



Kompetensi Jurnalis *Freelance* pada Era Jurnalistik Kontemporer

Anisa Fitriani^{1*}, Dadan Suherdiana¹, Acep Muslim¹

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : anisafitriani442@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui Bagaimana kompetensi jurnalis freelance terhadap pola kerja dalam menghasilkan konten berkualitas; (2) Bagaimana kompetensi jurnalis freelance dalam memelihara kredibilitas pada era jurnalistik kontemporer; (3) Bagaimana kompetensi jurnalis freelance untuk meningkatkan keterampilan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan Teori Kredibilitas Sumber (Source Credibility Theory) yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa jurnalis *freelance* kompeten dalam bidang jurnalistik. Jurnalis *freelance* kompeten dalam pola kerja, dimana jurnalis *freelance* mampu membangun pola kerja yang efektif dengan memahami tema, melakukan riset, menulis berita, dan melakukan revisi juga pengaturan waktu yang baik. Pada kredibilitas jurnalis *freelance* mampu memelihara kredibilitas dengan verifikasi informasi, memahami standar operasional prosedur, dan memiliki personal branding yang baik. Kemudian dalam keterampilan jurnalis *freelance* mampu meningkatkan keterampilan dengan memantau perkembangan berita dan mempelajari media pembelajaran jurnalistik.

Kata Kunci : Kompetensi; Jurnalis *Freelance*; Kredibilitas; Jurnalistik Kontemporer

ABSTRACT

This research aims to find out how freelance journalists' competencies relate to work patterns in producing quality content; (2) How freelance journalists' competencies in maintaining credibility in the contemporary journalistic era; (3) How freelance journalists' competencies to enhance skills. The method used is descriptive qualitative with Source Credibility Theory by Hovland, Janis, and Kelley. The results of this research show that freelance journalists are competent in the field of journalism. Freelance journalists are competent in work patterns, where freelance journalists are able to build effective work patterns by understanding themes, conducting research, writing news, and carrying out revisions as well as good time management. In terms of credibility, freelance journalists are able to maintain credibility by verifying information, understanding standard operational procedures, and having good personal branding. Then the skills of freelance journalists are able to improve their skills by monitoring news developments and studying journalistic learning media.

Keywords : Competence; Freelance Journalist; Credibility; Contemporary Journalism

PENDAHULUAN

Perkembangan jurnalisme yang semula dianggap sebagai keterampilan, kini telah bertransformasi menjadi alat pembelajaran dan penelitian ilmiah. Jika jurnalisme dianggap sebagai sebuah keterampilan, maka jurnalis adalah seseorang yang benar-benar memiliki bakat menulis. Tulisan jurnalis akan menunjukkan kepada pembaca tingkat pengetahuan, keahlian, dan pengalaman seorang jurnalis. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perkembangan media sosial, muncul penulis-penulis yang memilih menjadi *freelance*, mereka tidak terikat dengan satu media saja. Media mengapresiasi mereka dengan bayaran yang murah dan tak memungkirinya karena menulis merupakan hobi sekaligus mengisi waktu luang saja yang kesenangan materinya tidak bisa diukur.

Bekerja di lapangan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah tugas bagi seorang jurnalis. Merekalah yang menentukan apakah media massa tempat mereka bekerja mempunyai nilai. Kredibilitas media ditentukan oleh kualitas tim jurnalis di lapangan. Dengan kata lain, jurnalis merupakan salah satu ujung tombak publikasi atau penerbitan. Jurnalis dapat merekonstruksi setiap aspek kehidupan manusia melalui diskusi yang terdiri dari huruf, kata, dan rangkaian kalimat (Wibawa, 2012).

Penelitian ini berfokus pada kompetensi yang dimiliki jurnalis *freelance* pada era jurnalistik kontemporer. Latar belakang penelitian ini adalah adanya anggapan mengenai kinerja jurnalis *freelance* yang diragukan oleh segelintir orang dengan alasan jurnalis *freelance* banyak yang tidak memiliki latar belakang pendidikan formal di bidang jurnalistik. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengetahui dan memahami bagaimana jurnalis *freelance* dalam membuat berita dan bagaimana jurnalis *freelance* memperhatikan kredibilitas yang harus dimiliki seorang jurnalis karena melalui karya tulis yang dihasilkan oleh jurnalis *freelance* pembaca akan menilai apakah jurnalis dapat dikatakan kredibel dan kompeten dalam bidang jurnalistik.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa jurnalis harus memiliki kompetensi dan memahami kredibilitas. Azzahra Dinda Pratiwi (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022) menemukan jurnalisme warga Infomjlk memiliki kredibilitas ditinjau dari dimensi *believability* atau berdasarkan transparansi sumber yang diambil, jurnalisme warga Infomjlk memiliki kredibilitas ditinjau dari dimensi *accuracy* atau berdasarkan ketepatan informasi yang dipublikasikan. Faizah Nurhidayah (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022) menemukan media Opini.id tidak memenuhi syarat untuk disebut sebagai media yang kredibel dalam dimensi bias, akurasi dan kelengkapan berita. Azwar Basir (UIN Alauddin Makassar, 2014) menemukan adanya penerapan kode etik jurnalis oleh anggota AJI (Aliansi Jurnalis Independen) namun ada beberapa anggota AJI yang melanggar kode etik jurnalis disebabkan kebutuhan jurnalis belum terpenuhi sehingga

profesionalisme menurun. Muhammad Hadi Fathoni (Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2020) meneliti jurnalis freelance foto yang dapat dikatakan sudah mengimplementasikan pasal demi pasal kode etik foto jurnalistik dengan baik, namun ada beberapa foto yang diambil pada isu liputan demo omnibus law berbagai kota di Indonesia pada 2020 lalu yang membuat masyarakat awam sedikit ambigu. Noniya Dewinta Anggi Ritonga (Universitas Sumatera Utara, 2023) menemukan dua tulisan *community writer* kategori *Hype* memenuhi nilai berita *Timeless*, satu tulisan memenuhi nilai berita impact dan tidak ditemukan satupun nilai berita dalam tulisannya.

Penelitian ini menggunakan konsep pemikiran Hovland, Janis, dan Kelley dalam bukunya *Communication and Persuasion* (1953) yang berasumsi bahwa orang akan lebih mungkin dipersuasi ketika komunikasi atau orang yang menyampaikan pesan komunikasi menunjukkan dirinya sebagai orang yang kredibel. Pada pemikiran ini akan membahas kompetensi yang dimiliki jurnalis *freelance* dapat dikatakan kredibel.

Lokasi penelitian ini mencakup beberapa wilayah berbeda yang berjarak jauh seperti, negara Singapura, Jepang kemudian kota Lampung dan Gorontalo. Wawancara dengan sebagian informan tersebut dilakukan secara online melalui platform WhatsApp, Discord, dan Google Formulir, meskipun demikian wawancara bersama informan tersebut dapat memungkinkan akses yang fleksibel dan interaktif meskipun berada di lokasi yang berbeda namun, sebagian lainnya diundang untuk wawancara secara langsung, terutama yang berada di wilayah yang dapat dijangkau secara fisik dan berlokasi di Bandung. Pendekatan ini dipilih guna memfasilitasi partisipasi responden yang tersebar di berbagai wilayah, sehingga memperluas cakupan data.

Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Bagaimana kompetensi jurnalis *freelance* terhadap pola kerja dalam menghasilkan konten berkualitas? (2) Bagaimana kompetensi jurnalis *freelance* dalam memelihara kredibilitas pada era jurnalistik kontemporer? (3) Bagaimana kompetensi jurnalis *freelance* untuk meningkatkan keterampilan? Pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk menggali lebih dalam tentang fakta-fakta yang kompetensi yang dimiliki jurnalis freelance, serta dampaknya terhadap kualitas informasi yang diterima oleh publik.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif karena melibatkan interaksi dengan sumber data sekaligus memperoleh data untuk tujuan penelitian. Pendekatan kualitatif mengkaji fenomena-fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik melalui uraian dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alam tertentu dengan menggunakan berbagai metode alam (Moelong, 2017). Pendekatan kualitatif

memungkinkan peneliti untuk mendalami pemahaman tentang bagaimana jurnalis freelance melakukan tugas mereka, seperti pengeditan, verifikasi fakta, dan upaya – upaya lain yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pemberitaan.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berharga untuk mengubah pandangan-pandangan kurang berkenan mengenai jurnalis freelance yang juga dapat kompeten dalam bidang jurnalistik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga dalam pemikiran serta memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kompetensi jurnalis *freelance*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk pengembangan bagi jurnalis *freelance* untuk terus meningkatkan kompetensi mereka dan menjaga kredibilitas pada pemberitaan dengan memanfaatkan teknologi secara tepat dalam mencari kebenaran dan membuat karya jurnalistik yang terbaik serta mampu mempertanggung jawabkan setiap kegiatan yang dikerjakan.

LANDASAN TEORITIS

Dalam penelitian ini, digunakan Teori Kredibilitas Sumber (Source Credibility Theory) yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley dalam bukunya *Communication and Persuasion* (1953). Teori ini mengungkapkan sebuah pengaruh komunikator terhadap publik tingkat kredibilitas jurnalis yang dilihat dari karya tulisnya yang tentunya membuat publik tertarik dan percaya terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator oleh kemampuannya atau kompetensinya sendiri. Berdasarkan Teori Kredibilitas Sumber singkatnya, adalah bagaimana orang-orang memiliki pandangan yang berbeda ketika mendengarkan informasi yang diberikan dari sumber dengan kredibilitas tinggi atau rendah. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pemilihan kata-kata dan cara penyampaian pesan agar bisa dipercaya oleh semua orang (Hovland, C. I., & Weiss, W : 1951).

Adapun faktor-faktor kredibilitas yang diringkas oleh Yunus Winoto (2015) dari berbagai pendapat pakar komunikasi yaitu, faktor keahlian, faktor kepercayaan dan faktor daya tarik. *Pertama*, faktor keahlian yang merupakan tingkat penguasaan sumber yang dipersepsi khalayak mengetahui jawaban yang benar dan tepat pada pokok permasalahan. Keahlian juga bergantung pada keterlatihannya, pengalamannya, kemampuannya dan status sosialnya, jadi seorang sumber dikatakan ahli adalah seorang yang pengetahuannya diakui dan dipercaya tentang pokok permasalahan. Dalam hal ini faktor keahlian merupakan hal yang disoroti pada kinerja jurnalis *freelance*.

Kemudian *kedua*, faktor keterpercayaan dapat diartikan sebagai tingkat pengakuan sumber yang dipersepsi sebagai yang memotivasi untuk mengkomunikasikan pendiriannya tanpa prasangka. faktor keterpercayaan ini terkait dan dengan hal-hal yang melekat atau inheren dengan diri jurnalis freelance

seperti pengetahuan, keahlian, pengalaman, otoritas, integritas moral, kejujuran maupun yang tidak melekat dalam diri jurnalis *freelance* seperti faktor persepsi khalayak terhadap jurnalis *freelance*.

Faktor berikutnya adalah daya tarik sebagai salah satu komponen pelengkap dalam pembentukan kredibilitas sumber. Apabila sumber merupakan individu yang tidak menarik atau tidak disukai, persuasi biasanya tidak efektif. Kadang-kadang efek persuasi yang disampaikan komunikator yang tidak menarik bahkan dapat mengubah kearah yang berlawanan dengan yang dikehendaki (Azwar, 1995: hlm.76). Mengenai hal ini daya tarik yang menjadi pengaruh kompetensi jurnalis *freelance* terhadap karya tulis yang dihasilkan dan kemudian dapat diterima oleh klien atau redaktur pada suatu media.

Ada beberapa faktor umum mengenai kredibilitas, meliputi: (1) Pendidikan dan Pelatihan : Hal ini dapat dikatakan sebagai pembelajaran mendasar sebelum terjun ke dunia kerja. Karena tingkat pendidikan dan pelatihan jurnalis *freelance* dapat memengaruhi kredibilitas mereka. (2) Pengalaman Kerja : Pengalaman kerja dibutuhkan karena dalam industri jurnalistik, pengalaman kerja dapat meningkatkan kredibilitas seorang jurnalis *freelance*. (3) Etika Jurnalistik : Memiliki dan memahami bagaimana etika dalam dunia jurnalistik adalah hal yang penting. Karena penerapan kode etik jurnalistik ketika melaksanakan tugas sebagai jurnalis dapat memengaruhi kredibilitas seorang jurnalis *freelance*. (4) Kemampuan Menulis dan Meliput Berita : Kemampuan menulis berita secara obyektif dan kemampuan meliput berita secara menyeluruh juga memengaruhi kredibilitas seorang jurnalis *freelance*.

Seorang jurnalis dapat dikatakan kompeten apabila memiliki kredibilitas. Kredibilitas mengukur tingkat pemahaman seorang jurnalis. Kompetensi jurnalis adalah kemampuan jurnalis untuk memahami, menguasai dan melindungi profesi jurnalistik serta hak untuk menentukan (memutuskan) peristiwa dalam bidang jurnalistik. Ini tentang kesadaran, pengetahuan dan keterampilan. Standar kompetensi jurnalis merupakan pembentukan keterampilan profesional yang meliputi aspek pengetahuan, keterampilan/keahlian dan sikap kerja yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi jurnalistik (Dewan pers, 2017).

Jurnalis yang masuk kategori profesional sudah memiliki kesadaran etika dan hukum, kepekaan jurnalistik, pengetahuan umum, pengetahuan khusus dan teori jurnalistik serta ketrampilan peliputan atau 6 M (mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah serta menyebarluaskan informasi), ketrampilan menggunakan alat dan teknologi informasi, ketrampilan riset dan investigasi serta ketrampilan analisis dan arah pemberitaan. (Dewan Pers, 2017).

Profesionalisme yang dibutuhkan seorang jurnalis tidak hanya berupa ketekunan, kemampuan intelektual, dan kemahiran pemberitaan, namun yang terpenting adalah bagaimana mereka menyajikan fakta dan berusaha menjelaskannya kepada pembaca. Jurnalis tidak hanya harus menyajikan fakta, namun juga menjaga kebenaran fakta tersebut. Jurnalis yang baik adalah yang mampu mencium berita di balik tembok. Jurnalis harus peka terhadap setiap kejadian dan mampu memprediksi kejadian di masa yang akan datang. Namun kreativitas dalam olah tempat kejadian perkara (TKP) dan penulisan menjadi kunci utama kesuksesan seorang jurnalis. Dia harus mengenali setiap peristiwa dan melihatnya dari arah yang berbeda.

