

## ANALISIS PARTISIPASI DAN KEAKTIFAN ANGGOTA DALAM KOMUNITAS ONLINE KONTRIBUTOR BRISIK ID

Daniel Kalis Jati Mukti, Immanuella Devina Florentina Sihaloho, Yohannes Jati  
Nugroho

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281  
Email: [190907097@students.uajy.ac.id](mailto:190907097@students.uajy.ac.id)

**Abstract:** *This age, technology based information and the internet are moving rapidly and creating various virtual communities. One of the virtual communities in Indonesia is the Brisik ID Contributor Community. This research is derived to know about the participation and activeness of Brisik.id contributors. This research is in a qualitative method with Participatory Action Research. The instruments are observation, interview, and documentation. There are seven aspects to be analyzed, geographical, demographic, structural, stakeholder, livelihood, historical, and community's problems and goals. The results showed that the main problem with this community is the low participation of Brisik.id contributors.*

**Keywords :** *social analysis, online community, contributor*

**Abstrak:** *Dewasa ini, informasi berbasis teknologi dan media internet melaju dengan cepat sehingga menciptakan berbagai komunitas virtual. Salah satu komunitas virtual yang ada di Indonesia adalah Komunitas Kontributor Brisik ID. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui partisipasi dan keaktifan dari Komunitas Kontributor Brisik ID. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Participatory Action Research. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ada tujuh aspek yang menjadi bahan analisis yakni aspek geografis, demografis, mata pencaharian, struktural, stakeholder, sejarah, dan masalah serta tujuan komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis pada ketujuh aspek tersebut, masalah utama komunitas ini adalah partisipasi kontributor yang rendah.*

**Kata Kunci :** *analisis sosial, komunitas online, kontributor*

## PENDAHULUAN

Dewasa ini, informasi berbasis teknologi dan media internet melaju dengan cepat. Kian hari semakin banyak perubahan atau pergeseran yang dapat dirasakan. Misal saja, mobilitas manusia. Kini dengan adanya informasi berbasis teknologi dan internet, masyarakat tidak perlu jauh-jauh untuk hadir secara fisik ke suatu tempat hanya demi memperoleh informasi tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi, khususnya informasi berbasis teknologi dan internet menjadi kondisi kontemporer (Rodin, 2013).

Wuryanta (2004, h. 133) menjelaskan bahwa informasi pada “masyarakat informasi” adalah sebuah komoditas. Informasi menjadi modal ekonomi-sosial dalam kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi pengetahuan. Proses komodifikasi informasi ini dibantu dengan adanya teknologi informasi. Damanik (2012, h. 74) mengutip dari Buku “Computers in Society: Privacy, Ethics, and the Internet” oleh Joey F. George, menekankan bahwa masyarakat informasi adalah istilah untuk masyarakat yang dapat memanfaatkan penggunaan *information and communication technologies* (ICT).

ICT menjadi penting karena memberikan akses yang luas di mana masyarakat dapat berkomunikasi, sehingga membuka wawasan, memberikan pemahaman, serta meningkatkan kualitas kehidupannya. Lalu, dengan ICT, masyarakat dapat melakukan produksi, distribusi, dan manipulasi informasi sebagai

kegiatan utama. Segala perubahan seperti perubahan sosial atau pembangunan ekonomi dipengaruhi dan terakumulasi dari peningkatan dan pemanfaatan informasi (Damanik, 2012, h. 77).

Salah satu bentuk masyarakat informasi adalah kehadiran internet yang menciptakan dunia virtual. Mansell (2009, h.2-14) menjelaskan beberapa kegiatan atau hal-hal yang perlu diperhatikan dalam kehidupan masyarakat informasi. Salah satunya adalah mediasi di masyarakat informasi. Hal ini lebih menekankan adanya konsekuensi sosial dalam berinteraksi secara *online*. Kehadiran teknologi dinilai mengakibatkan adanya masalah tentang ketidaksetaraan, komunitas, partisipasi politik, serta perubahan ekonomi atau organisasi.

Salah satu poin adalah mengenai komunitas. Kehadiran internet menciptakan berbagai komunitas virtual. Komunitas virtual adalah hasil dari potensi bahwa internet bisa memfasilitasi koneksi manusia yang mendalam serta mengembangkan hubungan (Kendall, 2011). Referensi pengertian komunitas virtual yang sering digunakan adalah milik Rheingold yang menjelaskan bahwa komunitas virtual adalah agregasi sosial yang muncul secara *online* di mana ada cukup banyak orang yang berdiskusi dalam ruang publik dengan perasaan yang sama. Namun, tidak ada konsensus tentang definisi umum komunitas virtual (Agostini & Merchant, 2018). Salah satu komunitas virtual yang ada di

Indonesia adalah Komunitas Kontributor Brisik ID.

Komunitas Kontributor Brisik ID adalah komunitas yang terdiri dari kontributor pada media *online* Brisik.id. Brisik.id sendiri adalah portal berita *online* yang memiliki tujuan untuk menghasilkan konten-konten positif terkait kuliner, budaya, dan tempat wisata yang ada di Indonesia. (Brisik.id, n.d.). Lalu, untuk bisa mewujudkan hal itu, Brisik memberikan kesempatan kepada masyarakat umum untuk bisa mengirimkan tulisan mereka terkait kuliner, budaya, atau tempat wisata di daerah mereka dengan menjadi Kontributor Brisik.

Komunitas Kontributor Brisik ID ini memiliki anggota dari hampir seluruh provinsi di Indonesia. Komunitas ini dibentuk untuk mempermudah kontributor Brisik dalam menjalin relasi antar kontributor dan pihak Brisik.id. Komunitas ini dikumpulkan pada sebuah grup Telegram yang dapat diakses pada bio atau pun *highlight* "Telegram" pada akun Instagram @brisik.id. Di sana tertulis bahwa siapa pun bisa masuk ke dalam grup *community writer* untuk sharing tips dan trik seputar kepenulisan (Brisik.id, 2021).

Kegiatan kontributor Brisik sendiri tidak jauh dari dunia kepenulisan. Mereka dapat menulis artikel tentang travel dan kuliner dari domisili masing-masing, tidak memiliki *deadline*, dan mendapatkan honor. Selain itu, kontributor juga dapat mengikuti *workshop* kepenulisan yang diadakan oleh Brisik.id.

Untuk meningkatkan partisipasi kontributor di komunitas, Brisik.id juga memiliki sistem pangkat, program bulanan *Contributor Of The Month*, dan pemberian *merchandise* kepada kontributor.

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana dinamika yang terjadi pada Komunitas Kontributor Brisik ID, sehingga mampu mencapai tujuan mereka yaitu memproduksi artikel-artikel positif pada topik kuliner, budaya, dan tempat wisata. Untuk mengetahui hal itu, maka diperlukan gambaran lengkap tentang profil komunitas dari aspek geografis, demografis, struktur, mata pencaharian, *stakeholder* dan sejarah. Hal ini untuk mendapatkan gambaran tentang peran anggota, pesan yang dipertukarkan, dan pola interaksi di dalam Komunitas Kontributor Brisik ID.

Basis dari penelitian ini adalah analisis sosial. Secara sederhana, analisis sosial adalah skema interaksi untuk dapat memecahkan masalah sosial yang terjadi sehari-hari. Analisis sosial mencoba untuk mendapatkan gambaran mengenai situasi sosial, kultural, struktural, hingga sejarah dengan tujuan memahami realitas sosial yang terjadi untuk kemudian dicari solusi atas permasalahan tersebut (Raditya, 2020).

Ada beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan ketika melakukan analisis sosial sebagai berikut:

- 1) Melibatkan berbagai pihak dengan tujuan untuk mencari kebenaran
- 2) Penggunaan konsep perubahan struktur dan

- relasi kekuatan yang oleh masyarakat dianggap problematis
- 3) Penelidikan sejarah untuk memberikan gambaran masa lalu sebuah masyarakat.
  - 4) Persoalan sosial adalah hasil dari suatu proses tertentu yang dibentuk oleh kekuatan tertentu dan untuk kepentingan tertentu. Persoalan sosial tidak terjadi begitu saja.
  - 5) Menggunakan kerangka berpikir yang sensitif dengan instrumen kekuasaan.
  - 6) Dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan

Penelitian mengenai komunitas virtual kebanyakan mengambil aspek komunikasi. Contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Evelina (2018) berjudul “Komunitas adalah Pesan: Studi Netnografi Virtual di Situs Wisata Trip Advisor”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan netnografi di komunitas virtual Trip Advisor menggunakan Teori Interaksi Sosial dan Teori CMC serta konsep komunitas virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rating dan ulasan ditulis berdasarkan pengalaman mereka saat itu yang bersifat sementara. Namun, ulasan dan percakapan di komunitas tersebut memberi gambaran dan keyakinan bagi *traveler* dalam merencanakan perjalanan ke destinasi tersebut. Selain itu, penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa masyarakat lebih percaya dengan pengalaman komunitas virtual dengan

kredibilitas tinggi dibandingkan dengan pesan yang disampaikan oleh petugas humas lembaga atau perusahaan.

Penelitian kedua dilakukan Yohana dan Wulandari (2014) berjudul “Perilaku Komunikasi Kelompok Komunitas Virtual Kaskus Regional Riau Raya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari pelaku komunikasi kelompok virtual, pesan yang dipertukarkan, pola interaksi, dan norma komunikasi dalam Komunitas Virtual Kaskus Regional Riau Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota komunitas tersebut memiliki peran sesuai dengan struktur dan tingkatan unggahan. Interaksi sosial yang terjalin juga tidak hanya berlangsung secara *online*, tetapi juga *offline*. Kedua penelitian tersebut membicarakan mengenai aspek interaksi sosial dan perilaku komunikasi dalam komunitas virtual. Hal yang membedakan dengan penelitian ini adalah analisis yang digunakan menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang dilandasi oleh paradigma sosial kritis.

## **METODE**

Analisis Komunitas Kontributor Brisik ID ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang dilandasi oleh paradigma sosial kritis. Metode ini digunakan untuk melakukan refleksi secara kritis dalam konteks sejarah, politik, budaya, ekonomi, geografis, dan lain-lain dalam suatu komunitas atau masyarakat. Selanjutnya, melakukan investigasi pada

masalah yang ditemukan serta mencari alternatif atau solusinya.

Penelitian ini secara aktif dilakukan bersama dengan pihak-pihak yang relevan. Hal ini karena keadaan dan pengalaman mereka sendiri adalah sebuah realitas yang akan dilihat untuk mengetahui apa yang harus dilakukan untuk mendapatkan suatu perubahan (Afandi, 2016, h. 91). Oleh karena itu, teknik ini membantu menarik partisipasi anggota dalam mewujudkan perubahan.

Terdapat beberapa teknik sebagai alat yang dapat digunakan dalam metode PAR ini. Teknik-teknik tersebut antara lain *mapping*, *transect*, *timeline*, *trend change*, kalender musim, kalender harian, diagram venn, diagram alur, matriks, atau wawancara semi terstruktur (Afandi, 2016, h.82). Selanjutnya, PAR dilakukan dengan beberapa cara yang sistematis seperti berikut (Afandi, 2014, h.42-43):

- 1) Memperhatikan gagasan atau ide dari anggota yang belum tersusun
- 2) Mempelajari gagasan atau ide tersebut
- 3) Menyatu dengan anggota
- 4) Mengkaji ulang gagasan
- 5) Menerjemahkan gagasan dalam bentuk aksi
- 6) Melakukan uji kebenaran

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam mendapatkan informasi sebagai bentuk pemetaan awal yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Secara spesifik, pertama, kami mencari informasi melalui website Brisik.id di <https://brisik.id/> dan Instagram mereka

<https://www.instagram.com/brisikid/?hl=en>. Di sini, kami menemukan bahwa portal berita Brisik.id juga memiliki komunitas untuk para penulis lepas yang disebut sebagai Komunitas Kontributor Brisik ID. Oleh karena komunitas yang kami analisis telah berbasis daring, kami melakukan penelitian dan observasi secara daring pula melalui *Whatsapp chat*, *Zoom*, dan *Google Form* untuk survei.

Selanjutnya, kami melakukan wawancara mendalam dengan *key people* yaitu Kak Riri sebagai *Community Manager* dari komunitas ini. Sebelumnya, peneliti telah membuat pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang diajukan untuk melihat realitas sosial yang ada di komunitas. Pertanyaan yang diajukan terdiri dari aspek-aspek berikut: demografis, geografis, struktural, *stakeholder*, sejarah, mata pencaharian, dan masalah serta tujuan komunitas. Data ini kemudian kami rangkum dengan teknik PAR berupa *timeline*, diagram venn, dan catatan yang dapat dilihat pada bagian hasil dan pembahasan. Dengan metode PAR ini, peneliti diharapkan dapat melihat secara jelas bagaimana realitas dan masalah yang ada pada Komunitas Kontributor Brisik ID.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode penelitian tersebut, berikut adalah profil komunitas secara detail. Profil ini kami susun untuk mendapatkan gambaran atas realitas yang terjadi pada komunitas tersebut dan menganalisis aspek-aspek yang

memungkinkan terjadinya masalah dalam komunitas.

### ***1. Diversity and Gender***

#### **a. Geografis Fisik**

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Community Manager* Brisik.id, beliau mengatakan bahwa para kontributor berasal dari hampir seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Terdapat lima daerah dengan jumlah kontributor terbanyak yang disebut olehnya yakni Bandung, Malang, Bekasi, Medan, dan Jogja dengan masing-

masing memiliki lebih dari 50 kontributor. Sedangkan, provinsi dengan kontributor paling sedikit adalah Papua sejumlah satu kontributor. Sampai saat ini, Brisik juga belum memiliki kontributor dari Provinsi Maluku. Untuk mendapatkan data tambahan, kami melakukan survei terhadap Kontributor Brisik ID pada rentang waktu 3 - 18 Mei 2021. Terdapat 50 kontributor yang mengisi dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.** Domisili Kontributor

<b>Domisili</b>	<b>Jumlah Kontributor</b>
Yogyakarta	4
Bekasi	4
Surabaya	3
DKI Jakarta	3
Cirebon	3
Sidoarjo	2
Jember	2
Bandung	2
Malang	2
Sleman	2
Bali	2
Tasikmalaya	1
Sragen	1

Semarang	1
Banjarnegara	1
Kediri	1
Gunungkidul	1
Bantul	1
Lampung Selatan	1
Sumedang	1
Jepara	1
Depok	1
Blitar	1
Pangandaran	1
Kabupaten	1
Palembang	1
Situbondo	1
Pasuruan	1
Purwakarta	1
Kudus	1
Jakarta Utara	1
Pemalang	1

#### **b. Geografis Visual**

Kegiatan di Brisik menggunakan beberapa media komunikasi seperti Telegram, *website*, Instagram, Twitter, Facebook, dan Google Mail. Telegram digunakan sebagai media komunikasi utama komunitas. Sedangkan *website*,

Instagram, Twitter, dan Facebook adalah media untuk memublikasikan hasil artikel dari kontributor. Google Mail digunakan sebagai sarana jika ada kontributor yang ingin melakukan perubahan data.

Awalnya, media komunikasi utama

komunitas ini adalah *Whatsapp group*. Terdapat tiga *whatsapp group* saat itu. Riri, *Community Manager* Brisik.id menyatakan dalam wawancara dengan peneliti, bahwa perubahan media komunikasi ke Telegram dilakukan karena keterbatasan anggota di grup Whatsapp yaitu hanya sebanyak 257, sedangkan Telegram dapat menampung ribuan anggota. Awalnya, saat melakukan *polling* ternyata anggota lebih nyaman menggunakan *Whatsapp*. Namun, rencana perpindahan media komunikasi ini pada akhirnya tetap terwujud.

Kontributor Brisik ID berasal dari daerah yang berbeda-beda. Namun, bahasa yang digunakan dalam aktivitas virtual adalah bahasa Indonesia. Masalah yang ditemukan dalam penggunaan bahasa adalah sering terjadi salah tafsir terhadap bahasa tulis sehingga menimbulkan *miss-*

komunikasi.

Selanjutnya, ikatan sosial antar kontributor yang lemah. Hal ini disebabkan oleh jumlah kontributor yang ada di grup komunitas sangat banyak dan tidak ada komunikasi tatap muka atau *virtual conference* yang diadakan. Komunitas ini juga memiliki beberapa grup kontributor per domisili atas dasar inisiatif para kontributor. Untuk grup kontributor domisili Yogyakarta, anggota grup juga kurang aktif berdiskusi.

Lalu untuk mempererat hal ini, Brisik.id mengadakan *gathering* dengan kontributor yang ada di Malang pada 27 Juni 2021 mendatang. Dengan syarat wajib mematuhi protokol kesehatan, kegiatan ini dilakukan untuk bisa mempererat relasi dan ikatan sosial antara pihak Brisik dengan kontributor maupun antar kontributor.



**Gambar 1.** Poster Kegiatan Mini Gathering: Temu Sore Brisik.id.

Sumber : <https://www.instagram.com/brisikid/>

Aktivitas daring yang dilakukan oleh Brisik cukup beragam, mulai dari kepenulisan online, workshop kontributor, Contributor Of The Month, dan sistem

badge kontributor. Kegiatan workshop kontributor dilakukan menggunakan media seperti Google Meet, Zoom dan Instagram Live .



**Gambar 2.** Sistem pangkat kontributor.

Sumber: <https://www.instagram.com/brisikid/>



Gambar 3. Salah satu contoh kegiatan *workshop* yang diadakan Brisik.id.  
Sumber : <https://www.instagram.com/p/CMtQEaMhMr5/>



Gambar 4. Salah satu contoh *Contributor Of The Month* Edisi Mei 2021.  
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CQAfMwzh1fU/>

Selanjutnya, untuk *event* dan *workshop* yang diadakan oleh Brisik.id, dari 50 kontributor yang mengisi survei, terdapat 22

kontributor pernah mengikuti *Workshop Content Writer To Boost Your Skill*. Lalu, delapan kontributor mengikuti

*Ngobrol Santuy Bareng @LaksmiMP*, sembilan kontributor pernah mengikuti *Ngobrol Asyik Bareng Tim Redaksi*, lima kontributor pernah mengikuti *Tips and Trick Sederhana Pemilihan Foto untuk Artikel*, tiga kontributor pernah mengikuti Workshop Mendokumentasikan Travel dan Kuliner, dan dua kontributor pernah mengikuti *Workshop Pengenalan Dasar-Dasar Videografi*. Pada survei ini, responden bisa memilih lebih dari satu *event* atau *workshop*.

Brisik juga pernah mengadakan kegiatan *online* dengan judul “Ngobrol bareng Co Founder Brisik.id.” Kegiatan ini dilakukan secara daring melalui

Zoom pada tanggal 19 Juni 2021. Workshop ini bersifat gratis serta terbuka untuk umum. Peserta bisa berbincang langsung dengan Co-Founder Brisik.id, Ronald Layanto. Peneliti mengamati bahwa kegiatan ini dihadiri oleh 23 partisipan yang terdiri dari *Community Manager*, *Co-Founder*, kontributor dan juga peserta umum. Kegiatan ini memiliki beberapa topik bahasan seperti :

1. Visi dan misi Brisik ID
2. Tips dan trik menulis artikel
3. Tulisan ramah SEO
4. Kaitan antara Brisik ID dengan pengembangan sumber daya lokal di Indonesia



**Gambar 5.** Poster “NGASO Bareng Co Founder Brisik.id.”

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CQFyX2ShkFv/>

Pada *website* Brisik, nyaris tidak ada interaksi berupa *like* atau komentar pada setiap artikelnya. Lalu, pada Instagram, interaksi pada kolom komentar cukup

sepi. Per bulan April, kami melihat setiap konten maksimal mendapat dua komentar, tetapi untuk jumlah *likes* lumayan tinggi yaitu > 100 *likes*.

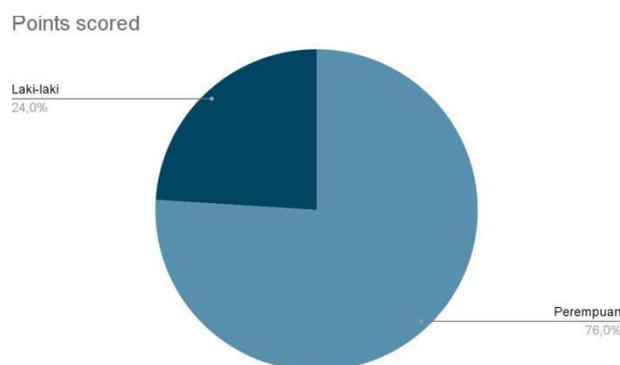


**Gambar 6.** Tampilan muka *website* Brisik.id. Sumber : <https://brisik.id/>



**Gambar 7.** Tampilan Instagram Brisik.id. Sumber: <https://www.instagram.com/brisikid/>

### c. Demografis



**Gambar 8.** Diagram Presentasi Berdasarkan Jenis Kelamin Kontributor.

Berdasarkan survei yang kami lakukan, kami berhasil mendapatkan data kontributor mengenai jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan. Dari 50 responden, rata rata jenis kelamin kontributor

didominasi oleh perempuan dibandingkan laki laki. Survei menunjukkan bahwa sebesar 76% merupakan kontributor perempuan dan 24% merupakan kontributor laki-laki.

Selain itu, mengenai usia responden, data menunjukkan bahwa responden atau kontributor berasal dari kalangan muda hingga usia orang tua. Umur responden amat

beragam mulai dari 17 hingga 41 tahun. Secara rinci, usia atau umur para kontributor dapat diamati pada tabel berikut:

**Tabel 2. Umur Kontributor**

Umur	Jumlah
17	1
19	1
20	6
21	5
22	3
23	6
24	7
25	2
26	3
27	2
28	1
29	1
31	1
41	1

Sumber: Survei terhadap Kontributor Brisik.id

Kemudian, hasil survei juga memberikan jawaban atas tingkat pendidikan para kontributor. Dari 50 responden, latar belakang tingkat pendidikan para kontributor mulai dari

SMA/ sederajat, Diploma, S1, hingga Pascasarjana. Latar belakang pendidikan ini didominasi oleh kontributor dengan pendidikan akhir S1.

**Tabel 3. Tingkat Pendidikan Akhir Kontributor**

Tingkat Pendidikan	Jumlah
--------------------	--------

SMA/Sederajat	17
Diploma	4
S1	28
Pascasarjana	1

Sumber: Survei Kontributor Brisik.id

- d. **Mata Pencaharian** kontributor Brisik.id  
 Hasil survei yang kami lakukan menunjukkan keragaman mata pencaharian dari para kontributor Brisik.id dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 4.** Mata Pencaharian Kontributor

Mata Pencaharian	Jumlah
Mahasiswa	20
<i>Freelance</i>	10
<i>Content writer</i>	7
Guru/pengajar/tutor	3
Penulis	1
Wartawan	1
Admin	1
Karyawan swasta	1
PNS	1
<i>Content manager</i>	1
<i>Creator</i>	1
Biro iklan	1
Terapi anak autis	1
<i>Social worker</i>	1

Sumber: Survei terhadap Kontributor Brisik.id

Selain jenis pekerjaan, kami juga menanyakan seputar posisi kontributor terhadap

Brisik.id. Hasil yang berikut:  
 didapatkan adalah sebagai

**Tabel 5.** Posisi kontributor

Posisi Kontributor	Jumlah
Pekerjaan sampingan	21
Hobi	17
Pekerjaan utama	11
Iseng ngegabut	1

Sumber: Survei terhadap Kontributor Brisik.id

## 2. *Institution, Rules and Behavior*

### a. Sejarah

Brisik.id merupakan salah satu produk dari PT Galactic Multimedia. Brisik merupakan singkatan dari “Berita Asik” dan memiliki slogan khusus yaitu “*Brisikin Indonesia bersama Brisik ID*”. Brisik didirikan pada September 2019. Pada awalnya, Brisik mengusung topik umum seperti *lifestyle, entertainment*, politik, dan sebagainya. Kemudian pada Februari 2020, Brisik mengubah fokus menjadi media informasi *online* yang mengusung topik terkait *travel* dan kuliner dari berbagai daerah di Indonesia. Hal ini dikarenakan Brisik melihat bahwa tidak banyak media yang mengusung topik

*travel* dan kuliner serta memiliki visi untuk menunjukkan kekayaan Indonesia hingga ke pelosok nusantara. Brisik memilih menggunakan kontributor sebagai penulis artikel *travel* dan kuliner karena melihat potensi kontributor yang dapat berasal dari berbagai daerah di Indonesia, sehingga lebih mudah menjangkau kekayaan yang ada di seluruh pelosok negeri. Selain itu, Brisik juga membentuk Komunitas Kontributor Brisik ID sebagai wadah bagi para penulis *freelancer* untuk saling bertukar gagasan, cerita, dan saran.

