



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Model *Revenue Sharing* di Perusahaan *Startup Media* (Studi Kasus Berita DIY - Pikiran Rakyat Media Network)

Simbolon^{1*}, Septiadi²

¹Universitas Teknologi Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, srih2488@gmail.com

²Universitas Teknologi Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding Author: srih2488@gmail.com

Abstract: *This study aims to map the contribution of income levels experienced by content creators in increasing revenue sharing in DIY News. The basic method used is qualitative descriptive, involving five editor respondents. Primary data collection was conducted through direct interviews guided by an interview framework. The analysis in this study used snowball sampling in addition to taxonomic analysis and triangulation. The findings show that the income level of content creators significantly optimizes revenue sharing when editors have validity and reliability. By reducing operational costs from 100 million to 60 million, the company's revenue increases to 40 million. This allows the company to recruit additional content creators, share revenue with editors, or hire more editors or journalists, for example, with a salary of 25 million. It can be concluded that the income level of content creators, as reported by the majority of editors, confirms that revenue sharing is valid and reliable regarding the income calculation system for content creators. Further research is recommended to explore valid and reliable variables related to the income level of content creators.*

Keywords: *Revenue Sharing, Start Up Media, DIY News*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memetakan kontribusi tingkat pendapatan yang dialami oleh kreator konten dalam meningkatkan bagi hasil di Berita DIY. Metode dasar yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan melibatkan lima responden editor. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara langsung yang dipandu oleh kerangka wawancara. Analisis dalam penelitian ini menggunakan snowball sampling di samping analisis taksonomi dan triangulasi. Temuan menunjukkan bahwa tingkat pendapatan pembuat konten secara signifikan mengoptimalkan pembagian pendapatan ketika editor memiliki validitas dan reliabilitas. Dengan mengurangi biaya operasional dari 100 juta menjadi 60 juta, pendapatan perusahaan meningkat menjadi 40 juta. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk merekrut pembuat konten tambahan, berbagi pendapatan dengan editor, atau mempekerjakan lebih banyak editor atau jurnalis, misalnya, dengan gaji 25 juta. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pendapatan pembuat konten, seperti yang dilaporkan oleh mayoritas editor, menegaskan bahwa pembagian pendapatan valid dan reliabel mengenai sistem perhitungan pendapatan untuk

pembuat konten. Penelitian lebih lanjut direkomendasikan untuk mengeksplorasi variabel yang valid dan reliabel terkait dengan tingkat pendapatan pembuat konten.

Kata kunci: Bagi Hasil, *Start Up* Media, Berita DIY

PENDAHULUAN

Para peneliti menemukan masalah dengan kerangka analitis yang mencakup perbedaan antara penetapan harga dan pembagian pendapatan. Penerapan pembagian pendapatan antara DIY News dan PRMN ditemukan sekitar 70% DIY News dan 30% PRMN. Besaran pendapatan dari masing-masing redaksi DIY News dapat menghasilkan 8 juta-30 juta dari jumlah impresi yang diklik (Firmansyah, 2024).

Menurut Alkalah (2016), rata-rata pengeluaran bulanan tertinggi dialokasikan untuk pembelian barang tahan lama pada industri media massa daring dan konvensional, seperti sarana dan prasarana terkait pekerjaan, yakni sebesar Rp3,2 juta per bulan. Lima prioritas pengeluaran teratas adalah biaya sehari-hari yang mencapai 91 persen, disusul transportasi dan komunikasi sebesar 85 persen, pendidikan sebesar 77,3 persen, dan biaya tanggungan sebesar 71 persen. Sebaliknya, 26,87 persen hingga 42 persen menilai pengeluarannya tidak wajar. Hal ini sesuai dengan karakteristik perjanjian kemitraan, yakni model bagi hasil yang didasarkan pada persentase pembagian hasil antara mitra dan perusahaan. Pembagian ini dapat berubah sewaktu-waktu, tergantung pada pembayaran konsumen (Wibowo, 2023).

Menurut data from Kepios (2023), pengguna internet generasi boomer, milenial, dan khususnya Z di Indonesia meningkat hingga 10 juta pada tahun 2022. Sebagai gambaran, jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa 63,51 juta orang di Indonesia belum menggunakan internet pada awal tahun 2023, yang berarti 23,0 persen penduduk masih offline pada awal tahun. Meskipun menurun hingga 12,57% dibandingkan tahun sebelumnya, angka tersebut masih mewakili 60,4% dari total penduduk.

Menurut the e-Conomy SEA 2023 Report from Google, Temasek, and Bain & Company Reveals mengungkapkan transaksi ekonomi digital Indonesia di sektor e-commerce, perjalanan media daring meningkat pada tahun 2023, sedangkan taksi daring dan ojek justru menurun. Proyeksi GMV ekonomi digital Indonesia berdasarkan sektornya tahun ini digambarkan sebagai Pendapatan e-commerce sebesar US\$62 miliar atau naik 7%, Pendapatan pesanan makanan atau transportasi sebesar US\$7 miliar atau turun 8%, Pendapatan media daring sebesar US\$7 miliar atau naik 5%, Pendapatan perjalanan daring meningkat sebesar US\$6 miliar atau naik 68%.

1. Bagaimana tingkat pendapatan iklan untuk perusahaan rintisan media di *DIY News*?
2. Bagaimana tingkat pendapatan pelanggan untuk perusahaan rintisan media di *DIY News*?
3. Bagaimana kestabilan biaya operasional dan tingkat pendapatan konten kreator untuk perusahaan rintisan media di *DIY News*?

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan nilai sistem tingkat pendapatan pelanggan yang dapat mempengaruhi manfaat kinerja redaksi, selain itu juga menjadi solusi keterbacaan pencairan dana dalam meningkatkan bagi hasil pendapatan yang lebih signifikan di tahun 2023 bagi platform di *DIY News*. Nilai kontribusi terhadap stabilitas biaya operasional mengalami peningkatan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan jumlah tingkat pendapatan pembuat konten di perusahaan rintisan media dalam mengelola dan meningkatkan strategi media daring pada tahun 2023 di Berita DIY.

Tabel 1. Indikator Variabel *Revenue Sharing*

Variabel	Indikator	Permasalahan
<i>Model Revenue Sharing di Start Up Media</i>	1. Tingkat pendapatan Iklan.	a. Pengertian <i>revenue sharing</i> . b. Kebijakan penetapan harga berbeda. c. Pembagian pendapatan yang bervariasi.
	2. Tingkat pendapatan pelanggan.	a. Tingkat kepuasan pelanggan yang menurun. b. Kualitas layanan menurun.
	3. Kestabilan biaya operasional dan Tingkat pendapatan <i>content creator</i>	a. Biaya Operasional tetap atau meningkat. b. Menghasilkan pendapatan yang kolaboratif dengan <i>content creator</i> namun mengalami penurunan

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan cara berinteraksi langsung dengan sumber data yaitu PT Media Jogja Digitalindo-Rekamedia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang digunakan dalam menyelidiki, menemukan, mendeskripsikan dan menggambarkan dampak fenomena sosial yang terjadi.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian lapangan yang melibatkan interaksi langsung dengan sumber data, khususnya PT Media Jogja Digitalindo-Rekamedia. Lokasi penelitian berada di PT Media Jogja Digitalindo-Rekamedia, Jalan Padokan Jalan Madukismo No. 16, Padokan Kidul, Tirtonirmolo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184, yang dijadwalkan berlangsung pada tanggal 16 Agustus 2023 - 11 Januari 2024. Topik yang dibahas dalam artikel ini adalah Model Bagi Hasil pada Startup Media (Studi Kasus Jaringan Media Berita Pikiran Rakyat DIY). Rekamedia berlokasi di daerah dataran rendah dekat pabrik gula yang memberikan keuntungan strategis untuk transportasi dan aksesibilitas, sehingga menjanjikan potensi di sektor jasa ekonomi dan bisnis media digital.

Responden penelitian adalah subyek yang mengerti dan memiliki ide, wawasan serta pengalaman khususnya dalam hal pengembangan usaha start up dari CV menjadi PT dengan pelayanan awal Berita Sleman kemudian dengan perkembangan waktu menjadi Berita DIY. serta pejabat perusahaan yaitu CEO, CCO, HRGA Manager, Managing Editor, Multimedia Manager, Diantara identitas informan adalah sebagai berikut.

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan metode Snowball Sampling Technique yaitu teknik penentuan sampel atau data yang sering digunakan dalam penelitian atau teknik pengumpulan data secara langsung. Kemudian kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini didasarkan pada kegunaan dan tujuan penelitian. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah informan yang sesuai di bidangnya yang dapat mengarahkan dalam menentukan bagaimana penerapan sistem bagi hasil pada perusahaan rintisan media di bidang keuangan dalam upaya meningkatkan perekonomian perusahaan dan informan yang berwenang dalam hal ini.

Disini peneliti menentukan sumber data primer yang akan diperoleh dengan menggunakan teknik Snowball sampling dengan melakukan wawancara langsung kepada 5 tim

redaksi Reka Media mengenai Model Revenue Sharing di Start Up Media pada jasa penempatan media, backlink, artikel di Berita DIY (Fadli, 2021). Peneliti menyiapkan 6 pertanyaan wawancara secara langsung dengan komunikasi tidak langsung kepada informan sesuai dengan indikator masing-masing variabel mengenai topik permasalahan pada hasil kelayakan item pertanyaan yang terjadi. Terdapat hubungan dengan penelitian lain yaitu literatur dan jurnal mengenai judul Revenue Sharing.

Teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah teknik snowball sampling. Teknik snowball sampling dilakukan apabila data sampel yang diperoleh belum memadai, sehingga peneliti mencari sumber data pendukung lainnya. Ditambahkan bahwa Snowball sampling merupakan teknik pengambilan sampel secara langsung sebagai sumber data, awalnya jumlahnya sedikit, kemudian lama kelamaan menjadi banyak. Hal ini dilakukan karena jumlah sumber yang sedikit belum mampu memberikan data yang memuaskan, sehingga mencari orang lain yang dapat dijadikan sumber data melalui wawancara, observasi, dokumentasi (Fatma, 2022).

Peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan instrumen pertanyaan yang telah dibuat untuk beberapa responden dari PT Media Jogja Digitalindo yang terdiri dari Chief Executive Officer, Chief Content Officer, HRGA Manager, Multimedia Manager, Managing Editor. Peneliti melakukan wawancara pada hari Senin tanggal 29 April sampai dengan 7 Mei 2024 dengan menggunakan metode alat perekam secara langsung kepada 5 orang editor terkait 6 pertanyaan tentang permasalahan yang terjadi terkait penerapan bagi hasil pada perusahaan rintisan media. Sementara itu, peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur dengan Editor melalui komunikasi non-verbal sambil mengikuti kegiatan wawancara langsung.

Menurut Adlini *et al* (2022), penelitian kualitatif dilakukan melalui serangkaian langkah: melakukan observasi partisipatif, melakukan observasi deskriptif, melakukan analisis wilayah, melakukan observasi terfokus, melakukan analisis taksonomi, melakukan observasi selektif, melakukan analisis komponen, mendokumentasikan hasil wawancara, menyusun laporan penelitian kualitatif. Dokumentasi yang digunakan sebagai sumber data dapat berupa catatan administrasi, surat, memo, agenda, dan dokumentasi lain yang relevan.

Tugas redaksi yang diberikan perusahaan harus sesuai dengan target artikel dengan menggunakan artikel yang memiliki nilai discover viewer dengan ketentuan sistem algoritma Google seperti Google Analytics untuk menulis konten ekonomi, edukasi politik agar keterbacaan setiap klik pada DIY News mendapatkan 1 juta page view. Sehingga dapat digolongkan secara detail sebagai bahan observasi di lapangan.

Fokus penelitian kualitatif adalah mengeksplorasi fenomena atau gejala sosial dengan menekankan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti dan bukan hanya sekadar variabel-variabel yang saling terkait (Adlini *et al.*, 2022). Meskipun tidak dapat mengendalikan semua variabel penelitian dan meskipun bersifat eksploratif, bukan berarti tidak dapat dijawab apa, bagaimana, dan mengapa, di sinilah letak pentingnya analisis, artinya menjawab pertanyaan “apakah”, “mengapa”, dan “bagaimana” merupakan hal mendasar dalam menganalisis hasil bagi hasil pada perusahaan rintisan media (Tohardi, 2020).

Tabel 2. Variabel Dan Deifinisi Variabel Operasioal

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Variabel	Sumber
<i>Model Revenue Sharing di Start Up Media</i>	<i>Revenue Sharing</i> mengacu pada perolehan total nilai pendapatan sebesar 70% dari layanan Berita DIY. Istilah «sharing» menyiratkan distribusi sumber daya, sehingga membangun program kemitraan dengan <i>klien</i> yang mengalokasikan sebagian	Tingkat pendapatan Iklan.	Putera (2022). Poniatowski <i>et al</i> (2022).
		Tingkat pendapatan pelanggan.	Kazan <i>et al</i> (2020). Informasi dan Rantala (2021)

dari penjualan untuk menentukan tarif iklan yang sesuai untuk situs web, memastikan bahwa program tersebut efektif dan menarik bagi pengiklan. Perusahaan rintisan media, PRMN, mahir dalam beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan dan tangkas dalam menavigasi transformasi untuk mengamankan tarif yang sesuai, secara kolektif menghasilkan 30% dari bagi hasil.	Kestabilan biaya operasional dan tingkat pendapatan <i>content creator</i> .	Staub <i>et al</i> (2022). Informasi dan Rantala (2021)
---	--	--

Analisis taksonomi melibatkan pengumpulan data secara sistematis dari sumber-sumber primer, diikuti dengan pengklasifikasian dan pemilahan data ini berdasarkan persamaan dan perbedaan dalam produktivitas dan efektivitas pembagian pendapatan di perusahaan rintisan media. Data ini dikumpulkan melalui penelitian, wawancara, dokumentasi, sumber-sumber lain, dan disaring secara cermat untuk mengidentifikasi informasi yang signifikan dan relevan, sehingga memudahkan pemahaman (Rifai, 2022).