Dalam Buku berjudul "Jurnalistik dan Kebebasan Pers", Hamdan Daulay (2016) menjelaskan bahwa Seorang jurnalis dituntut untuk menjadi jurnalis yang profesional dalam melaksanakan tugasnya. Namun ada beberapa landasan moral yang menjadi landasan profesionalisme jurnalistik, (1) Otonomi berarti kebebasan mengambil keputusan sendiri dan berkembangnya organisasi yang mengatur diri sendiri. (2) Komitmen, dengan kata lain fokuslah pada layanan dibandingkan keuntungan ekonomi pribadi. (3) Keahlian, yaitu pemberian jasa yang unik dan esensial berdasarkan keterampilan intelektual dan pelatihan jangka panjang untuk memperoleh pengetahuan sistematis berdasarkan penelitian. (4) Tanggung jawab, yaitu kemampuan untuk memenuhi kewajiban hukum atau bertindak tanpa arahan dari atas, serta membuat dan menegakkan kode etik.

Karakteristik seperti kepercayaan, keahlian, dan daya tarik memainkan peran utama dalam menentukan kredibilitas suatu sumber. Misalnya, seorang jurnalis yang dianggap jujur dan berpengetahuan lebih besar kemungkinannya untuk dipercaya, sehingga pesannya lebih mungkin diterima. Teori ini telah banyak dipelajari dan diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk pemasaran, komunikasi politik, dan berbagi informasi online. Kredibilitas sumber merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku penerima pesan.

Berdasarkan teori kredibilitas sumber, jurnalis *freelance* dapat dipengaruhi dengan bagaimana karya jurnalistik mereka diterima oleh audiens. Menurut Teori Kredibilitas Sumber, orang cenderung lebih mudah dipengaruhi jika sumber informasi dianggap kredibel. Dalam konteks jurnalis *freelance*, kredibilitas sumber mereka akan memengaruhi sejauh mana masyarakat percaya dan menerima laporan yang mereka hasilkan. Jika seorang jurnalis *freelance* dianggap tidak kredibel, karyanya mungkin kurang dipercaya dan memiliki dampak persuasif yang lebih rendah. Sebaliknya, jika jurnalis *freelance* dianggap kredibel, karyanya cenderung lebih dipercaya dan memiliki dampak persuasif yang lebih besar. Oleh karena itu, menjaga kredibilitas sangat penting bagi jurnalis *freelance* agar karya jurnalistik mereka dapat memengaruhi publik secara positif.

Dengan memahami Teori Kredibilitas Sumber, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana kompetensi jurnalis *freelance* dalam membuat berita yang dilihat dari proses pembuatan berita dan hal-hal yang memungkinkan jurnalis *freelance* dapat dikatakan kompeten dalam bidang jurnalistik. Teori ini memberikan kerangka kerja yang mendalam untuk mengetahui dan memahami jurnalis *freelance* lebih dalam dan membantu merubah pandangan-pandangan kurang berkenan mengenai kinerja jurnalis *freelance*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang jurnalis *freelance* melalui kompetensinya yang dapat diandalkan dan memberikan kontribusi bagi media manapun yang memperkerjakan jurnalis *freelance*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam yang dilakukan secara online dan secara langsung. Sebagian besar informan berjarak jauh seperti, Singapura, Jepang, Lampung, dan Gorontalo melalui platform WhatsApp, Discord, dan Google Formulir. Sementara itu, sebagian informan lainnya dapat dijangkau secara fisik. Wawancara bersama informan tersebut dilakukan di Kedai Bakso Sukaluyu 2 yang beralamat di Cipadung Jalan Kalapa Tilu. Pendekatan ini dipilih guna memfasilitasi partisipasi responden yang tersebar di berbagai wilayah, sehingga memperluas cakupan data. Wawancara dilakukan pada 25 April 2024 hingga 8 Mei 2024. Informan yang diwawancarai adalah Angga Ramadhan (Jurnalis *Freelance*), Hans (Jurnalis *Freelance*), Heri Sulistyو (Jurnalis *Freelance*), Dinda Raisa (Jurnalis *Freelance*), dan Kokusei (Redaksi). Pertanyaan wawancara dirancang untuk mendapatkan informasi mendalam tentang kompetensi jurnalis *Freelance* pada era jurnalistik kontemporer.

Kompetensi Jurnalis *Freelance* pada Pola Kerja

Jurnalis *freelance* bekerja secara independen dan memiliki kebebasan dalam memilih proyek-proyek yang diinginkan, serta memiliki kontrol penuh atas kualitas dan isi pekerjaan mereka. Dalam pola kerja jurnalis *freelance*, jurnalis harus memiliki kemampuan untuk mengatur waktu, serta memiliki strategi untuk meningkatkan kualitas pekerjaan dan meningkatkan reputasi mereka pada era jurnalistik kontemporer ini. Berdasarkan penjelasan tersebut, kokusei memberikan penjelasan dalam wawancaranya mengenai kemandirian jurnalis *freelance* menentukan pola kerja dan bertanggung jawab atas setiap pekerjaannya.

Menurut Kokusei, dalam wawancara pada 7 Mei 2024, menjelaskan bahwa Jurnalis *freelance* sama seperti halnya jurnalis di seluruh dunia, bekerja secara independen dan berkontribusi untuk berbagai media berdasarkan proyek per proyek. Mereka tidak terikat pada satu organisasi berita dan bertanggung jawab untuk mengatur jadwal, penugasan, dan keuangan mereka sendiri.

Kompetensi bagi jurnalis *freelance* adalah hal yang penting untuk menaikkan kepercayaan publik terhadap karya tulisnya. Kompetensi pada pola kerja jurnalis *freelance* yang dimaksud adalah bagaimana jurnalis *freelance* dalam melaksanakan pekerjaan untuk meningkatkan kepuasan kerja. Pola kerja tersebut bergantung pada individu jurnalis *freelance* sendiri yang berarti bahwa setiap individu memiliki cara kerja yang unik dan berbeda-beda. Contohnya, jurnalis *freelance* memiliki cara kerja yang lebih fleksibel dalam segi waktu pengerjaan pada proyek-proyek yang diberikan oleh klien.

Luthans dalam Bramasto (2020: 6) mendefinisikan pola kerja sebagai sebuah metode yang digunakan oleh manajemen untuk mengembangkan isi pekerjaan seperti pemberian tugas yang relevan serta dari mana tugas diformulasikan dan direvisi. Namun, Menurut Subandijo (2012), pada dasarnya, pola kerja (*job design*) dibuat untuk menyesuaikan dengan kebutuhan atau persyaratan dari organisasi, yang kemudian disesuaikan dengan kondisi lingkungan, fasilitas, anggaran organisasi, dan faktor lainnya.