Sejarah dari Brisik ID bisa dilihat pada *timeline* berikut:

**Timeline Sejarah Brisik.id**

Tanggal	Kegiatan
September 2019	Brisik.id didirikan

8 Oktober 2019	Unggahan pertama di Instagram
4 Februari 2020	Unggahan pertama mengenai pencarian <i>freelance writer</i> .
3 Maret 2020	Mulai dari tanggal ini, seluruh unggahan di akun Instagram Brisik.id membahas mengenai <i>travel</i> dan kuliner
20 April 2020	Perubahan logo
11 Juni 2020	Brisik mengadakan “Brisik Gila Diskon” dengan gratis ongkir area Jabodetabek (minimum belanja 200 ribu).
1 Juli 2020	Peluncuran event Contributor of The Month untuk pertama kalinya (periode Juli 2020)
8 Agustus 2020	Workshop pertama dengan tema “Ngobrol Asyik Bareng Tim Redaksi: Tak Kenal Maka Tak Sayang”
Maret 2021	Perpindahan dari Whatsapp ke Telegram
12 – 17 Mei 2021	Libur lebaran (artikel dihentikan sementara)

#### **Timeline Kegiatan di Komunitas Kontributor Brisik.id**

<b>Tanggal</b>	<b>Kegiatan</b>
11 Juni 2020	Brisik mengadakan “Brisik Gila Diskon” dengan gratis ongkir area Jabodetabek (minimum belanja 200 ribu).
1 Juli 2020	Peluncuran event Contributor of The Month untuk pertama kalinya (periode Juli 2020)
8 Agustus 2020	Workshop pertama dengan tema “Ngobrol Asyik Bareng Tim Redaksi: Tak Kenal Maka Tak Sayang”
12 Agustus 2020	Peluncuran <i>event</i> Contributor of The Month periode Agustus 2020
7 September 2020	Peluncuran <i>event</i> Contributor of The Month periode September 2020 (bulan Oktober, November, dan Desember tidak ada Contributor of The Month karena Brisik sedang fokus mencari kontributor)

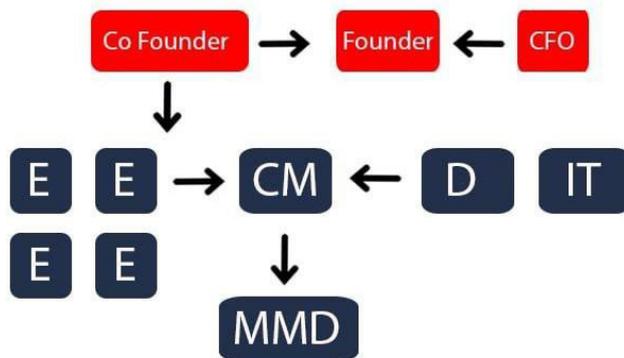
22 November 2020	Workshop kedua dengan tema “Pengenalan Dasar-dasar Fotografi”
6 Desember 2020	Workshop ketiga dengan tema “Mendokumentasikan Travel dan Kuliner”
2 Desember 2020	Co-Creativity (Create The Activity) periode Desember 2020
12 Desember 2020	Workshop keempat dengan tema “ Tips and Trick Sederhana Pemilihan Foto untuk Artikel”
12 Januari 2021	Peluncuran Contributor of The Month periode Januari 2021
3 Februari 2021	Peluncuran Contributor of The Month periode Februari 2021
13 Februari 2021	Ngobrol Santuy Bareng @LaksmiMP
19 Februari 2021	Peluncuran Contributor Badge Systems
2 Maret 2021	Peluncuran Contributor of The Month periode Maret 2021
27 Maret 2021	Workshop kelima dengan tema “Workshop Content Writer to Boost Your Skill!”
6 April 2021	Peluncuran Contributor of The Month periode April 2021
13 April 2021	<i>Polling</i> mengenai rencana <i>gathering</i> kontributor di Malang
6 Mei 2021	Peluncuran Contributor of The Month Periode Mei 2021
10 – 13 Mei 2021	<i>Event</i> Pantun THR (Teman Hari Raya)
12 – 17 Mei 2021	Libur lebaran (artikel dihentikan sementara)
19 Juni 2021	NGASO bersama Co-Founder Brisik.id Ronald Layanto (dihadiri 23 partisipan).

27 Juni 2021	Gathering <i>offline</i> di Malang
--------------	------------------------------------

**Timeline Perkembangan Fitur dari Brisik.id**

Tanggal	Kegiatan
25 Agustus 2020	Situs Brisik.id tidak bisa diakses karena gangguan listrik di daerah kantor mereka
10 September 2020	<i>Maintenance website</i>
Oktober 2020	Peluncuran Panel Kontributor
31 April 2021	Maintenance dan pergantian tampilan <i>website</i>
17 Mei 2021	Pergantian tampilan Panel Kontributor
24 Mei 2021	Penambahan fitur “ <i>Follow Kontributor</i> ”

**b. Struktural**



**Gambar 9.** Struktur Brisik.id.

Sumber: Dokumen pribadi *Community Manager* Brisik.id

Struktural Brisik.id dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO). Terdapat 15-20 orang staf yang bertugas di Brisik.id. Selanjutnya, terdapat *Co-Founder* yang merangkap tugas sebagai *Chief Technology Officer*. *Chief Technology Officer* dipegang oleh Ronald Layanto. Lalu, terdapat seorang yang memiliki jabatan sebagai *Chief Financial Officer* (CFO). Jika dilihat dari gambar struktur tersebut,

*Co-Founder*, *Founder* dan CFO berada pada posisi yang sejajar. *Co-Founder* dan CFO berkoordinasi langsung kepada *Founder*. *Co-Founder* berada di atas Editor, *Community Manager*, Multimedia (MMD), Desainer (D), dan IT staf/*techinal team* (IT). Editor memiliki tugas melakukan proses penyuntingan terhadap tulisan kontributor. Lalu, Multimedia memiliki tugas untuk membuat video *advertising*.

Sedangkan *Community Manager* bertanggung jawab terhadap aktivitas kontributor.

Editor memiliki tanggung jawab terhadap *Co-Founder* dan berhubungan dengan *Community Manager*. Lalu, Desain juga memiliki kaitan dengan *Community Manager*. Sementara Multimedia bertanggung jawab terhadap *Community Manager*.

Dalam garis struktural, kontributor berada langsung di bawah *Community Manager*. Jadi, *Community Manager* bertugas untuk mengontrol aktivitas yang dilakukan oleh para kontributor baik di grup *chat* maupun *personal message*. *Community Manager* juga bertugas untuk menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan kontributor seperti pemberitahuan info, pemberitahuan rekap honor, dan lain sebagainya. Bagi para kontributor, semua memiliki posisi yang setara dan memiliki tugas atau fungsi untuk membuat artikel mengenai *food, travel, dan culture*.

**c. Aturan di Komunitas Kontributor Brisik ID**  
Komunitas Kontributor

Brisik ID memiliki beberapa aturan terkait grup kontributor dan pedoman teknis kepenulisan. Berikut poin-poin aturan pada grup kontributor:

- 1) Dilarang berjualan,
- 2) Pertanyaan mengenai honorarium silakan menghubungi admin
- 3) Saling menghormati antar sesama
- 4) Wajib menjaga grup dan tidak membahas hal-hal negatif
- 5) Sangat dipersilahkan untuk *sharing* ilmu ke teman-teman lain
- 6) Jika menanyakan sesuatu atau memberikan saran silakan *mention* Riri agar tidak terlewat dan dapat langsung dijawab.

