *audience* agar bisa dimengerti dengan baik. Orisinalitas juga dibutuhkan dalam membuat konten. Selain agar tidak memperburuk citra perusahaan, orisinalitas juga berfungsi untuk mengasah kemampuan seorang *content writer* untuk mengembangkan materi yang ada sehingga bisa menjadi sebuah konten yang menarik dan tidak pasaran.

Berdasarkan informasi yang dilansir dalam laman glints.com, *content writer* terbagi dalam beberapa jenis. Selain diwajibkan untuk membuat tulisan yang mudah dipahami dan menarik, seorang *content writer* juga memastikan agar tulisan yang dibuat dapat muncul di pencarian teratas oleh mesin pencari. Hal ini merupakan tugas dari seorang *SEO writer* (*search engine optimization*). Seorang *content writer* tidak melulu membuat berita, ia juga bisa menulis *feature* atau tulisan lain yang sifatnya lebih santai dan menghibur para pembaca. Biasanya *writer* dalam bidang jurnalistik bekerja di portal berita atau media atau *website online* (Jessica 2020).

Selanjutnya adalah *generalist writer* yang bertugas untuk membuat konten sebanyak-banyaknya tanpa adanya tema yang ditentukan. Biasanya konten yang mereka buat bertujuan untuk menciptakan *awareness* akan sebuah *brand*. *Technical writer* harus memiliki kemampuan tinggi dalam mengintepretasikan informasi yang sangat kompleks menjadi tulisan yang lebih mudah dimengerti oleh orang awam. *Technical writer* biasanya menulis untuk

manual guide produk. Terakhir adalah *social media content writer*. Konten yang dibuat untuk media sosial meski terkesan sederhana tapi tidak boleh dianggap sepele. Konten yang dibuat harus mengikuti tren tapi juga tidak lepas dari jati diri atau konsep perusahaan dan juga bisa menarik perhatian pengguna media sosial (Jessica 2020).

Dengan adanya media sosial dapat membantu *content writer* untuk menyebarluaskan konten mereka. Media sosial bisa dengan cepat menaikkan sebuah konten dan membuatnya viral jika kita tahu caranya. Hanya saja hal semacam ini termasuk dalam budaya kontemporer yang berarti cepat sekali naik namun juga cepat sekali turun. Agar sebuah konten dapat bertahan di posisi puncak cukup lama, *content writer* harus memiliki kreativitas tinggi dan senantiasa membuat hal-hal baru untuk mengeksplorasi konten yang mereka buat. Kemampuan *content writer* harus selalu diasah agar tetap bisa mengikuti arus pasar dan konten-konten yang dibuat tidak monoton.

Kesimpulan

Dalam era digital, *content writer* sangat dibutuhkan untuk membuat konten digital. Banyak anak muda yang mulai mendalami keterampilan penulisan konten serta pembuatan ide publikasi digital untuk menarik antusias warga digital. Terbukti dengan banyaknya penyedia jasa *freelance content writer* yang ada pada laman pencari kerja seperti projects.co.id atau [sribulancer](https://sribulancer.com). Meski terkesan mudah dipelajari, ada baiknya seseorang yang memang berniat mendalami keterampilan mengenai *content writer* juga memunculkan pembeda yang ada dalam dirinya.

Seorang *content writer* harus memiliki ciri khas yang membedakan dirinya dengan *content writer* lainnya. Hal ini dilakukan untuk menambah *point plus* di mata *client*. Orisinalitas dan kebaruan juga diperlukan agar konten tetap bertahan di urutan atas serta tidak monoton sehingga *audience* akan tertarik.

Daftar Pustaka

- “Digital Content Dan Learning Object Apa Bedanya.” 2019. *Binus University*. binus.ac.id.
- Hasanah, Susilahudin Putrawangsa & Uswatun. 2018. “INTEGRASI TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PEMBELAJARAN DI ERA INDUSTRI 4.0 Kajian Dari Perspektif Pembelajaran Matematika.” *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Pendidikan* 16: 43.
- Jessica, Chrissila. 2020. “Apa Itu Content Writer.” : Glints.
<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-writer/>.
- Marcia, Patricia. 2019. “Peluang Bisnis Content Creator Di Kalangan Milenial Dan Era Digital.” *Binus University*. <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/peluang-bisnis-content-creator-di-kalangan-milenial-dan-era-digital/>.
- Setiawan, Wawan. 2017. “Era Digital Dan Tantangannya.” In *Era Digital Dan Tantangannya*, , 1.
- Supangat. 2020. *Pertemuan Keempat - Digital Content*.
- Windyaningrum, Rachmawati. 2019. *Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Menghadapi Revolusi Industri 4.0*.