Setiap kegiatan apapun memerlukan rencana pada prosesnya agar pengerjaannya berjalan dengan efektif dan terarah dengan tujuan yang jelas. Pada kegiatan jurnalistik tentu ada tahapan dalam mengerjakan suatu proyek berita. Secara garis besar jurnalistik berarti kegiatan untuk mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menyajikan berita atau artikel, sampai menyampaikannya kepada khalayak (*massa*), dengan menggunakan media tertentu (Suherdiana, 2020:7)

Jurnalis *freelance* memiliki tahapan dalam pola kerjanya sendiri dalam pembuatan berita. Pada pola kerja tersebut dijelaskan bahwa proses pembuatan konten berita yang *Pertama* adalah dimulai dengan adanya *request* atau permintaan tugas membuat konten berita dari *klien* yang kemudian disampaikan oleh redaktur pada media tersebut kepada jurnalis *freelance* pada waktu tertentu dan pada saat itu juga jurnalis *freelance* perlu memperhatikan apa yang diminta oleh klien seperti tema dan lain sebagainya untuk menghindari kekeliruan dalam bekerja.

Kedua, setelah adanya permintaan tersebut jurnalis *freelance* perlu melakukan riset untuk mencari referensi pada sumber-sumber yang sesuai dengan topik yang akan dibahas untuk dijadikan contoh agar ketika penulisan berita menjadi mudah dan sudah tergambar akan menulis berita seperti apa. “Lebih tepatnya saya lebih banyak melakukan riset terlebih dahulu terhadap konten yang akan saya buat Terus mencari sudut pandang yang unik gitu Terus mengumpulkan sumber-sumber yang relevan yang banyak,” jelas Hans dalam wawancara pada 25 April 2024.

Ketiga, penulisan atau pengemasan pada berita. Pada penulisan ini ada hal yang dijadikan sebagai tumpuan oleh jurnalis *freelance*, pada tahap ini jurnalis *freelance* bertumpu pada SEO (*Search Engine Optimization*). SEO ini merupakan teknik mesin pencari. Pada teknik ini jurnalis *freelance* menyebutkan bahwa

pemakaian SEO bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam mencari konten berita teratas. Maka karena itu SEO juga harus menarik dan sesuai dengan trend pada saat itu.

Muhammad Rezaldy Putera (2020) menjelaskan bahwa *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan suatu strategi atau cara yang digunakan untuk bersaing di halaman pertama mesin pencari. Dalam hal ini mesin pencari yang dimaksud adalah mesin pencari Google. Jika media menerapkan metode *Search Engine Optimization* (SEO), bukan tidak mungkin tulisan atau berita yang telah dipublikasikan atau dimuat melalui sebuah media online tersebut dapat dengan mudah bertengger di puncak mesin pencari Google atau Search Engine Results Page (SERP).

Berdasarkan pernyataan diatas penulis menemukan kesamaan pada pola kerja jurnalis *freelance* dalam bagian proses pada tahapan ketiga yaitu SEO (*Search Engine Optimization*). Sama halnya dengan penjelasan yang dikemukakan oleh *Paul Bradshaw*, bahwa seorang jurnalis atau yang bekerja pada bidang jurnalistik memiliki prinsip dasar. Menurut *Paul Bradshaw* prinsip dasar jurnalistik tersebut salah satunya adalah *Scannability* atau dapat dipindai (Ginting, 2020).

Keempat, melakukan revisi. Tahap revisi ini selalu dilakukan setelah penulisan berita, yang dimaksud revisi adalah kegiatan jurnalis *freelance* dalam crosscheck seluruh tulisannya dari awal hingga akhir sedetail mungkin. Hal ini dilakukan agar ketika tahap publikasi tidak ada kekeliruan baik dari segi kata atau bahasa pada tulisan berita tersebut. “gak kalah penting itu menghubungi client maksud dari menghubungi client Apakah kerjaan kita itu masih bagus alias sesuai dengan mereka apa inginkan karena salah sedikit saja client itu suka mendepak loh sepengalaman saya makanya saya setelah submit suka menghubungi client "apa yang kurang nih ada yang kudu di revisi ngga,” jelas Angga Ramadhan dalam wawancara pada 28 April 2024.

Kelima, setelah tahap adanya permintaan dari klien kemudian melakukan riset pada sumber terpercaya, lalu tahap penulisan berita yang bertumpu pada SEO dan melakukan revisi, tibalah hal terpenting yaitu publikasi. Pada tahap publikasi tentunya jurnalis *freelance* menyerahkan hasil pekerjaannya atau tulisannya kepada redaktur kemudian akan di publikasikan oleh editor pada media tersebut.

Selanjutnya dimensi kedua untuk memenuhi aspek kompetensi pada pola kerja yang dinilai baik adalah dilihat dari segi manajemen waktu. Jurnalis *freelance* dapat dikatakan memiliki fleksibilitas tinggi dalam menentukan waktu. Fleksibilitas tinggi dalam menentukan waktu disini adalah ketika jurnalis *freelance* dapat dengan baik meluangkan waktu selama 24 jam untuk mengerjakan suatu proyek dari klien dengan melibatkan pengaturan prioritas dan alokasi waktu yang tepat.

Jurnalis membutuhkan waktu kurang lebih 5 jam dalam sekali publikasi.

Pola kerja jurnalis *freelance* ini berbeda dengan jurnalis tetap, jurnalis *freelance* memiliki fleksibilitas/kebebasan dalam mengatur waktu dan dapat bekerja dimana pun dan kapan pun dengan *borderless* atau tanpa batas. Mengenai hal tersebut dibandingkan dengan pegawai *full time* perusahaan media cukup membayar *freelancer* berdasarkan proyek dan tidak membayar beragam biaya tunjangan seperti yang diterima pegawai *full time* (Mustofa, 2018).

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari hasil wawancara bersama jurnalis *freelance*, bahwa dalam mengerjakan proyek dari klien jurnalis *freelance* memiliki waktu 24 jam untuk dapat dimanfaatkan dalam bekerja sebanyak apapun yang mereka inginkan tanpa batasan waktu. berbeda dengan pekerja tetap atau disebut *full time* yang mengacu pada waktu yang ditentukan oleh perusahaan. Mengenai penentuan jam kerja juga telah tertera didalam undang – undang RI nomor 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, yakni :

Pasal 77 ayat (1) dan (2) UU No. 13/2003 jo. UU No. 21/2020 dan pasal 21 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 35/2021 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja. Ketentuan jam kerja ini telah diatur dalam 2 sistem seperti yang telah disebutkan diatas yaitu: 7 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu; atau 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu. Ketentuan waktu kerja tersebut hanya mengatur batas waktu kerja untuk 7 atau 8 sehari dan 40 jam seminggu dan tidak mengatur kapan waktu atau jam kerja dimulai dan berakhir. Apabila melebihi dari ketentuan waktu kerja tersebut, maka waktu kerja bisa dianggap masuk sebagai waktu kerja lembur sehingga pekerja/buruh berhak atas upah lembur.

Meninjau pada teori kredibilitas tentang faktor yang diasumsikan pada kredibilitas menunjukkan bahwa jurnalis *freelance* telah kompeten dalam melakukan upaya agar terwujudnya faktor kredibilitas pada aspek *kepercayaan* yang mana pada pola kerja, jurnalis *freelance* melakukan proses pembuatan berita yang dibuat secara bertahap dari mulai menerima permintaan dari klien, kemudian melakukan riset pada sumber-sumber terpercaya agar informasi yang nantinya akan disebarluaskan tetap memenuhi kode etik jurnalistik dengan memberikan fakta tanpa adanya rekayasa.