Berdasarkan beberapa penelitian yang dirujuk, maka perlu diperhatikan kelayakan butir pertanyaan pada setiap indikator dalam model bagi hasil bagi hasil perusahaan rintisan media (Siskawati *et al* (2022)). Peneliti menggunakan teknik analisis data berupa metode triangulasi. Triangulasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pendekatan multimoda dalam pengumpulan dan analisis data. Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk memverifikasi kredibilitas data dengan cara melakukan pengecekan silang antara jawaban data atas pertanyaan dengan setiap bagian indikator variabel yang diperoleh dari berbagai sumber dalam penelitian ini. Melalui wawancara dan observasi, peneliti dapat menggunakan hasil pengamatan, dokumen tertulis, arsip, catatan resmi, tulisan pribadi dan gambar atau foto (Rifai, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk yang sebenarnya dari responden, sehingga lebih mudah dipahami oleh peneliti sehingga memudahkan peneliti atau orang lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Untuk mendukung data primer diperlukan data sekunder yang diperoleh dari peneliti berupa profil perusahaan, visi misi, budaya perusahaan, core value, dan struktur organisasi perusahaan (Fatma, 2022). ujuan dari magang ini adalah dapat melihat, mengamati, dan membantu secara langsung proses kegiatan yang dilakukan oleh PT Media Jogja Digitalindo, menambah wawasan secara langsung, serta dapat membandingkan dan mengaplikasikan teori yang dipelajari di bangku kuliah dengan terjun langsung ke dunia kerja sehingga dapat berlatih memecahkan suatu permasalahan di perusahaan. Pertama, pada tanggal 16 Agustus 2023 sampai dengan 11 Januari 2024, penulis ditempatkan di bagian operasi bisnis unit strategi operasional bisnis yang berfokus pada rencana kerja, pengambilan keputusan untuk merencanakan, melaksanakan, menganalisis operasi perusahaan..

Kegiatan Magang

1. Komunikasi Penjualan dan Pemasaran

Mencari klien yang akan memesan jasa media placement untuk iklan, backlink, artikel. Kegiatan ini merupakan kegiatan untuk para intern laki-laki atau perempuan tentang direct selling dengan membuat strategi pemasaran untuk produk perusahaan guna memperoleh pendapatan yang akan dibagi dari total nilai DIY News dan pihak ketiga.

2. Problem Solving Management

Kegiatan ini merupakan kegiatan bagi para pekerja magang laki-laki maupun perempuan tentang menganalisis pemecahan masalah yang disesuaikan dengan segmentasi pasar dan faktor internal dalam perusahaan serta menganalisis kredibilitas internal perusahaan.

Tinjauan Desain Media

1. Reka Media

Selanjutnya, perusahaan ini membentuk bisnis PT Media Jogja Digitalindo--Reka Media yang berfokus pada layanan media digital. DIY News yang berada di bawah naungan Pikiran Rakyat Media Network merupakan portal terbaik dalam ekosistem ini, dengan lebih dari 15 juta tampilan halaman per bulan. Selain mengelola situs berita, Reka Media juga menawarkan layanan lain yang terkait dengan media digital, termasuk layanan penempatan media untuk iklan, penjualan backlink untuk SEO, dan pembuatan artikel sesuai kebutuhan klien. Reka Media memberikan kesempatan bagi individu yang sering terpinggirkan karena keterbatasan yang dimilikinya.

2. Undang-Undang Pendirian Reka Media

Reka Media telah memiliki sejumlah izin untuk beberapa produk dan layanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan atau keputusan yang berlaku. Berdasarkan Surat Keputusan tentang pendirian PT dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia yang berlaku mulai tanggal 20 Maret 2022, pendirian Reka Media telah sah menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Organisasi Reka Media

Dalam sebuah perusahaan besar maupun kecil, pasti ada struktur organisasi yang digunakan untuk menunjukkan posisi dan tugas yang harus dijalankan. Struktur organisasi bertujuan untuk menghindari hilangnya tanggung jawab atas posisi yang dipegang. Pastikan setiap konten terkait dengan visi utama perusahaan. Memahami audiens Anda sangat penting dalam membuat konten yang kuat. Manajer multimedia, yang membuat strategi untuk meningkatkan jumlah pengikut, mengelola kampanye sosial, membuat konten, menganalisis data, dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan di perusahaan. Manajer kantor, yang mengawasi tim, menerapkan prosedur, memelihara sistem administrasi, dan berkolaborasi dengan departemen lain seperti sumber daya manusia atau penasihat hukum. Menganalisis tren pasar untuk memaksimalkan laba dan mengidentifikasi peluang investasi.

Hasil Wawancara Dengan Editor

Hasil penelitian wawancara memperoleh data yang lebih spesifik, peneliti telah menghubungi 5 perusahaan korporat dengan tugas yang sama sebagai editor indikator pada masalah di atas untuk kemudian melakukan wawancara tatap muka dengan komunikasi tidak langsung kepada 5 editor dengan jabatan pada masing-masing bagian perusahaan dengan memberikan 6 pertanyaan yang dimulai pada tanggal 29 April 2024 dan 7 Mei 2024..

Tahap 1

1. Pengertian Bagi Hasil Berita DIY, PRMN, Redaktur dengan persentase yang berbeda-beda mulai dari 70% untuk Berita DIY, 30% untuk PRMN. Selain itu, kisarannya adalah 60% untuk Editor dan 40% untuk Berita DIY.
2. Kebijakan Harga yang Berbeda Gaji bulanan penulis Tribun Jogja adalah 2 juta - 2,3 juta sedangkan editor di DIY News menerapkan bagi hasil sehingga mendapatkan antara 8 juta - 30 juta..
3. Bagi Hasil Bervariasi 10 artikel atau 15 artikel dengan keuntungan yang sama dari gaji yang tetap daripada menggunakan DIY News. Penerapan bagi hasil. Dimana editor yang

dituju menulis 5 artikel namun editor harus memahami evergreen content dengan multiplier yang tinggi, yaitu akumulasi jumlah artikel pada bulan Oktober yaitu 3.245, maka editor menulis 5 artikel dengan jumlah view 2 juta, kemudian dikalikan 3.245 sehingga diperoleh bagi hasil sebesar 6,4 miliar dari DIY News.

Tahap 2

1. Penurunan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Akumulasi jumlah artikel pada bulan September 2023 yaitu 3.326 dikalikan satu konten dengan 850.000 page view maka hasilnya 2,8 Miliar dari beberapa iklan direct selling yaitu Fatimah, I-Dac, Innocean, PT Armananta Eka Putra. Kualitasnya tergantung pada Editor masing-masing, meskipun tujuannya adalah untuk menghasilkan banyak uang..

2. Kualitas Menurun

Bagi hasil dari lebih dari 1 juta view dikalikan harga 1 PV adalah 70 Rupiah. Uang yang dihasilkan dari setiap publikasi dalam USD dapat dianggap sah jika dibandingkan dengan media konvensional dalam membuat artikel dengan jumlah yang telah ditentukan, seperti Tempo, Harian Jogja, dengan menggunakan konsep yang berbeda dari produk yang dihasilkan seperti koran, majalah.

Tahap 3

1. Kestabilan Biaya Operasional

Memberikan biaya operasional nominal sebesar 1,2 miliar namun tidak terpengaruh oleh penerapan bagi hasil karena memiliki komponen yang berbeda dan menggunakan perbandingan biaya operasional untuk bulan ini perusahaan telah membayar listrik, air, dan gaji karyawan. Jika pengeluaran bulan ini 60 juta, sementara pendapatan kita 100 juta, Reka Media tetap untung, sisanya 40 juta. Jika pendapatan bulan depan dari artikel dan PV rendah, pengeluaran tetap sama dan pendapatan hanya 50 juta, sehingga terjadi kerugian 10 juta, yang kemudian ditutupi dengan tabungan bulan lalu.

2. Menghasilkan Pendapatan Kolaboratif Dengan Pembuat Konten Namun Mengalami Penurunan

Mengurangi biaya atau pengeluaran, membandingkan biaya operasional dari 100 juta menjadi 60 juta, maka laba perusahaan menjadi 40 juta. Bisa jadi, jika perbandingan perusahaan merekrut lebih banyak CC, perbandingan perusahaan berbagi laba lagi dengan editor, atau perusahaan membayar beberapa editor atau jurnalis, atau perbandingan dengan gaji 25 juta.

Hasil Data Pendukung Wawancara Oleh HRGA Reka Media

Menurut penelitian dari Tutut Kurniawan (2015) yang membahas mengenai tingkat pendapatan iklan, customer engagement, content creator, dan stabilitas biaya operasional, salah satu instrumen pendukung yang dapat dimanfaatkan adalah pengumpulan data internal perusahaan mengenai jumlah artikel dan kategori programmatic advertising. Bahwa data tersebut merupakan jumlah artikel dapat dikatakan valid dan reliabel yang dibuat oleh Editor selama 4 bulan untuk tahun 2023 dari seluruh programmatic advertiser dan direct advertiser. Data rahasia merupakan kerahasiaan data yang menyangkut data privasi dari akses termasuk tindakan perlindungan privasi pribadi dan informasi kepemilikan.

Tabel 3. Jumlah Data Advertorial Press Release 2023

	Advertorial Press Release			
	Agustus	September	Oktober	November
Jumlah Artikel	3.307	3.326	3.245	3.482

Peneliti hanya diberikan data oleh HRGA berupa jumlah artikel dan kategori programmatic ads serta direct selling, apabila ingin memperoleh data yang dapat dikatakan valid dan reliabel maka peneliti membandingkan hasil penelitian wawancara dan data pendukung (Hilvania and Briandana, 2023). Berikut ini adalah kategori programmatic ads dan direct selling:

Tabel 4. Kategori Programmatic Ads Dan Direct Selling

No	Programmatic Ads	Direct Selling
1	MGID	Fatimah
2	Props	Innocean
3	Advernative	I-Dac
4	FreakOut	PT Armananta Eka Putra
5	Pro-Ads	Global Rankpilar
6	Mix Advert	Fatimah Upi
7	Geozo	PT Mondoleko Kuncoro
8	Impactify	PDIP
9	Recreativ	Toyota
10	Anymind	PT Leverate Service Indonesia
11	Google Adsense	PT Leverate Service Indonesia

Peneliti mendapatkan data harga paket tunggal dan paket khusus press release advertorial, yang menawarkan jasa penerbitan artikel press release yang tidak hanya informatif dan kredibel, tetapi juga menarik. Kategori data Press Release Advertorial disesuaikan dengan pesanan klien, ada artikel dengan backlink dan non-backlink yang menggunakan KPI dan tanpa KPI sebagai berikut:

Gambar 1. Paket Satuan Dan Paket Khusus Layanan Berita DIY

Paket Satuan			
Item	Rate	KPI	Catatan
Artikel Advertorial	Rp500.000	No KPI	Artikel disediakan klien
Artikel dengan Backlink	Rp750.000	No KPI	Artikel disediakan klien
Artikel Advertorial	Rp750.000	No KPI	Artikel disediakan BeritaDIY
Artikel dengan Backlink	Rp1.000.000	No KPI	Artikel disediakan BeritaDIY
Artikel dengan Backlink	Rp2.500.000	10.000 Pembaca	Artikel disediakan BeritaDIY

Paket Khusus			
Item	Rate	KPI	Catatan
10 Artikel Advertorial	Rp3.500.000	No KPI	Artikel disediakan klien
10 Artikel Advertorial	Rp5.500.000	No KPI	Artikel disediakan BeritaDIY

 Pemesanan dengan jumlah lain hubungi kami. Akan ada harga spesial

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil perbandingan antara wawancara dengan data wawancara pendukung dengan menggunakan analisis Taksonomi yaitu pada Tahap 1 dimana mayoritas 2 editor memahami sistem perhitungan bagi hasil bagi editor layanan DIY News dan PRMN, memperoleh hasil kebijakan harga yang berbeda untuk DIY News dan media konvensional dengan harga tetap, memperoleh pendapatan yang bervariasi untuk gaji tetap, dan kinerja masing-masing editor

pada layanan DIY News. Tahap 2, mayoritas 3 editor memahami tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh penulisan konten evergreen dengan multiplier yang tinggi, kualitas artikel sangat mempengaruhi minat pembaca apabila konten multiplier yang tinggi memuat iklan yang banyak diklik. Tahap 3, mayoritas editor mampu memahami kestabilan biaya operasional, dimana pengeluaran disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan namun tidak dapat dipengaruhi oleh penerapan bagi hasil dikarenakan komponen yang berbeda..

Penelitian ini harus memberikan hasil nilai kelayakan item pertanyaan dengan data wawancara pendukung untuk mendapatkan validitas dan reliabilitas yang lebih spesifik untuk analisis taksonomi. Berikut saran untuk hasil nilai kelayakan item pertanyaan:

1. Tahap 1 untuk jumlah artikel dari masing-masing layanan dan penjelasan pembagian hasil yang bervariasi dengan menggunakan algoritma perhitungan bagi hasil bagi Editor, layanan DIY News dan PRMN, mendapatkan hasil dari artikel yang menemukan pemirsa tentang kebijakan harga yang berbeda untuk DIY News dan media konvensional dengan harga tetap, mendapatkan penghasilan yang bervariasi untuk gaji tetap, dan kinerja masing-masing editor di layanan DIY News..
2. Tahap 2 untuk tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh artikel yang menemukan pemirsa dengan algoritma perhitungan konten multiplier tinggi yang memuat banyak iklan dan harus lebih relevan dengan statistik pengguna media sosial dari kategori iklan terprogram dan Penjualan Langsung, Data harga Layanan di Berita DIY untuk tahun berikutnya.
3. Tahap 3 untuk stabilitas biaya operasional yang lebih relevan menghemat biaya operasional dan SDM yang ada serta tingkat pendapatan content creator melakukan diversifikasi artikel dengan algoritma perhitungan konten multiplier yang tinggi dan mengurangi biaya operasional, selain itu juga dapat mencari sponsorship antar partner perusahaan.

REFERENSI

- R Kepios, D. (2023, 02 09). *Digital 2023: Indonesia*. From datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Perwitasari, S. A. (2023, 11 01). *Kontan*. From Kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/riset-google-temasek-bain-ekonomi-digital-indonesia-capai-us-109-miliar-di-2025>
- Reka Media, S. (2024, 07 25). *Reka Media*. From Reka Media.id: <https://rekamedia.id/>
- SEO, A. (2023, 12 19). *Kapten SEO*. From Kapten.Id: <https://kaptenseo.com/statistik-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2019-2023/>
- HRPods, V. (2023). *Value Perusahaan: Manfaat & Strategi Menciptakannya*. <https://hrpods.co.id/management-and-leadership/value-perusahaan-manfaat-cara-membentuknya-220731>
- Tugas Editor, *Content Specialist, Sosmed specialist, Mananging Editor, Manager Multimedia, Manager Asset, Manager Office, HRGA Manager, CCO, CEO*. (2023). *Struktur Organisasi Reka Media*. <https://www.contentpowered.com/blog/duties-chief-content-officer/>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Dianti, Y. (2017). *Dinamika Komunikasi Konsep dan Konteks di Berbagai Bidang Kehidupan*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB_2.pdf
- Ekonomi, U. (2022). *PENELITIAN* (pertama). Pasaribu, Benny, Ir.s.
- Fatma, E. (2022). Peningkatan Motivasi Dan Hasil Belajar Siswa Melalui Penerapan Model Pembelajaran Snowball Throwing (Bola Salju) Pembelajaran Ipa Siswa Kelas V Sd

- Negeri 26 Sigiaran Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam Semester 1 Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Edukasi Gemilang*, VII(1), 19–27.
- Fiantika, F. R., & Maharani, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue March).
- Hilvania, I., & Briandana, R. (2023). Strategi Pengelolaan Media Digital Newcomer Suara.Com Ditengah Arus Konvergensi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 9(1), 76–91. <https://doi.org/10.36914/jikb.v9i1.1026>
- Informasi, S., & Rantala, A. (2021). Model pembagian pendapatan dalam aliansi strategis. *Sistem Informasi*, 22(1), 178–187.
- Kazan, E., Tuunanen, T., Li, M., Hadi, U., & Bisnis, S. (2020). Perancangan ADDIN Mendeley Bibliography CSL_BIBLIOGRAPHY Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Alkalah, C. (2016). Eksploitasi Jurnalis Lepas di Industri Media Indonesia: Sebuah Pemetaan Upah dan Kondisi Kerja Jurnalis Lepas di Indonesia. *19*(5), 1–23.
- Dianti, Y. (2017). Dinamika Komunikasi Konsep dan Konteks di Berbagai Bidang Kehidupan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB_2.pdf
- Ekonomi, U. (2022). *PENELITIAN* (pertama). Pasaribu, Benny, Ir.s.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fatma, E. (2022). Peningkatan Motivasi Dan Hasil Belajar Siswa Melalui Penerapan Model Pembelajaran Snowball Throwing (Bola Salju) Pembelajaran Ipa Siswa Kelas V Sd Negeri 26 Sigiaran Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam Semester 1 Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Edukasi Gemilang*, VII(1), 19–27.
- Fiantika, F. R., & Maharani, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue March).
- Firmansyah, R. (2024). *Gambaran Umum Reka Media*. 7. <https://rekamedia.id/>
- Hilvania, I., & Briandana, R. (2023). Strategi Pengelolaan Media Digital Newcomer Suara.Com Ditengah Arus Konvergensi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 9(1), 76–91. <https://doi.org/10.36914/jikb.v9i1.1026>
- Informasi, S., & Rantala, A. (2021). Model pembagian pendapatan dalam aliansi strategis. *Sistem Informasi*, 22(1), 178–187.
- Kazan, E., Tuunanen, T., Li, M., Hadi, U., & Bisnis, S. (2020). Perancangan Strategis Menuju Kolaborasi Platform di Surat Kabar Industri : Studi Penelitian Ilmu Desain Machine Translated by Google. *Ilmu Sistem Ke-53*, 3, 5086–5095.
- Poniatowski, M., Lüttenberg, H., Beverungen, D., & Kundisch, D. (2022). untuk berteori platform multi-sisi digital. *Sistem Informasi Dan Manajemen E-Bisnis*, 257–283.
- Putera, A. B. S. (2022). Model Bisnis Media Online Nytimes. Com. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–18. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/19323>
- Rifai, bahtiar, R. (2022). Implementasi Kepemimpinan Transformasional Terhadap Produktifitas Dan Efektivitasitas Madrasah. *Implementasi Kepemimpinan Transformasional Terhadap Produktifitas Dan Efektivitasitas Madrasah*, 3(3), 5157–5168.
- Siskawati, F. S., Suci Qurrota A'yun, A. A., & Irawati, T. N. (2022). Analisis Kelayakan Butir Soal pada Media INTERMATHLY (Interesting Mathematic Monopoly). *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(1), 634–654. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v6i1.1181>
- Staub, N., Haki, K., Aier, S., & Winter, R. (2022). Governance Mechanisms in Digital Platform Ecosystems: Addressing the Generativity-Control Tension. *Communications of the Association for Information Systems*, 51(1), 906–939.

<https://doi.org/10.17705/1CAIS.05137>

Tohardi, A. (2020). Model Penelitian Kebijakan Kualitatif ”Tohardi”. *JPASDEV: Journal of Public Administration and Sociology of Development*, 1(1), 58.

<https://doi.org/10.26418/jpasdev.v1i1.41615>

Wibowo, R. J. A. (2023). Urgensi Pembaharuan Hukum Ketenagakerjaan Indonesia Untuk Mengakomodasi Perlindungan Hubungan Kemitraan. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 18(2), 109–123. <https://doi.org/10.47198/jnaker.v18i2.211>

DESKRIPSI TABEL DAN GAMBAR

Tabel

Teori hijau yang saya gunakan dalam penelitian ini saya menemukan bahwa bagi hasil pada media start up sangat sedikit untuk melakukan penelitian yang lebih kompleks mengenai algoritma perhitungan bagi hasil antara mitra, dan karyawan meskipun hasil validitas dan reliabilitas data ditemukan kurang mendalam, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Tabel 1. Indikator Variabel Revenue Sharing

Variabel	Indikator	Permasalahan
<i>Model Revenue Sharing di Start Up Media</i>	1. Tingkat pendapatan Iklan.	a. Pengertian <i>revenue sharing</i> . b. Kebijakan penetapan harga berbeda. c. Pembagian pendapatan yang bervariasi.
	2. Tingkat pendapatan pelanggan.	a. Tingkat kepuasan pelanggan yang menurun. b. Kualitas layanan menurun.
	3. Kestabilan biaya operasional dan Tingkat pendapatan <i>content creator</i>	a. Biaya Operasional tetap atau meningkat. b. Menghasilkan pendapatan yang kolaboratif dengan <i>content creator</i> namun mengalami penurunan

Sumber: Putera (2022),Poniatowski *et al* (2022), Kazan *et al* (2020), Staub *et al* (2022), Informasi dan Rantala (2021)

Landasan konseptual ini digunakan sebagai tinjauan umum mengenai platform dan ekosistem digital untuk memperkenalkan gagasan ketegangan sebagai alat untuk menjelaskan tata kelola dan implementasi melalui mekanisme. Kemudian ada beberapa strategi media digital yang dapat digunakan sebagai model bagi hasil dalam studi kasus media rintisan di Berita DIY - Pikiran Rakyat Media Network meliputi pembuatan konten, penyampaian konten, pendistribusian konten, konsumsi konten, monetisasi konten (Dianti, 2017).