Kedua, terdapat peraturan umum penulisan artikel di Brisik.id. Peraturan ini bersifat teknis seperti peraturan penggunaan foto dan video, cara mengirim artikel, syarat penulisan di berbagai kanal, dan penggunaan “Panel Kontributor.” Peraturan ini bisa diakses kontributor maupun masyarakat umum di *website* Brisik.id ( <https://brisik.id/> ).

### 3. Stakeholder

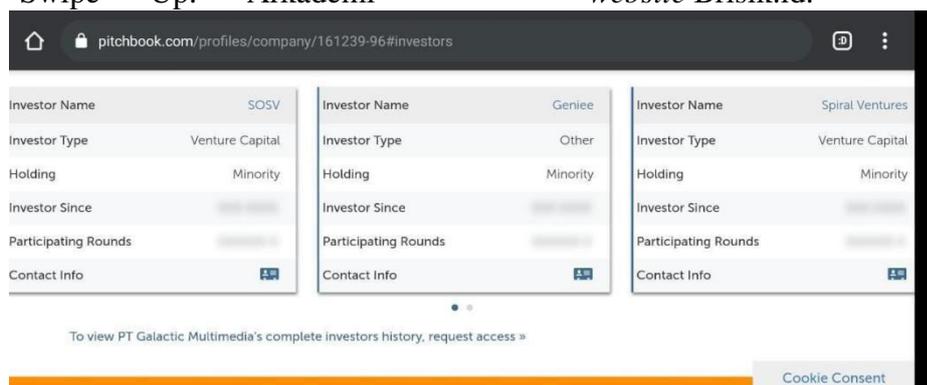


**Gambar 10.** Stakeholder Brisik.id.

Seperti yang tertera pada diagram di atas, Komunitas Kontributor Brisik ID merupakan bagian dari Brisik ID. Di dalamnya juga ada para karyawan/staf Brisik seperti yang telah dijelaskan pada poin struktur. Brisik.id merupakan salah satu produk dari suatu perusahaan yang bergerak pada bidang pengembangan aplikasi pada platform android, yaitu PT Galactic Multimedia.

Selain itu, Brisik.id juga memiliki hubungan khusus dengan pihak lain yang disebut sebagai *partner*. Partner dari Brisik.id untuk saat ini adalah Arkademi dan Swipe Up. Arkademi

pakan program akselerator dari perusahaan yang memiliki posisi terbaik dunia. Arkademi menjadi platform pembelajaran berbagai keahlian yang berbasis *mobile app*. Sementara itu, Swipe Up merupakan platform berbelanja *online* yang memberikan promo serta harga termurah dari berbagai *merchant* pilihan. Membahas mengenai Swipe Up, pada *website* Brisik.id kita dapat melihat fitur khusus dari Swipe Up yang berisikan beberapa voucher wisata dan kuliner dari tempat-tempat pilihan. Bagi Brisik, kerjasama ini dapat menunjang perhatian dan ketertarikan khalayak untuk berkunjung dan tinggal lebih lama di *website* Brisik.id.



**ar 11. Gambar 11:** Tangkapan Layar Tiga Investor PT Galactic Multimedia. Sumber: <https://pitchbook.com/profiles/company/161239-96#overview>

Selain itu, Brisik ID lewat perusahaan induknya telah memiliki hubungan kerja sama dengan investor yang membantu dan memberikan dukungan pendanaan yakni SOSV, Geniee, dan Spiral Ventures. Ketiga perusahaan tersebut memberi dukungan terhadap *startup-startup* yang baru memulai bisnis. Sehingga, ketiga perusahaan tersebut memiliki peran yang vital dalam perkembangan PT Galactic Multimedia, termasuk Brisik di dalamnya.

#### 4. Participation

Pada bagian ini, kami akan memaparkan hasil temuan kami mengenai partisipasi di Komunitas Kontributor Brisik.id. Partisipasi di sini meliputi apakah para kontributor terlibat secara aktif dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pihak Brisik ID, apakah kesempatan yang diberikan bagi para kontributor luas atau tidak, apa contoh kegiatan dalam komunitas ini, dan apa persoalan yang menghambat partisipasi anggota di Komunitas Kontributor Brisik.id.

Pada bagian

pertama, kami akan menjelaskan mengenai keaktifan para kontributor berdasarkan hasil wawancara dengan *Community Manager* Brisik ID.

Partisipasi dari para kontributor sudah dilakukan bahkan ketika mereka belum masuk dalam komunitas. Hal ini dikarenakan syarat mutlak untuk dapat masuk dalam komunitas ini adalah harus menulis minimal satu artikel dan berhasil tayang. Pembuatan artikel tersebut merupakan salah satu bentuk partisipasi kontributor sekaligus sebagai penyaring agar mereka yang masuk dalam komunitas ini adalah mereka yang memang memiliki *passion* dalam dunia tulis menulis serta menyukai dunia *travel* dan kuliner.

Kami juga telah melakukan survei yang diisi oleh 50 kontributor Brisik.id. Survei ini memang belum bisa mewakili seluruh anggota kontributor di Brisik ID. Pada survei tersebut, kami menanyakan jumlah artikel kontributor yang telah tayang dan jumlah artikel yang telah tayang dalam 3 bulan terakhir untuk melihat keaktifan kontributor dalam menulis artikel.

**Tabel 6.** Jumlah Artikel yang Telah Tayang

Jumlah Artikel yang Tayang	Jumlah Kontributor
0-20	38
21- 40	6
41-60	3
61-80	1
81-100	2

**Tabel 7.** Jumlah Artikel yang Telah Tayang dalam 3 bulan terakhir (Maret-Mei)

Jumlah Artikel yang Tayang	Jumlah Kontributor
0-20	44
21-40	5
41-60	1

Keaktifan para kontributor selama menulis artikel di Brisik.id dapat dilihat salah satunya dari jumlah artikel yang mereka produksi. Untuk saat ini, Brisik.id belum memiliki data progres yang dapat melihat seberapa banyak kontributor yang menulis dalam waktu sebulan. Namun, Kak Riri menjelaskan bahwa pada bulan April 2021 terdapat 803 artikel dengan perkiraan 180-200 kontributor yang aktif.

Selain itu, kontributor juga beberapa kali memberikan saran kepada pihak Brisik. Saran-saran dari para

kontributor inilah yang membuat Brisik menjadi semakin berkembang dari waktu ke waktu. Contohnya adalah pada fitur Panel Kontributor. Fitur ini hadir karena ada kontributor yang mengusulkan kepada pihak Brisik untuk membuat fitur pengiriman langsung di situs, tidak lagi melalui e-mail.

Brisik ID juga memberikan semacam *service* dan *reward* kepada para kontributor. Hal ini diaplikasikan dalam pembuatan sistem *badge*, di mana semakin banyak tulisan yang berhasil tayang dari seorang

kontributor maka pangkat yang dimilikinya juga akan semakin tinggi. Semakin tinggi pangkat, maka kontributor bisa memperoleh hadiah menarik. Terdapat pula program *Contributor of the Month* bagi para kontributor terbaik di tiap bulannya.

Ke depan, Brisik ingin lebih banyak melibatkan kontributor, terutama dalam acara *gathering*. Jadi, Brisik memiliki rencana untuk melakukan *gathering* dengan sistem *roadshow* ketika pandemi sudah mereda. Mereka ingin di tiap kota ada PIC kontributor yang mengurus segala keperluan untuk terlaksananya *gathering* ini.

## 5. Social Risk

Dari hasil observasi dan wawancara selama beberapa bulan ini, kami mengidentifikasi beberapa risiko yang ada di Komunitas Kontributor Brisik.id sebagai berikut:

- ***Institutional Risk***

Pada risiko institusional, ada beberapa hal yang kami temukan. Dengan jumlah kontributor yang mencapai 500 orang (per 21 Maret 2021), tentu setiap dari mereka memiliki karakter dan kemampuan yang berbeda. Sering ditemukan kontributor yang tidak membaca aturan yang telah

ada sehingga melakukan pelanggaran. Pelanggaran ini misalnya melakukan spam atau promosi di grup yang sifatnya di luar Brisik.id, tidak membaca ketentuan mengenai *follow up* artikel, dan lain sebagainya. Bagi yang melakukan promosi di luar kepentingan Brisik akan langsung dikeluarkan dari grup.