Kompetensi Jurnalis *Freelance* pada Kredibilitas

Kompetensi jurnalis dipertaruhkan dalam pekerjaannya. Kepercayaan yang diasumsikan pada kredibilitas seorang jurnalis untuk memperluas jumlah pembaca. Kredibilitas adalah kualitas, kemampuan, atau kekuatan yang menciptakan kepercayaan. Dengan demikian, orang yang dianggap benar dalam suatu persoalan yang diperdebatkan adalah orang yang dapat dipercaya.

Onong Uchjana Effendy dalam Winoto (2015) mengatakan bahwa: “Dalam bentuk proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *source of credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang pekerjaannya serta dapat tidaknya dipercaya” (Effendy, 2000: hlm.305)

Jurnalis *freelance* perlu memperhatikan kredibilitas mereka di era media sosial dan internet khususnya dalam dunia industri. Membangun dan memelihara kredibilitas juga merupakan tanggung jawab dari setiap jurnalis *freelance*. Jurnalis *freelance* perlu memastikan bahwa konten yang dihasilkan tetap kredibel.

Terdapat tiga aspek penting yang penulis temukan terkait kredibilitas jurnalis *freelance*, tiga aspek tersebut adalah yang *pertama* verifikasi informasi atau pemeriksaan kebenaran informasi yang didapatkan oleh jurnalis *freelance*, *kedua* memahami Standar Operasional Prosedur atau SOP sebagai panduan yang ada pada setiap organisasi atau perusahaan, *ketiga* memiliki personal branding karena personal branding ini diperlukan oleh jurnalis *freelance* untuk memberikan citra baik untuk dirinya sendiri dalam melakukan pekerjaan *freelance* agar klien selalu tertarik untuk mempekerjakannya.

Berdasarkan penemuan tersebut, penulis menemukan penjelasan yang dapat menambahkan informasi pada penelitian ini pada hal yang dapat memunculkan kredibilitas jurnalis *freelance* yang salah satunya adalah mengenai verifikasi informasi. Kovach dan Rosenstiel menyampaikan lima konsep dalam mencari verifikasi. *Pertama*, wartawan jangan menambah atau mengarang apa pun. *Kedua*, jangan menipu atau menyesatkan pembaca, pemirsa, maupun pendengar. *Ketiga*, bersikaplah setransparan dan sejujur mungkin tentang metode dan motivasi Anda dalam melakukan reportase. *Keempat*, bersandarlah terutama pada reportase Anda sendiri. *Kelima*, bersikaplah rendah hati (Wahjuwibowo, 2015).

Pada aspek *pertama* ini mengenai verifikasi menunjukkan bahwa jurnalis *freelance* dalam menjaga kualitas konten untuk menghasilkan konten yang berkualitas, mereka berupaya untuk memahami target pembacanya dan kebutuhan mereka. Selain itu, jurnalis *freelance* juga melakukan revisi secara langsung sebelum draft tulisan berita di serahkan kepada klien atau publisher dengan memperhatikan detail-detail kecil hingga besar karena informasi harus valid. Dalam revisi jurnalis *freelance* juga memanfaatkan, tulisan-tulisan terdahulu yang bersumber dari senior-seniornya untuk dijadikan contoh dan sebagai referensi.

Dalam dunia jurnalisme, verifikasi adalah bagian penting dari proses pengumpulan berita. Jurnalis bertanggung jawab memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya kepada publik. Memverifikasi sumber, memeriksa ulang fakta, dan menguatkan informasi dari berbagai sumber adalah praktik penting yang

membantu menjaga kredibilitas berita (Lararenjana, 2023).

Upaya dalam hal ini jurnalis *freelance* melakukan verifikasi, verifikasi disini adalah berupaya untuk memahami target pembacanya dan kebutuhan mereka, memperhatikan detail-detail kecil hingga besar karena informasi harus valid. Hingga tercapainya kredibilitas media karena berita-berita atau karya yang dipublikasikan dapat dipahami oleh masyarakat khususnya dari segi penulisan karya tulis tersebut.

Aspek *kedua* yang penulis temukan dalam kredibilitas jurnalis *freelance* adalah mengenai cara jurnalis *freelance* yang juga memperhatikan dan memahami Standar Operasional Prosedur (SOP). Bahwa sama halnya dengan pekerja lain yang dalam artian sudah menjadi staff dalam perusahaan media tersebut, jurnalis *freelance* juga menjadikan SOP sebagai pedoman untuk keberlangsungan mereka dalam mengerjakan proyek mereka saat bekerja. “Menentukan tema yang tepat bagi audiens di tempat kita berkerja dan juga memahami apa yang akan kita bawa sebagai jurnalis *freelance* dan tidak lupa memahami SOP medianya juga sih karena setiap media mempunyai SOP masing-masing,” jelas Dinda Raisa dalam wawancara pada 8 Mei 2024.

Menurut Sailendra (2015), Standar Operasional Prosedur merupakan sebuah panduan yang bertujuan memastikan pekerjaan dan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar. Sejalan dengan definisi tersebut, Tjipto Atmoko (2011) mengartikan SOP sebagai suatu pedoman untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan.

Berdasarkan pernyataan tersebut jurnalis *freelance* memahami bahwa dalam konteks jurnalisme, SOP merupakan standar etika yang harus diikuti jurnalis, termasuk jurnalis *freelance*, untuk memastikan integritas jurnalisme. Standar etika ini meliputi memahami dan mengikuti standar etika sosial media, memeriksa fakta dengan cermat, memberikan ruang bagi sudut pandang yang beragam, dan tidak terpengaruh oleh tekanan *sensasionalisme* dan clickbait.

Garis besar kompetensi kesadaran jurnalis yang diperlukan bagi peningkatan kinerja dan profesionalisme jurnalis adalah Kesadaran Etika dan Hukum, Kesadaran akan etika sangat penting dalam profesi jurnalistik, sehingga setiap langkah jurnalis, termasuk dalam mengambil keputusan untuk menulis atau menyiarkan masalah atau peristiwa, akan selalu dilandasi pertimbangan yang matang. Kesadaran etika juga akan memudahkan wartawan dalam mengetahui dan menghindari terjadinya kesalahan-kesalahan seperti melakukan plagiat (Dewan Pers, 2017 : 92).

Selanjutnya aspek *ketiga* yang penulis dapatkan mengenai kredibilitas jurnalis *freelance* adalah personal branding. Personal branding adalah yang ternyata cukup diperhatikan dan dianggap sangat penting oleh jurnalis *freelance*. Karena dalam personal branding, jurnalis *freelance* harus membangun citra yang positif melalui media sosial dan platform profesional. Penulis menemukan fakta bahwa jurnalis *freelance* membangun personal branding secara sengaja dan tentunya kesengajaan ini dapat mempengaruhi kredibilitas, kepercayaan diri, serta kemampuan jurnalis *freelance* dalam berkarier.

Personal branding adalah aktivitas yang dilakukan seseorang dalam membentuk personal brand. Dalam dunia bisnis, brand didefinisikan sebagai persepsi atau emosi yang dirasakan oleh calon pembeli dari berbagai pengalaman yang mereka dapatkan terkait produk tersebut. Ketika diterapkan dalam konteks personal, personal brand adalah persepsi dan emosi yang dimiliki oleh orang lain terhadap diri personal seseorang yang mendefinisikan pengalaman dalam relasi antarpersonal secara menyeluruh (McNally, 2009).

Jurnalis harus berusaha membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan. Menurut Kovach, wartawan harus tahu tentang komposisi, tentang etika, tentang naik turunnya emosi pembaca dan sebagainya. Ini berarti berita yang dibuat jangan sampai membosankan bagi pembaca. Jangan sampai berita yang penting jadi tidak penting karena pembaca bosan. Berita itu dibuat tidak membosankan dan harus memikat tetapi tetap relevan (Wahjuwibowo, 2015).

Pentingnya memiliki personal branding untuk membangun *image* atau citra sendiri untuk kebutuhan kerja mereka sebagai jurnalis *freelance*. Personal branding ini mereka ciptakan secara sengaja karena hal ini menjadi bagian dari nilai jual jurnalis *freelance* yang jika pekerjaan mereka baik dalam artian baik dari segi gaya penulisannya yang unik, anti mainstream kemudian jurnalis *freelance* tersebut paham kode etik jurnalistik, tidak berunsur sensasional dan clickbait.

Meninjau pada teori kredibilitas tentang faktor yang diasumsikan pada kredibilitas menunjukkan bahwa jurnalis *freelance* melakukan upaya agar terwujudnya kredibilitas pada *kepercayaan* dan *daya tarik* yang mana pada bagian kredibilitas ini, jurnalis *freelance* melakukan verifikasi informasi atau pemeriksaan kebenaran informasi untuk mewujudkan *kepercayaan* pada audiens kemudian jurnalis *freelance* juga memiliki personal branding dengan memberikan *daya tarik* yang bertujuan memberikan citra baik untuk dirinya sendiri agar tulisannya disukai pembaca dan juga nama baik perusahaan yang akan berdampak baik dengan terciptanya komentar – komentar positif dari audiens.

Kompetensi Jurnalis Freelance pada Keterampilan

Meningkatkan keterampilan merupakan hal yang dibutuhkan bagi seorang

jurnal *freelance* karena secara langsung jurnal *freelance* mendapatkan wawasan baru tentang ilmu jurnalistik, jurnal *freelance* juga mendapatkan informasi mengenai berita terkini dan sedang trending yang tentunya memudahkan jurnal *freelance* dalam pekerjaannya.

Keterampilan merupakan penilaian tentang pribadi yang berkemampuan pikir dan tindak yang produktif dan kreatif dalam ranah abstrak dan konkret (Kurniawan dan Noviana, 2017). Keterampilan yang diperlukan oleh jurnal paling penting adalah menulis berita. Menurut Rosidi (2009:3) pada Sunaryo (2019) menulis adalah salah satu bentuk berpikir, yang juga merupakan alat untuk membuat pembaca berpikir.

Meninjau dari hasil wawancara dengan lima informan yang merupakan sebagian besar jurnal *freelance* dan sebagian kecil seorang redaksi, hasil kelimanya menunjukkan bahwa jurnal *freelance* memiliki kemampuan atau kompetensi. Kompetensi ini ditinjau dari dua aspek penting yang penulis temukan terkait keterampilan jurnal *freelance*, dua aspek tersebut adalah yang *pertama* memantau perkembangan berita, hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi terkini atau yang sedang trend di kalangan masyarakat.

Pada aspek *pertama* mengenai jurnal *freelance* memantau perkembangan berita, menunjukkan bahwa jurnal *freelance* mengawasi dan mengikuti informasi terbaru yang disajikan oleh berbagai sumber berita seperti televisi, radio, surat kabar, situs web berita online, dan media sosial. Dengan memantau berita, jurnal *freelance* dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang situasi yang sedang berlangsung, membuat keputusan yang lebih terinformasi, serta berdiskusi dengan pengetahuan yang *up-to-date* mengenai isu-isu yang relevan. “ Saya lebih melihat berita apa yang bisa di konsumsi oleh semua kalangan sih dan yang pasti jangan mengikuti hal-hal yang berbau sensasi dan click bait,” jelas Heri Sulistyو dalam wawancara pada 8 Mei 2024.

Aktivitas jurnalistik sangat mengandalkan aspek bahasa sebagai medianya. Keterampilan dan profesi jurnalistik tidak akan berdaya tanpa didukung oleh kemampuan menggunakan dan memilih bahasa dalam setiap pemberitaan Yunus, (2010: 19). Tanpa bahasa, tidak akan ada berita yang dapat disampaikan. Menurut Aryusmar (2011: 1) bahasa jurnalistik adalah suatu jenis bahasa yang digunakan oleh media massa. Dalam bahasa jurnalistik, wartawan harus menulis sesuai fakta dan tidak boleh beropini, tulisan tersebut harus mengandung makna informatif, persuasif, dan yang bisa dipahami secara umum, singkat, jelas.

Menurut Zaenudin (2018), clickbait adalah fenomena di media online yang bertujuan menarik perhatian banyak pembaca untuk mengklik halaman tersebut. Semakin banyak pengunjung media tersebut, maka akan semakin besar peluang untuk mendapatkan iklan. Timbulnya rasa penasaran yang tinggi oleh pembaca

disebabkan oleh adanya kesenjangan informasi atau information gap. Menurut Loewenstein (1994), information gap adalah perbedaan antara informasi yang diketahui dan yang diinginkan, yang dapat menciptakan ketegangan emosional. *Missing* informasi ini yang akhirnya menyebabkan rasa penasaran yang berlebihan pada pembaca. Sehingga, pembaca akan termotivasi untuk mendapatkan informasi tersebut.

Mengenai pembahasan tersebut melihat dari penelitian terdahulu penulis menemukan sebuah pernyataan yang dikemukakan oleh Candraningrum : 2021 bahwa “salah satu hal yang mengganggu aktivitas jurnalistik adalah munculnya konsep topik hangat sehingga cenderung memuja konsep tersebut. Topik hangat menimbulkan kecenderungan jurnalis menulis berita berdasarkan apa yang disukai masyarakat, bukan berdasarkan kebutuhannya” (Candraningrum, 2021).

Lain halnya dengan penjelasan dari jurnalis *freelance* dalam penelitian ini bahwa topik hangat yang membuat masyarakat mau membaca itu tidak dapat dikatakan sebagai hal yang dapat mengganggu karya jurnalistik seseorang. Karena peristiwa dan kejadian dapat terjadi dimana saja dan kapan saja yang membuat masyarakat akan selalu menunggu bahkan penasaran tentang berita-berita yang terbaru yang memang dianggap penting untuk diketahui misalkan berita tentang bencana alam. Dari berita-berita tersebut akan mempengaruhi masyarakat agar tetap hati-hati dalam bertindak dan tetap menjaga kelestarian alam dan selalu berupaya untuk menjaga keamanan dalam hidup.

Berdasarkan pernyataan tersebut penulis mendapatkan informasi melalui hasil wawancara dengan jurnalis *freelance* bahwa mereka berupaya memanfaatkan sumber-sumber yang sudah ada, jurnalis *freelance* melakukan identifikasi pada hal-hal baru seperti mengikuti trend yang ada ditengah-tengah masyarakat untuk mempermudah jurnalis *freelance* dalam pembuatan konten berita. Dalam mencari data jurnalis *freelance* juga bertumpu pada jurnal-jurnal terkemuka baik jurnal nasional maupun jurnal internasional dan hal yang paling penting dalam kegiatan ini adalah memperhatikan berita seperti apa yang dapat diterima oleh semua kalangan.

Dalam hal ini dapat dilakukan dengan memantau trend-trend baru yang ada ditengah-tengah masyarakat. Selain itu jurnalis *freelance* dapat membaca atau mencari data informasi pada publikasi yang terkemuka seperti jurnal-jurnal nasional dan internasional namun meskipun begitu jurnalis *freelance* harus membuat konten berita yang tentunya bisa diterima oleh publik atau pembaca dari berbagai kalangan dan yang terpenting informasi yang diberikan tidak mengandung sensasional dan clickbait.

Selanjutnya aspek *kedua* media pembelajaran adalah hal penting yang perlu

diperhatikan oleh jurnalis *freelance*, karena media pembelajaran bertujuan untuk menambah pengetahuan untuk meningkatkan keterampilan dalam melakukan kegiatan jurnalistik. Media pembelajaran ini nantinya akan memudahkan jurnalis *freelance* dalam mencari informasi dan lebih memahami kebutuhan pembaca. Tentunya ini akan membuat jurnalis *freelance* lebih profesional dalam mengerjakan pekerjaannya. “Banyaklah membaca, membaca konten dari jurnalistik, maksudnya membaca berita yang akurat, sumber yang terpercaya, sampai sekarang pun saya masih ikut kursus pelatihan menulis tentang jurnalistik itupun untuk menambah wawasan,” jelas Hans dalam wawancara 25 April 2024.

Berdasarkan pernyataan tersebut dari hasil wawancara dengan jurnalis *freelance* penulis berpandangan bahwa mereka cukup berupaya dalam meningkatkan keterampilan sebagai jurnalis *freelance*. Karena mereka memiliki media pembelajaran yang cukup signifikan yakni, seperti banyak membaca konten jurnalistik kemudian banyak latihan menulis berita dan pembelajaran berkelompok seperti mengikuti kursus pelatihan menulis dan mengikuti seminar-seminar jurnalistik yang tentunya akan memberikan ilmu-ilmu jurnalistik yang dapat dipahami oleh jurnalis *freelance* seperti mempelajari tools-tools yang dapat mempermudah pekerjaannya mereka tanpa melanggar kode etik dari jurnalistik.

Membandingkan hasil penelitian ini dengan penelitian relevan sebelumnya, penulis mempelajari bahwa adanya perbedaan diantaranya penelitian oleh Azwar Basir (2014) bahwa anggota AJI (Aliansi Jurnalis Independen) memiliki hambatan pada jurnalis dalam meningkatkan profesionalisme kerja dihadapkan kepada permasalahan media mulai dari media yang belum mensejahterakan para jurnalisnya sampai kepada media tidak membekali para jurnalis baru tentang kode etik jurnalistik dan keterampilan atau skill untuk menambah wawasan para jurnalis.

Selain itu mempelajari tools-tools juga perlu untuk mempermudah dan mengefisiensi waktu seperti Artificial Intelligence untuk mencari referensi. Selain itu juga pembelajaran berkelompok seperti mengikuti kursus pelatihan ilmu jurnalistik, kemudian mengikuti seminar yang telah disediakan oleh media yang memperkerjakan jurnalis *freelance* untuk menambah wawasan dan keterampilan tentang ilmu jurnalistik agar dapat lebih profesional dalam mengerjakan tugasnya sebagai jurnalis *freelance* dan tidak melanggar kode etik jurnalistik. “Tentu nya kita harus bisa menggunakan beberapa tools yang dapat mempermudah dan memangkas waktu seperti ambil contoh Artificial Intelligence alias AI untuk mencari referensi dan informasi yang akurat seperti itu,” jelas Angga Ramadhan dalam wawancara pada 28 April 2024.

Undang – undang republik indonesia nomor 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan mengatur berbagai hal terkait hak dan kewajiban pekerja dan pengusaha yang tertera didalam Pasal 11 dan Pasal 12. Pada pasal 11 menegaskan bahwa setiap pekerja atau buruh berhak untuk mendapatkan pelatihan dan

pendidikan yang sesuai dengan bidang pekerjaan mereka. Dan pada pasal 12 menjelaskan bahwa pengusaha bertanggung jawab untuk memberikan kesempatan tersebut agar pekerja dapat meningkatkan dan mengembangkan kompetensi mereka.

Berdasarkan penjelasan dari undang – undang ketenagakerjaan tersebut jurnalis *freelance* juga telah berupaya dalam meningkatkan kompetensi mereka sesuai bidangnya pada ilmu - ilmu jurnalistik melalui media pembelajaran seperti pelatihan yang disediakan oleh perusahaan media tempat mereka bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa jurnalis *freelance* ataupun jurnalis tetap memiliki hak yang sama dari perusahaan untuk meningkatkan kompetensi sesuai dengan bidangnya, antara pekerja dengan pengusaha saling menguntungkan bagi kompetensi pekerja dan juga kredibilitas perusahaan.

Meninjau pada teori kredibilitas menunjukkan bahwa jurnalis *freelance* telah melakukan upaya agar terwujudnya faktor kredibilitas pada aspek *keahlian* yang mana dalam hal ini jurnalis *freelance* berupaya meningkatkan keterampilan mereka dengan berbagai upaya seperti memantau perkembangan berita yang bertujuan untuk memberikan berita – berita terbaru agar tetap mengikuti arus perkembangan informasi yang difokuskan pada apa yang sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat untuk meningkatkan jumlah pembaca.

PENUTUP

Berdasarkan uraian dari hasil dan pembahasan penelitian yang telah peneliti deskripsikan di atas, mengenai Kompetensi jurnalis *Freelance* pada Era Jurnalistik Kontemporer. Maka dapat disimpulkan bahwa jurnalis *freelance* kompeten dalam melakukan tugasnya sebagai jurnalis. Hal tersebut ditunjukkan melalui tiga aspek yang peneliti temukan.

Pertama, kompeten dalam pola kerja. Kompetensi jurnalis *freelance* mengenai aspek pola kerja sebagai jurnalis *freelance*. Kompetensi ini ditinjau dari jurnalis *freelance* yang mampu membangun pola kerja yang efektif. Proses kerja jurnalis *freelance* melibatkan beberapa tahap, mulai dari permintaan tema berita, riset, penulisan berita sesuai dengan tema yang diminta, dan tahap publikasi. Mereka juga bergantung pada SEO untuk memastikan konten berita mereka mudah ditemukan oleh pembaca. Manajemen waktu yang baik dengan waktu rata-rata 5 jam untuk satu publikasi. Riset dan pemahaman tema memakan waktu sekitar 1 jam, penulisan berita sekitar 2 jam, dan revisi sekitar 2 jam. Dengan pengaturan waktu yang tepat, jurnalis *freelance* dapat menghasilkan 3 hingga 4 berita dalam satu hari, atau bahkan lebih.

Kedua, kompeten dalam kredibilitas. Kompetensi ini ditinjau dari jurnalis *freelance* yang mampu memelihara kredibilitas dengan baik. Jurnalis *freelance* memiliki tiga aspek penting terkait kredibilitas, yang *pertama* verifikasi informasi untuk memastikan keakuratan berita yang akan ditulis dengan pengumpulan data sesuai tema permintaan redaktur dan *crosscheck source* atau sumber atau jurnalis *freelance* perlu memeriksa data informasi yang mereka dapatkan dari sumber yang sudah terpercaya. *Kedua*, memahami Standar Operasional Prosedur sebagai panduan. Dalam konteks jurnalisme, Standar etika ini meliputi memahami dan mengikuti standar etika sosial media, memeriksa fakta dengan cermat, memberikan ruang bagi sudut pandang yang beragam, dan tidak terpengaruh oleh tekanan sensasionalisme dan clickbait. *Ketiga*, memiliki personal branding untuk memberikan citra baik untuk dirinya sendiri dalam melakukan pekerjaan agar klien tertarik.

Ketiga, kompetensi ini ditinjau dari jurnalis *freelance* yang mampu meningkatkan keterampilan dengan baik pada era jurnalistik kontemporer. Jurnalis *freelance* memiliki upaya untuk meningkatkan keterampilan sebagai jurnalis yakni, *pertama* memantau perkembangan berita, untuk mendapatkan informasi terkini, *kedua* adanya media pembelajaran dengan membaca berita-berita nasional maupun internasional, latihan menulis berita, mempelajari tools-tools untuk mempermudah dan mengefisiensi waktu seperti *Artificial Intelligence*. Selain itu juga pembelajaran seperti mengikuti kursus pelatihan menulis dan ilmu jurnalistik lainnya, kemudian mengikuti seminar yang disediakan oleh media tempat bekerja tersebut dengan tujuan untuk menambah wawasan dan keterampilan ilmu jurnalistik agar dapat lebih profesional dalam mengerjakan tugasnya sebagai jurnalis *freelance*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). Metode penelitian kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aryusmar. (2011). Karakteristik bahasa jurnalistik dan penerapannya pada media cetak. *Jurnal Humaniora*, 2(2), 45–56.
- Atmago.com. (2023). Peluang profesi wartawan. Retrieved September 8, 2024, from https://www.atmago.com/berita-warga/peluang-profesi-wartawan_84516338-5744-4fce-994c-6c618f4a6182
- Atmoko, T. (2011). Standar operasional prosedur (SOP) dan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah [Tesis]. Universitas Padjadjaran Bandung.
- Basir, A. (2014). Analisis penerapan kode etik jurnalistik bagi jurnalis di bawah naungan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

- Bramasto, I. (2020). Analisis pengaruh perubahan pola kerja terhadap produktivitas karyawan di masa Covid-19 [Sarjana thesis]. STIE Malangkuçeçwara Malang.
- Dewan Pers. (2017). Buku saku wartawan. Jakarta Pusat: Sekretariat Dewan Pers.
- Fathoni, M. H. (2021). Penerapan kode etik foto jurnalistik (Studi deskriptif kualitatif penerapan kode etik fotografi jurnalistik oleh freelancer foto jurnalis pada pengabdian momen demo Omnibus Law) [Skripsi]. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Fayani, A., Gelgel, N., & Suryawati, I. (2019). Persepsi jurnalis di Bali terhadap nilai berita jurnalisme warga (citizen journalism). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medium*, 1(2), 101–115.
- Hikmat, M. (2018). *Jurnalistik literary journalism*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Juditha, C. (2013). Akurasi berita dalam jurnalisme online (Kasus dugaan korupsi Mahkamah Konstitusi di portal berita Detiknews). *Jurnal Pekommas*, 16(3), 185–196.
- Kusumastuti, A., & Khoiron. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Lararenjana, E. (2023). Verifikasi adalah pemeriksaan kebenaran, berikut penjelasan selengkapnya. Retrieved September 10, 2024, from <https://www.merdeka.com>
- Loewenstein, G. (1994). The psychology of curiosity: A review and reinterpretation. *Psychological Bulletin*, 116(1), 75–98. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.116.1.75> (doi.org in Bing)
- Maflucha, L., & Wijayanti, Q. (2024). Etika jurnalistik dalam era digital: Menghadapi tantangan dengan kode etik pers. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(2), 55–70.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2009). *Be your own brand: A breakthrough formula for standing out from the crowd*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Mediatindak.com. (2023). Wartawan penting dan sangat dibutuhkan guna mempercepat informasi. Retrieved September 7, 2024, from <https://www.mediatindak.com/2023/06/wartawan-freelance-penting-dan-sangat.html>
- Moleong, L. J. (2016). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme di era digital: Digitalisasi jurnalisme dan profesionalisme jurnalisme online. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 2(1), 33–47.
- Nurhidayah, F. (2022). Kredibilitas jurnalisme media sosial dalam akun Instagram resmi Opini.id [Skripsi]. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*. New York: Routledge.
- Pratiwi, A. D. (2023). Analisis kredibilitas informasi produk jurnalisme warga pada akun Instagram Infomjlk [Skripsi]. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Purnama, F. (2019). Pemikiran Parni Hadi tentang jurnalisme. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 12–25.
- Putera, R. M. (2020). Penerapan SEO di Jurnal Garut dalam meningkatkan daya saing. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 5(2), 149–170.
- Rahardi, R. K. (2011). *Bahasa jurnalistik: Pedoman kebahasaan untuk mahasiswa, jurnalis, dan umum*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ramadhani, K. (2018). Persepsi masyarakat terhadap citizen journalism di Indonesia (Studi persepsi mahasiswa terhadap tayangan program NETCJ) [Skripsi]. Universitas Islam Indonesia.
- Ritonga, N. D. A. (2023). Fenomena freelance content writer di industri media online (Studi kasus prinsip jurnalistik dan nilai berita community writer di IDN Times) [Skripsi]. Universitas Sumatera Utara.
- Sailendra, A. (2015). *Langkah-langkah praktis membuat SOP (Standard Operating Procedures)*. Jakarta: Trans Idea Publishing.
- Samsuri, & Nugroho, B. (2013). *Pers berkualitas, masyarakat cerdas*. Jakarta: Dewan Pers.
- Subandijo. (2012). Pengaruh pola kerja dan motivasi kerja terhadap perwira pemelihara alutsista TNI Angkatan Udara. *Jurnal Mitra Manajemen*, 12(1), 12–23.
- Suherdiana, D. (2020). *Jurnalistik kontemporer*. Bandung: CV Mimbar Pustaka.
- Sulistiyowati, F. (2004). Organisasi profesi jurnalis dan kode etik jurnalistik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 67–78.
- Sulteng.antaranews.com. (2022). Wartawan profesional, yang bagaimanakah? Retrieved September 8, 2024, from <https://sulteng.antaranews.com/berita/256721/wartawan-profesional-yang-bagaimanakah>
- Suroso. (2021). *Jurnalisme dasar: Teori & praktik*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.

- Tempo.co. (2019). Tantangan jurnalis di era digital. Retrieved September 7, 2024, from <https://nasional.tempo.co/read/1232778/tantangan-jurnalis-di-era-digital>
- Tempoinstitute.com. (2023). Ragam freelance writer yang cuan bagi pemula. Retrieved September 7, 2024, from <https://blog.tempoinstitute.com/berita/ragam-freelance-writer-yang-cuan-bagi-pemula/>
- Waluyo, D. (2018). Tinjauan standar kompetensi wartawan untuk meningkatkan kapasitas media dan profesionalisme. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 22(2), 145–160.
- Yunus, S. (2010). *Jurnalistik terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zaenudin, A. (2018). Influencer di media sosial, penantang tangguh iklan konvensional. *Tirto.id*.