Tabel 2. Variabel Dan Deifinisi Variabel Operasioal

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Variabel	Sumber
<i>Model Revenue Sharing di Start Up</i>	<i>Revenue Sharing</i> mengacu pada perolehan total nilai pendapatan sebesar 70% dari layanan Berita DIY. Istilah «sharing» menyiratkan distribusi sumber daya, sehingga membangun program	Tingkat pendapatan Iklan.	Putera (2022). Poniatowski <i>et al</i> (2022).

<i>Media</i>	kemitraan dengan <i>klien</i> yang mengalokasikan sebagian dari penjualan untuk menentukan tarif iklan yang sesuai untuk situs web, memastikan bahwa program tersebut efektif dan menarik bagi pengiklan. Perusahaan rintisan media, PRMN, mahir dalam beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan dan tangkas dalam menavigasi transformasi untuk mengamankan tarif yang sesuai, secara kolektif menghasilkan 30% dari bagi hasil.	Tingkat pendapatan pelanggan.	Kazan <i>et al</i> (2020). Informasi dan Rantala (2021)
		Kestabilan biaya operasional dan tingkat pendapatan <i>content creator</i> .	Staub <i>et al</i> (2022). Informasi dan Rantala (2021)

Source: Putera (2022),Poniatowski *et al* (2022), Kazan *et al* (2020), Staub *et al* (2022), Informasi dan Rantala (2021)

Bahwa data tersebut merupakan jumlah artikel yang dapat dikatakan valid dan reliabel yang dibuat oleh Editor selama 4 bulan tahun 2023 dari seluruh programmatic advertiser maupun direct advertiser. Data rahasia adalah kerahasiaan data yang melibatkan data privasi dari akses termasuk tindakan untuk melindungi privasi pribadi dan informasi kepemilikan.

Tabel 3. Jumlah Data Advertorial Press Release 2023

Advertorial Press Release				
	Agustus	September	Oktober	November
Jumlah Artikel	3.307	3.326	3.245	3.482

Source: HRGA Manager Reka Media

Researchers are only given data by HRGA in the form of the number of articles and categories of programmatic ads and direct advertisers, if they want to obtain data that can be said to be valid and reliable, then researchers compare the results of interview research and supporting data (Hilvania and Briandana, 2023). The following are the categories of programmatic ads and direct selling names:

Tabel 4. Kategori Programmatic Ads Dan Direct Selling

No	Programmatic Ads	Direct Selling
1	MGID	Fatimah
2	Props	Innocean
3	Advernative	I-Dac
4	FreakOut	PT Armananta Eka Putra
5	Pro-Ads	Global Rankpilar
6	Mix Advert	Fatimah Upi
7	Geozo	PT Mondoleko Kuncoro
8	Impactify	PDIP
9	Recreativ	Toyota
10	Anymind	PT Leverate Service Indonesia
11	Google Adsense	PT Leverate Service Indonesia

Source: HRGA Manager Reka Media

Gambar

Peneliti mendapatkan data harga paket tunggal dan paket khusus press release advertorial, yang menawarkan jasa penerbitan artikel press release yang tidak hanya informatif dan kredibel, tetapi juga menarik. Kategori data Press Release Advertorial disesuaikan dengan pesanan klien, ada artikel dengan backlink dan non- backlink yang menggunakan KPI dan tanpa KPI sebagai berikut:

Gambar 1. Paket Satuan Dan Paket Khusus Layanan Berita DIY

Paket Satuan			
Item	Rate	KPI	Catatan
Artikel Advertorial	Rp500.000	No KPI	Artikel disediakan klien
Artikel dengan Backlink	Rp750.000	No KPI	Artikel disediakan klien
Artikel Advertorial	Rp750.000	No KPI	Artikel disediakan BeritaDIY
Artikel dengan Backlink	Rp1.000.000	No KPI	Artikel disediakan BeritaDIY
Artikel dengan Backlink	Rp2.500.000	10.000 <small>Pembaca</small>	Artikel disediakan BeritaDIY

Paket Khusus			
Item	Rate	KPI	Catatan
10 Artikel Advertorial	Rp3.500.000	No KPI	Artikel disediakan klien
10 Artikel Advertorial	Rp5.500.000	No KPI	Artikel disediakan BeritaDIY

 *Pemesanan dengan jumlah lain hubungi kami. Akan ada harga spesial*

Source: HRGA Manager Reka Media