

Penulisan Feature di Sisi Jurnalistik dan Humas
Oleh: Arifin Saleh Harahap, Dosen Universitas Esa Unggul

Abstrak

Feature adalah tulisan khas yang subjektif. Penulis boleh memasukkan opini atau pendapat dalam tulisannya. Pendapat itu akan memberi warna khas dalam tulisannya. Ini salah satu yang membedakan feature dengan berita. Penulisan berita tak boleh ada opini atau pendapat wartawan karena bisa menyesatkan pembaca. Wartawan harus menulisnya berdasarkan fakta peristiwa atau fakta pendapat sumber berita. Kehadiran feature di media massa membuat warna tersendiri bagi pembaca media cetak, media *during* dan penonton tv. Tulisan ini amat penting bagi praktisi jurnalistik dan humas. Feature menjadi penyejuk dan hiburan bagi audien usai membaca atau menonton berita. Namun, masih banyak media massa yang kurang serius menangani karya jurnalistik ini. Feature yang dihadirkan tidak menentu, asal ada saja. Padahal kalau mau dirancang dengan baik, tulisan ini bisa menjadi rubrik rutin yang memikat bagi pembaca maupun penonton baik di media massa maupun buletin humas.

Feature, Jurnalistik, Humas

Pendahuluan

Banyak jenis feature yang bisa kita garap dan atur tempatnya di media massa sebagai tulisan penghibur bagi pembaca. Bahkan bagi stasiun tv, bisa membuat program yang berdiri sendiri dan banyak memikat penonton, seperti feature obyek wisata dan perjalanan. Program seperti ini sudah banyak dibuat di stasiun tv. Media *during* juga menyajikan feature sebagai sisipan untuk menghibur pembaca.

Jadi, penulisan feature tidak hanya penting bagi kalangan jurnalistik di media cetak, tv dan media *during*. Tulisan ini juga penting bagi praktisi Public Relation atau humas baik untuk disajikan dalam bulletin atau bahan *release* kepada wartawan untuk membangun citra. PR atau humas bisa merancang berbagai tulisan khas yang dapat membangun *image* positif perusahaan/instansi bagi karyawan (internal) dan khalayaknya (eksternal). Citra dan image positif ini amat penting untuk kemajuan perusahaan dan instansi bersangkutan. Bagaimana merancang feature untuk kalangan jurnalistik dan humas?

Kehadiran feature di media massa membuat warna tersendiri bagi pembaca media cetak, media *during*, penonton tv, dan pembaca buletin humas. Tulisan ini menjadi penyejuk dan hiburan bagi audiens usai membaca atau menonton berita. Namun, masih banyak media massa, dan praktisi humas yang kurang serius menangani karya penulisan ini. Feature yang dihadirkan tidak menentu, asal ada saja. Padahal kalau mau dirancang dengan baik, tulisan ini bisa menjadi rubrik rutin yang memikat bagi pembaca, dan penonton.

Pembahasan

Jurnalistik tidak hanya menyangkut berita, tapi juga karya pendapat. Berita berdasarkan jenisnya antara lain terdiri atas *hard news*, *softnews*, dan *investigative news*. Karya pendapat meliputi, tajuk rencana, editorial, artikel, feature, kolom, pojok, karikatur, dan surat pembaca. Posisi ini jelas menunjukkan, berita dan feature berbeda. Feature berarti merupakan salah satu karya pendapat dalam bidang jurnalistik. Pembagian karya jurnalistik ini menegaskan, bahwa wartawan harus menyajikan fakta dan pendapat pada tempatnya. Berita harus ditulis berdasarkan fakta peristiwa atau fakta pendapat atau kedua-duanya. Feature ditulis berdasarkan fakta dan opini penulisnya.

Harus dipahami, fakta pendapat dan opini/pendapat berbeda. