

Penulisan Konten untuk Website dan Media Sosial Desa Baros, Kabupaten Serang

Dewanto Samodro¹, Siti Maryam², Jati Satrio³, Chairun Nisa Zempi⁴
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta^{1,2,3,4}

E-mail: dewanto.samodro@upnvj.ac.id¹, sitimaryam@upnvj.ac.id²,
jatisatrio@upnvj.ac.id³, nisazempi@upnvj.ac.id⁴

ABSTRAK

Desa Baros, Kabupaten Serang telah memiliki *website* desa dan media sosial Instagram sebagai sarana penyebarluasan informasi tentang kegiatan dan layanan desa. Setelah *website* desa dan Instagram terbentuk, perhatian selanjutnya adalah penulisan konten untuk *website* dan media sosial. Sebagai pemerintahan tingkat paling bawah yang melayani masyarakat secara langsung, informasi mengenai kegiatan dan layanan desa menjadi suatu hal yang penting untuk diketahui oleh masyarakat luas, terutama warga desa. Tulisan ini merupakan artikel pengabdian kepada masyarakat di Desa Baros, Kabupaten Serang. Setelah memfasilitasi pembentukan *website* desa, tim pengabdian mengadakan pelatihan penulisan konten untuk *website* dan media sosial. Tujuan dari pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pengelola *website* Desa Baros sehingga dapat membuat konten-konten yang baik dan bermanfaat bagi warga desa dan masyarakat luas.

Kata kunci : konten, website desa, media sosial, pengabdian masyarakat

ABSTRACT

Baros Village, Serang Regency already has a website and Instagram as a means of disseminating information about village activities and services. After the website and Instagram were established, the next concern is content writing for the website and social media. As the lowest level of government that serves the community directly, information about village activities and services is important to be known by the wider community, especially the villagers. This article is from a community service program in Baros Village, Serang Regency. After facilitating the establishment of the website, the team conducted content writing training for the website and social media. The purpose of this community service is to increase the capacity of Baros Village website managers so that they can create good and useful content for villagers and the wider community.

Keyword : content, village website, social media, community services

1. PENDAHULUAN

Internet, singkatan dari *interconnection-networking* atau jaringan antarkoneksi, merupakan sistem yang menghubungkan jaringan computer sehingga konten yang ada di komputer lainnya dapat diakses (Romli, 2018). Ditemukan pada 1972 dan mulai dikomersialkan pada 1991, internet

mendorong perkembangan *world wide web* (www) dan *homepage* pada 1995 (Staubar, La Rose, dan Devenport, 2012 dalam Sambo & Yusuf, 2017).

Website, sebagai salah satu media yang berada dalam jaringan internet, mengandung konten yang dapat diakses melalui internet. Dengan sifat dapat berbagi informasi di mana pun, kapan pun, dan oleh siapa pun, *website*

digunakan oleh berbagai pihak untuk menyebarluaskan informasi. Akses internet yang semakin mudah, membuat siapa pun dapat membuat konten dan mengunggah informasi ke website melalui ponsel cerdas.

Penggunaan ponsel cerdas dalam kegiatan jurnalistik yang disebut *mobile journalism* dipelopori oleh Kantor Berita Reuters di London yang melengkapi sekelompok kecil jurnalisnya dengan perangkat *mobile journalism* pada 2007 (Quinn, 2012). Dengan *mobile journalism*, jurnalis tidak lagi memerlukan alat-alat yang besar, berat, mahal, dan memerlukan keahlian khusus untuk mendukung pekerjaannya. Konten teks, foto, video, audio, grafis, dan lain-lain dapat dikerjakan menggunakan satu atau beberapa perangkat ponsel cerdas.

Penggunaan ponsel cerdas untuk membuat konten tidak hanya menjadi monopoli jurnalis. Masyarakat umum juga dapat membuat konten menggunakan ponsel cerdas untuk diunggah di *website* atau media sosial. Fenomena masyarakat umum, bukan jurnalis profesional, yang melakukan kerja-kerja ala jurnalis untuk membuat konten yang diunggah di *website* atau media sosial disebut sebagai *citizen journalism* atau jurnalisme warga. Tidak hanya melaporkan berita peristiwa, jurnalis warga juga dapat membuat opini untuk menanggapi sebuah peristiwa (Nugraha, 2012).

Penggunaan website dan cara-cara kerja *mobile journalism* dan *citizen journalism* banyak dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk lembaga pemerintahan. Desa sebagai lembaga pemerintahan paling bawah juga perlu menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan dan layanan desa melalui *website* yang dikelola dengan cara kerja *mobile journalism* dan *citizen journalism* oleh perangkat desa atau elemen warga yang lain.