Brisik juga mengalami masalah dalam persebaran kontributor. Meski secara jumlah bisa dibilang banyak, tetapi persebarannya tidak merata. Ada daerah yang memiliki lebih dari 50 kontributor, tetapi ada juga daerah yang bahkan tidak memiliki kontributor sama sekali.

Brisik juga memiliki kendala dalam melakukan *gathering* antar kontributor. Jika *gathering* dilakukan secara *offline*, kendalanya adalah keterbatasan jumlah staf dan kondisi saat ini yang masih di masa pandemi. Jika dilakukan secara *online*, sejatinya dulu pernah dilakukan menggunakan media *Google Hangout*. Namun, antusiasmenya kurang sehingga tidak diadakan kembali.

- ***Exogenous Risk***

Pandemi Covid-19 yang terjadi di berbagai belahan dunia memengaruhi banyak sektor, salah satunya

adalah sektor wisata. Berbagai pembatasan yang terjadi di Indonesia, seperti misalnya penutupan tempat wisata atau pembatasan akses transportasi membuat jumlah artikel travel menjadi berkurang drastis. Hal ini membuat jumlah artikel yang tayang di Brisik menjadi berkurang.

## 6. Aset Komunitas

Bagi Komunitas Kontributor Brisik ID, aset fisik yang dimiliki adalah hasil tulisan mereka yang ditayangkan di *platform* Brisik. Hasil karya berupa tulisan tersebut dipengaruhi oleh beberapa aset non-fisik seperti pengetahuan dan pengalaman akan tempat wisata/kuliner di tiap domisili kontributor, jumlah kontributor yang cukup banyak, dan domisili yang beragam. Aset non-fisik inilah yang memberi warna bagi tulisan-tulisan di Brisik.id.

## 7. Analisis

### a. Analisis Geografis

Komunitas Kontributor Brisik.id adalah komunitas

berbasis daring. Komunitas ini memiliki anggota (kontributor) yang berasal dari hampir seluruh provinsi di Indonesia. Hal ini merupakan kekuatan bagi komunitas ini, khususnya Brisik.id sebagai portal berita *online*. Komunitas ini dapat memproduksi artikel tentang kuliner dan wisata lebih beragam dan detail. Oleh karena itu, faktor geografis ini juga menguntungkan bagi Brisik.id untuk menjadi portal berita yang *sustainable*.

Kelemahan pada komunitas ini dapat dilihat dari aspek geografis visual. Berdasarkan aspek tersebut, kita mengetahui bahwa kegiatan yang dilakukan oleh Brisik banyak yang bersifat individual dan jarang bersifat interaksional, seperti kepenulisan *online*, *workshop*, sistem pangkat, atau *Contributor Of The Month*. Kegiatan yang minim interaksi ini mengakibatkan antar kontributor tidak saling kenal. Selanjutnya, karena tidak saling kenal, perbincangan yang ada di komunitas menjadi monoton dan hanya berkutat seputar teknis kepenulisan. Oleh karena itu, dengan perbincangan yang monoton ini akhirnya berhubungan dengan pohon masalah yaitu terjadinya spam yang

mengganggu dan berpengaruh pada rendahnya partisipasi kontributor.

Pada aspek geografis visual juga, kegiatan kepenulisan *online* sebenarnya telah memiliki aturan yang tertulis pada situs Brisik.id. Namun, kami menduga kontributor kurang teliti membaca aturan tersebut sehingga menyebabkan spam di grup kontributor.

Kami melihat kesempatan untuk komunitas dengan asal anggota berbeda-beda ini, Brisik bisa mengadakan sebuah *gathering*, *event*, atau rutinitas yang bisa melibatkan semua anggota. Rutinitas selain kepenulisan itu penting untuk membangun relasi yang kuat antar kontributor. Seperti yang tertulis pada hasil penelitian bahwa bahkan kegiatan *workshop* bersama Co-Founder hanya diikuti oleh 23 partisipan. Dengan hadirnya acara-acara tersebut, kontributor bisa akrab satu sama lain, khususnya juga dengan staf Brisik.id.

#### **b. Analisis Demografis**

Berdasarkan data yang ditemukan pada aspek demografis mengenai jenis kelamin, usia, dan pendidikan kontributor, kelompok tidak menemukan korelasi

dengan inti masalah yang dihadapi komunitas. Akan tetapi, analisis pada aspek demografis ini dapat dibahas mengenai usia kontributor yang didominasi oleh usia 20-27 tahun dan tingkat pendidikan yang mayoritas merupakan S1 dapat memengaruhi kualitas konten yang dihasilkan kontributor. Kualitas yang dimaksud ialah keselarasan artikel dengan target pembaca atau audiens Brisik ID yakni kelompok milenial.

#### **c. Analisis Mata Pencarian**

Berdasarkan hasil survei terhadap kontributor, terdapat hubungan antara aspek mata pencarian/profesi kontributor dengan aspek geografis visual. Mata pencarian kontributor didominasi oleh mahasiswa. Dilihat dari aspek waktu, kontributor mudah untuk melakukan kegiatan kepenulisan untuk Brisik.id. Hal ini juga didukung fakta bahwa kegiatan di Brisik bersifat tidak mengikat. Jadi, kontributor bisa melakukan liputan kapan saja. Dominasi mahasiswa juga sesuai dengan karakter Brisik yang memang menasar kalangan muda.

Analisis selanjutnya adalah mengenai posisi kontributor. Data menunjukkan bahwa kebanyakan kontributor

menganggap kegiatan di Brisik.id sebagai pekerjaan sampingan dan hobi. Dari 50 responden, hanya ada 11 orang yang menganggap pekerjaan di Brisik.id sebagai pekerjaan utama atau sekitar 22%. Kondisi ini berhubungan dengan masalah utama yakni partisipasi kontributor yang rendah. Dengan menganggap posisi mereka hanya sebagai pekerjaan sampingan dan hobi, ditambah tidak adanya *deadline* dan target penulisan, maka partisipasi kontributor menjadi tidak maksimal

Komunitas ini juga bisa dibilang adalah komunitas yang berorientasi profit. Hal ini dikarenakan setiap tulisan yang ditulis oleh kontributor akan mendapatkan honor dari pihak Brisik. Brisik memiliki tiga jenis pembagian honor sebagai berikut:

- 1) Rp20.000 jika tulisan disertai gambar yang didapat dari sumber lain semisal Instagram atau *website*.
- 2) Rp40.000 jika tulisan disertai gambar yang merupakan hasil jepretan sendiri.
- 3) Rp60.000 jika tulisan disertai video hasil

buatan sendiri.

Dari hasil survei yang kami lakukan, jumlah tulisan terbanyak dari satu kontributor adalah 93. Maka dari itu, asumsi pendapatan maksimal yang kontributor terima adalah sebagai berikut:

- 1) Asumsi honor  
Rp20.000 =  
Rp  
1.860.000
- 2) Asumsi honor  
Rp40.000 =  
Rp  
3.720.000
- 3) Asumsi honor  
Rp60.000 = Rp  
5.580.000

Jadi, kontributor tersebut mendapatkan honor pada kisaran Rp1.860.000 - Rp5.580.000. Lalu bagaimana dengan uang yang dikeluarkan oleh pihak Brisik? Berdasarkan pernyataan dari *Community Manager* Brisik.id, pada bulan April yang lalu secara total ada 803 artikel yang diunggah. Asumsi dana yang dikeluarkan oleh Brisik adalah sebagai berikut:

- 1) Asumsi honor  
Rp20.000=  
Rp16.060.000
- 2) Asumsi honor  
Rp40.000 =  
Rp32.120.000
- 3) Asumsi honor  
Rp60.000 =  
Rp48.180.000

Jadi, Brisik perlu mengeluarkan dana pada kisaran Rp16.060.000 - Rp48.180.000 untuk membayar honor kontributor.

#### d. Analisis Sejarah

Ada beberapa hal yang bisa dianalisis dari sejarah Brisik ID. Pertama, mengenai perubahan topik dari umum ke spesifik tentang wisata dan kuliner. Perpindahan fokus topik ini menurut Riri selaku *Community Manager* Brisik disebabkan karena persaingan media. Brisik melihat bahwa media dengan topik umum sudah sangat banyak dan dikuasai oleh pemain-pemain besar seperti Kompas, Detik, dan lain sebagainya. Sementara itu, media yang fokus pada topik tentang wisata belum terlalu banyak sehingga Brisik memutuskan untuk beralih. Perubahan ini juga sebagai cara bagi Brisik untuk bisa bersaing dengan media-media lain.

Fokus topik Brisik yang membahas mengenai wisata dan kuliner juga berdampak bagi para pelaku usaha dan masyarakat. Bagi para pelaku usaha, mereka tentu membutuhkan konsumen agar usaha mereka dapat terus berjalan. Apalagi di masa pandemi seperti ini, kebutuhan akan promosi melalui media daring meningkat dengan pesat. Brisik menjadi salah satu

solusi karena pihak pelaku usaha bisa mendapatkan promosi secara gratis dari kontributor yang menulis artikel tentang mereka.

Bagi masyarakat, artikel-artikel yang ditulis di Brisik dapat menjadi jalan bagi mereka untuk mencari referensi. Brisik hadir dengan semangat untuk mengenalkan kekayaan Indonesia yang begitu beragam. Co-founder mereka Ronald Layanto dalam acara Ngobrol Asik Sore-sore (NGASO) Bareng Co-founder Brisik ID mengatakan bahwa wisata di Indonesia itu tidak hanya Bali, Jogja, dan tempat-tempat populer lainnya. Ada banyak *hidden gem* di Indonesia dan ini yang ingin disentuh oleh Brisik. Ronald juga menekankan pentingnya *value* dalam setiap tulisan. Misal tulisan tentang lokasi *camping*. Semua orang tahu bahwa itu adalah tempat untuk *camping*. Namun, apa nilai lebih yang bisa ditawarkan? Semisal bisa melihat sunset yang indah, terletak dekat pegunungan, banyak hamparan sawah, dll. Hal ini yang terus ditekankan bagi para kontributor sehingga artikel-artikel yang dibuat dapat menjadi referensi yang menarik bagi masyarakat.

Kedua, analisis kegiatan. Brisik ID

mengadakan banyak sekali kegiatan seperti *workshop*, *Contributor of The Month*, *Contributor Badge Systems*, dan lain sebagainya. Tujuan diadakannya kegiatan-kegiatan tersebut adalah sebagai cara untuk meningkatkan partisipasi kontributor. Ronald mengatakan bahwa Brisik adalah sebuah *community platform*. Jadi, basis dari Brisik adalah komunitas dan kontributor menjadi aktor utamanya. Maka dari itu, Brisik rutin mengadakan acara-acara tersebut agar partisipasi dari kontributor dapat meningkat.

Ketiga, analisis media komunikasi. Perpindahan media komunikasi dari Whatsapp ke Telegram beberapa waktu yang lalu bertujuan untuk memudahkan proses komunikasi menjadi satu pintu. Kami melihat bahwa grup memang menjadi lebih ramai ketika sudah berpindah ke Telegram. Hal ini bisa jadi dikarenakan jumlah kontributor yang ada di grup tersebut lebih banyak. Dari yang semula hanya 200+ di Whatsapp kini mencapai 500+ di Telegram dan masih akan terus bertambah.

**e. Analisis Stakeholder**

Pada aspek *stakeholder*, terdapat beberapa hal yang dapat kami analisis

bedasarkan data yang ditemukan dan realitas pada komunitas. Brisik merupakan media yang baru berdiri pada tahun 2019. Secara pendanaan, Brisik tidak mendapatkan dana sebanyak media-media besar seperti Kompas, Detik, dan sebagainya. Hal ini menjadi latar belakang atau alasan Brisik bergerak secara spesifik dalam bidang informasi *travel* dan kuliner.

Seperti yang telah dipaparkan pada pembahasan *stakeholder*, Brisik.id memiliki hubungan kerja sama dengan beberapa perusahaan lainnya. Akan tetapi, keberadaan perusahaan tersebut jarang disinggung dan kurang dikenal oleh para kontributor. Hal ini kami amati melalui grup *chat* kontributor (Telegram) bahwa topik mengenai pihak-pihak luar yang memiliki hubungan kerja sama dengan Brisik.id sangat jarang dibahas, bahkan nyaris tidak pernah. Hal ini juga berlaku di setiap *workshop* yang diadakan oleh Brisik.

**f. Analisis Struktural**

Berdasarkan struktur kepengurusan yang ada pada bagian sebelumnya, kami melihat bahwa staf Brisik yang memiliki hubungan langsung dengan kontributor adalah

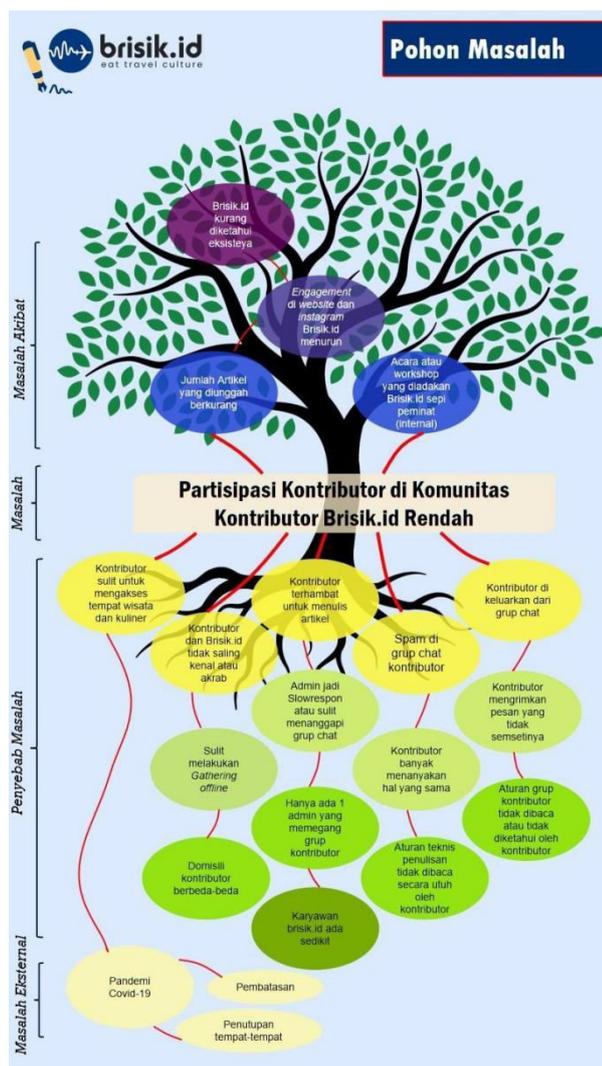
*Community Manager* memiliki peran yang sangat penting karena selain menjadi perantara antara komunitas dengan staf, beliau juga membantu kontributor agar bisa melakukan aktivitas di komunitas dengan baik.

Pada geografis visual, kita mengetahui bahwa tugas utama dari para kontributor adalah menulis artikel sesuai dengan ketentuan yang ada di Brisik ID. Lalu untuk teknis kepenulisan, FAQ, dan aturan sudah diberikan sebelumnya oleh *Community Manager* dan dapat diakses dalam *description group* kontributor serta *website* Brisik.id sendiri. Namun, banyak kontributor yang masih bertanya kepada *Community Manager* tentang hal teknis tersebut. Selain itu, pertanyaan yang

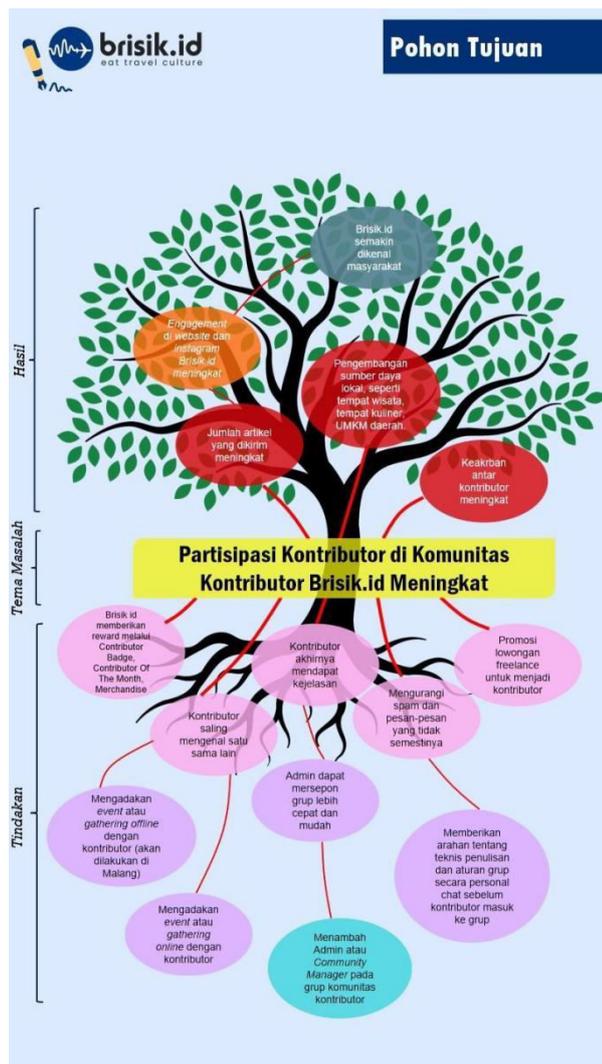
diberikan cenderung monoton dan berulang, artinya banyak pertanyaan yang sudah pernah ditanyakan sebelumnya.