Desa Baros merupakan ibu kota dari Kecamatan Baros yang terletak di Kabupaten Serang. Lokasinya sangat

potensial untuk berkembang dan maju karena tidak jauh dari pusat Kabupaten Serang dan pusat Kabupaten Pandeglang serta berada pada jalan utama yang menghubungkan kedua wilayah tersebut. Umumnya penduduk Desa Baros merupakan penduduk yang berpendidikan dan memiliki kehidupan yang cukup layak.

Desa Baros, Kabupaten Serang telah memiliki website desa dengan domain *baros-baros.desa.id* yang difasilitasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Namun, konten-konten yang terdapat di dalam *website* desa tersebut masih sangat minim dan terbatas sehingga belum dapat menginformasikan kegiatan dan layanan desa kepada warga desa maupun masyarakat yang lebih luas. Karena itu, perlu ada sebuah tim khusus yang dipercaya untuk mengelola *website* desa, termasuk membuat konten-konten berisi informasi kegiatan dan layanan desa.

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan kepada Desa Baros, Kabupaten Serang untuk memberikan pelatihan kepada perangkat desa dan anggota Karang Taruna yang akan dipercaya sebagai pengelola website desa.

2. PERMASALAHAN

Setelah Desa Baros memiliki website desa yang difasilitasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, ternyata sumber daya manusia yang dapat dipercaya untuk mengelola website dan kontennya masih sangat minim. Karena itu, setelah berdiskusi dengan Kepala Desa Ahmad Suparlan dan Sekretaris Desa Reny Purbasari, diperoleh kesepakatan bahwa tim pengabdian kepada masyarakat akan memberikan pelatihan kepada dua orang perangkat desa dan dua orang anggota Karang Taruna yang akan menjadi pengelola website.

Tim pengabdian kepada masyarakat merancang sebuah pelatihan dan salah

satu materi yang akan diberikan adalah penulisan konten untuk website dan media sosial. Materi tersebut dirasa penting agar tim pengelola *website* Desa Baros dapat membuat konten teks, foto, dan video yang akan diunggah di *website* maupun media sosial.

3. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dengan materi teori maupun praktik. Pelatihan dilakukan secara intensif dengan mengundang tim pengelola *website* Desa Baros ke Jakarta dan diinapkan di salah satu hotel sehingga mereka dapat fokus mengikuti materi yang diberikan selama pelatihan.

Tahapan yang dilakukan dalam pelatihan ini adalah:

1. Persiapan peralatan
Peralatan yang diperlukan dalam pelatihan ini antara lain laptop dan proyektor.
2. Pemaparan materi
Materi yang dipaparkan dalam bentuk file Microsoft Powerpoint.
3. Diskusi
Diskusi dilakukan setelah pemaparan materi untuk memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk beritanya sekaligus melihat pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang sudah dipaparkan sebelumnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan untuk pengelola *website* Desa Baros dilakukan di Jakarta pada 21 Oktober 2022 hingga 23 Oktober 2023. Pemilihan lokasi pelatihan di Jakarta dengan menginapkan peserta pelatihan

agar mereka dapat fokus pada materi pelatihan.



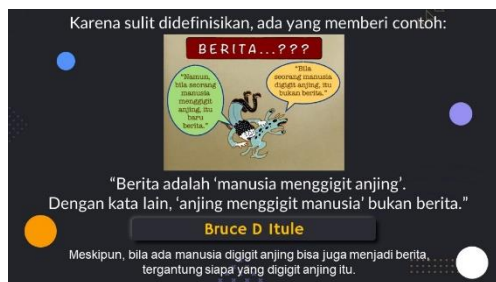
Gambar 1. Tim pengabdian berfoto bersama peserta pelatihan.

Terdapat beberapa materi dengan beberapa narasumber yang diberikan, salah satunya adalah tentang penulisan artikel untuk *website* dan media sosial. Materi tersebut dianggap cukup penting karena menjadi dasar dalam pembuatan konten *website* dan media sosial.

Salah satu bagian dari materi yang diberikan tentang penulisan artikel dalam pelatihan adalah tentang berita. Menurut Earl English dan Clarence Hach, berita sulit didefinisikan karena mencakup banyak factor variable; sedangkan menurut Irving Resenthal dan Marton Yarmen, berita lebih mudah dikenali daripada diberi batasan (Romli, 2003).

Karena sulit didefinisikan, maka kemudian ada yang memberikan contoh “ketika ada anjing menggigit orang bukan sebuah berita, melainkan bila ada orang menggigit anjing maka itu baru berita”. Hal tersebut merupakan salah satu contoh keanehan sebagai nilai berita, yaitu memandang orang menggigit anjing sebagai suatu hal yang aneh. Meskipun begitu, juga ada aspek ketokohan sebagai nilai berita. Karena itu, bila ada orang yang dianggap sebagai seorang tokoh digigit anjing, maka hal itu juga akan

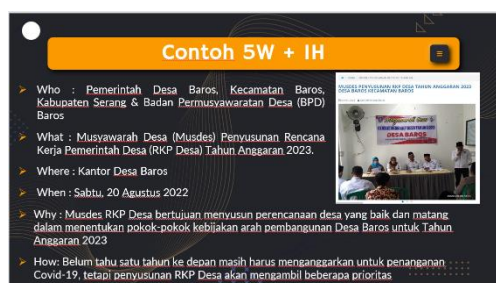
menjadi sebuah berita. Misalnya, yang digigit anjing adalah seorang presiden.



Gambar 2. Slide materi tentang definisi dan contoh berita.

Berita yang baik selalu mengikuti kaidah rumus 5W + 1 H, yaitu memiliki unsur *what, where, when, who, why, how*. Berita yang baik harus menjawab pertanyaan: Apa yang terjadi? Di mana hal itu terjadi? Kapan peristiwa itu terjadi? Siapa yang terlibat dalam kejadian itu? Mengapa hal itu terjadi? Bagaimana peristiwa itu terjadi?

Dalam bahasa Indonesia, “5W + 1H” bisa dirumuskan dengan “3A dan 3M”, yaitu Apa, si-Apa, meng-Apa, bila-Mana, di Mana, dan bagai-Mana.



Gambar 3. Contoh berita di website Desa Baros yang diulas untuk membahas 5W + 1H.

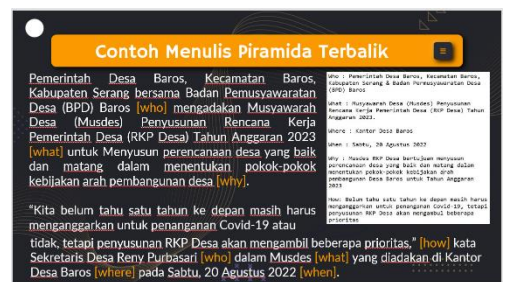
Struktur berita di website, terutama berita *straight news*, sebaiknya mengikuti struktur piramida terbalik, yaitu menempatkan informasi paling penting di bagian awal, baru kemudian diikuti bagian

yang dianggap agak penting, kurang penting dan seterusnya. Bagian paling penting dituangkan dalam *lead* atau teras, yaitu bagian kepala atau alinea pertama berita. Struktur piramida terbalik memungkinkan pembaca memperoleh inti cerita pada awal berita dan memberikan peluang untuk tidak harus membaca seluruh berita bila memang dirasa tidak perlu.

Berita di website sedikitnya lima paragraf. Tidak ada batasan paling banyak, tetapi lebih baik tidak terlalu panjang. Barangkali bisa ditetapkan paling banyak tujuh paragraf atau 10 paragraf.

Mengapa jangan terlalu panjang? Akses website saat ini paling banyak melalui ponsel. Secara psikologis pembaca tidak terlalu suka membaca teks terlalu panjang dan terlalu lama melalui ponsel. Mata lebih mudah lelah membaca teks yang terlalu panjang melalui ponsel, dan orang enggan menggulir layar ponsel terus menerus untuk meneruskan membaca. Struktur piramida terbalik yang menempatkan informasi paling penting di bagian atas menjadi relevan.

Karena itu, juga menjadi penting untuk menempatkan unsur 5W + 1H sesegera mungkin di bagian awal berita. Setidaknya, seluruh unsur 5W + 1H sudah tercantum di dua paragraf pertama



Gambar 4. Contoh penulisan ulang berita di website Desa Baros dengan struktur piramida terbalik.

Seorang reporter pada dasarnya adalah seorang pencerita atau *storyteller*. Sebagai pencerita, reporter bertugas membuat cerita yang penting dan menarik dari fakta-fakta yang didapat.

Di negara-negara berbahasa Inggris, berita disebut sebagai *news story* (cerita berita) atau bahkan *story* saja. Dahulu, di Indonesia, bahkan sebuah karya jurnalistik pun disebut sebagai karangan.

Cerita sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia. Repoter menulis cerita yang nyata, akurat, dan berdasarkan wawancara narasumber serta pengamatan lapangan.

Selain di *website*, berita dan konten lainnya juga dapat diunggah di media sosial. Sebenarnya, karakter berita dengan karakter konten di media sosial banyak yang bertolak belakang. Konten di media sosial tidak perlu akurasi dan fakta, yang penting informasi cepat, mudah, dan sebisa mungkin viral. Sementara, berita adalah laporan yang berdasarkan fakta.

Karena itu, sebagai konten di media sosial, berita tetap harus mengedepankan fakta, akurasi, dan objektif; tetapi diubah bentuknya sesuai dengan platform di mana berita itu akan diunggah.

Berita di media sosial harus ringkas. Selain dibatasi oleh karakter yang dapat ditulis (misalnya pada Twitter), kecenderungan pengguna media sosial enggan membaca tulisan yang terlalu panjang (meskipun diunggah di Facebook, sebaiknya berita juga tidak terlalu panjang).

Meskipun ringkas, berita yang akan menjadi konten di media sosial tetap harus menjawab pertanyaan 5W+1H. Berita yang ringkas tetapi menjawab pertanyaan 5W+1H juga relatif lebih mudah untuk dibuat menjadi infografis atau grafis

sederhana berupa *slide* yang bisa diunggah di Instagram.

Media sosial juga kerap digunakan jurnalis atau media untuk mempromosikan berita yang ada di portal berita. Konten berita yang ringkas, seringkali hanya berupa judul atau *lead* saja, diunggah di media sosial kemudian diikuti dengan tautan ke portal berita yang berisi berita yang lebih lengkap dan lebih panjang.

Konten promosi berita melalui media sosial juga bisa berupa kutipan narasumber yang paling kuat dalam berita. Konten promosi berita melalui media sosial juga bisa berupa kalimat yang menarik sehingga mendorong pembaca untuk mengklik (*clickbait*).



Gambar 3. Contoh konten berita di Facebook.



Gambar 4. Contoh konten berita di Twitter.



Gambar 5. Contoh konten berita di Instagram.

Menurut Nasrullah (2017) terdapat batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial. Media sosial memiliki beberapa karakteristik, antara lain:

1. Jaringan (*network*)
Media sosial terbangun dari struktur sosial di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna adalah jaringan yang dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon seluler, dan komputer tablet
2. Informasi (*information*)
Informasi menjadi komoditas yang diproduksi, didistribusi, dan dikonsumsi oleh antarpengguna di media sosial. Industri media sosial; seperti Facebook, Twitter, dan Instagram; juga menggunakan informasi sebagai sumber daya dan menggunakan informasi sebagai komoditas. Karakteristik pengguna, menjadi komoditas informasi yang bisa diperdagangkan.
3. Arsip (*archive*)
Arsip menjadi karakteristik yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi yang diunggah di media sosial tidak hilang begitu saja, tetapi terus tersimpan dan bahkan dapat dengan mudah diakses.
4. Interaksi (*interactivity*)
Karakter dasar media sosial adalah jaringan antarpengguna yang juga dibangun melalui interaksi. Interaksi dapat terjadi di media sosial,

sedikitnya berupa tanda “like” dan komentar atas unggahan atau konten seseorang. Konten di media sosial juga dapat dibagikan melalui media sosial lain atau disiarkan melalui perpesanan instan.

5. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Media sosial menjadi medium bagi masyarakat (*society*) virtual yang memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak terdapat pada tatanan masyarakat yang riil. Apa yang terjadi di media sosial telah menjadi realitas yang merupakan hasil proses simulasi yang diproduksi dan direproduksi menjadi realitas yang, terkadang, apa yang direpresentasikan berbeda atau malah bertolak belakang.

6. Konten buatan pengguna (*user-generated content*)

Konten buatan pengguna atau *user-generated content* menunjukkan bahwa konten media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun media sosial. Pengguna media sosial tidak hanya memproduksi konten tetapi juga mengonsumsi konten yang dibuat pengguna lainnya yang menjadi bentuk baru dari budaya interaksi.

7. Penyebaran (*sharing*)

Media sosial juga memiliki karakteristik dapat disebar. Hal ini menjadi ciri khas dari media sosial yang menunjukkan khalayak aktif menyebarluaskan sekaligus mengembangkan konten.

5. KESIMPULAN

Konten merupakan suatu hal yang penting bagi *website* atau media sosial. Apa pun informasi yang ingin disampaikan melalui *website* maupun media sosial, hanya dapat disampaikan kepada khalayak dalam bentuk konten.

Karena itu, kemampuan untuk menulis dan mengelola konten; baik teks, foto, video, dan grafis; merupakan hal yang penting bagi pengelola website.

Begitu pula dengan pengelola website Desa Baros. Informasi tentang kegiatan dan layanan desa hanya akan dibaca dan sampai kepada Masyarakat bila dikemas dalam bentuk konten yang menarik di *website* maupun media sosial.

Sebagai tindak lanjut dari pelatihan tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat tetap melakukan pendampingan kepada pengelola *website* dan memantau konten-konten yang diunggah di *website* maupun media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasrulllah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, P. (2012). *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Penerbit Buku Kompas.
- Quinn, S. (2012). *MoJo - Mobile Journalism in the Asian Region* (Third Edition). Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Romli, A. S. M. (2003). *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya .
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online* (I. Kurniawan & M. A. Elwa, Eds.). Penerbit Nuansa Cendekia.
- Sambo, M., & Yusuf, J. (2017). *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Prenadamedia Group.