Melalui situasi ini, kami melihat bahwa aspek kepemimpinan dapat menjadi solusi. *Community Manager* dapat mengarahkan kontributor untuk membaca terlebih dahulu aturan atau teknis yang telah disediakan. Lalu jika memang ada pertanyaan yang belum pernah terjawab dapat dijelaskan oleh *Community Manager*. Selanjutnya, jika memungkinkan, kami menyarankan untuk menambah staf pada posisi *Community Manager* yang saat ini hanya diisi oleh satu orang. Penambahan ini kami rasa perlu mengingat jumlah kontributor yang sudah mencapai angka 500 lebih.

#### **g. Analisis Pohon Masalah dan Tujuan**



Gambar 12. Pohon Masalah Hasil Analisis Terhadap Komunitas Brisik.id.



**Gambar 13.** Pohon Tujuan Hasil Analisis Terhadap Komunitas Brisik.id.

Berdasarkan analisis yang telah dijabarkan dalam aspek-aspek sebelumnya, peneliti kemudian mencoba membuat gambaran atas masalah yang mungkin dihadapi oleh pihak-pihak yang ada pada komunitas ini. Pada pohon masalah berikut, masalah utama yang terjadi pada komunitas Brisik ID adalah partisipasi kontributor di komunitas yang rendah.

Masalah utama ini terjadi akibat beberapa

penyebab yang merupakan akar dari pohon masalah tersebut. Pertama, dari aspek geografis fisik terdapat akar tentang asal domisili kontributor yang berbeda-beda. Komunitas ini memiliki kurang lebih 500 anggota dengan domisili hampir di seluruh wilayah di Indonesia. Akar ini mengakibatkan kontributor dari Brisik.id tidak saling kenal dan akrab. Hal ini mengakibatkan sulitnya komunitas untuk dapat

melakukan *gathering offline*. Brisik.id adalah *start up* dengan karyawan yang hanya sekitar 15-20 orang maka sulit untuk bisa mengumpulkan semua orang sehingga solusi yang digunakan adalah menggunakan media sosial yaitu Telegram.

Kedua, dari aspek geografis visual adalah tentang aturan teknis penulisan yang tidak dibaca secara sungguh-sungguh mengakibatkan banyak kontributor yang memberikan pertanyaan yang sama, pesan yang tidak semestinya dan menghasilkan spam di group Telegram kontributor. Penyebab-penyebab ini bisa berdampak dikeluarkannya anggota dari grup Telegram. Spam yang ada di grup kontributor juga berhubungan dengan masalah utama karena akan sulit untuk bisa saling mengenal dan berpartisipasi di grup komunitas jika isi pesan grup didominasi oleh spam.

Ketiga, masalah utama ini juga dipengaruhi dari aspek struktur. Pada struktur komunitas kontributor, terdapat *Community Manager (CM)* yang memiliki hubungan langsung dengan para kontributor. Pada komunitas ini hanya ada satu admin (CM) yang memegang grup Telegram,

sehingga akan sulit untuk bisa menjawab pertanyaan teknis dari para kontributor.

Berdasarkan tiga penyebab utama yang paling dominan, peneliti memberikan saran agar Brisik.id dapat mengadakan event *online maupun offline* sehingga antar anggota dapat saling mengenal dan mendukung. Event *offline* ini beruntungnya dapat terwujud pada *gathering offline* di Malang yang akan diadakan pada Minggu, 27 Juni 2021. Lalu, dari aspek struktur Brisik.id bisa menegaskan kembali tentang teknis kepenulisan dan aturan grup sebelum kontributor masuk ke dalam grup Telegram agar kontributor bisa lebih paham alur dan hal-hal teknis lain yang harus diperhatikan.

## SIMPULAN

Komunitas Kontributor Brisik.id adalah komunitas *online* yang terbentuk untuk mengumpulkan orang-orang yang memiliki minat menulis seputar kuliner, budaya, dan tempat wisata sesuai dengan daerah di mana mereka berada. Komunitas ini terdiri dari kurang lebih 500 kontributor yang berasal daerah yang berbeda-beda di seluruh Indonesia. Berdasarkan realitas tersebut, peneliti menemukan permasalahan utama dari komunitas ini yaitu partisipasi kontributor yang rendah. Aspek utama dari masalah ini adalah asal daerah kontributor yang berbeda-

beda, kurangnya kegiatan atau rutinitas untuk menyatukan kontributor, serta kepemimpinan *Community Manager* pada grup Telegram kontributor. Oleh karena itu, peneliti menyarankan untuk Brisik.id dapat memperhatikan aspek geografis dan struktur tersebut untuk meningkatkan partisipasi dari kontributor Brisik.id.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial Kritis*. Sidoarjo: Cv. Cahaya Intan Xii Sidoarjo.
- Afandi, Afandi, A. (2016). *Modul Participatory Action Research (PAR): Untuk Pengorganisasian Masyarakat*. Surabaya: LPPM UIN Sunan Ampel
- Arkademi. (n.d.). Tentang. Diakses pada 9 Juni 2021, dari <https://arkademi.com/tentang/>
- Brisik.id. (n.d.). About. Diakses pada 19 Juni 2021 dari <https://brisik.id/info/about>
- Brisik.id (n.d.). Karir. Diakses pada 23 Juni 2021 dari <https://brisik.id/info/karir>
- Brisik.id. [@brisikid]. (2021, Juni 9). Telegram [Instagram highlight]. Diakses pada 21 Juni 2021 dari <https://www.instagram.com/stories/highlights/17880604976363983/>
- Damanik, F. N. S. (2012). Menjadi masyarakat informasi. *Jurnal SIFO Mikroskil*, 13(1), 73-82.
- Evelina, L.W. (2018). Komunitas adalah pesan: Studi netnografi virtual di situs wisata tripadvisor. *Jurnal Warta ISKI* 1(2), 65-74.
- Kendall, L. (2011). Community and the internet. Dalam Consalvo, M & Ess, C. (Ed.). *The handbook of internet studies* (h. 309-325). West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Mansell, R. (2009). *The Information Society (Critical concepts in sociology.)*. Routledge: London.
- Pitchbook (n.d.). PT Galactic Multimedia. Diakses pada 9 Juni 2021, dari <https://pitchbook.com/profiles/company/161239-96#overview>
- Raditya, Dendi. (2020). Analisis sosial: Sebuah pengantar singkat. *chub.fisipol.ugm.ac.id*. Diakses pada 24 Juni 2021 dari <https://chub.fisipol.ugm.ac.id/2020/07/07/analisis-sosial-sebuah-pengantar-singkat/>
- Rodin, R. (2013). Transisi Masyarakat Indonesia Menuju Masyarakat Informasi. *Dalam Jurnal Palimpsest*, 4(2), 2013-05.
- Wuryanta, A. E. W. (2004). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 1 (2). 131-142
- Yohana, N., Wulandari, T. (2014). Perilaku komunikasi kelompok komunitas virtual kaskus regional riau raya. *Jurnal Penelitian Komunikasi* 17(2), 117-128.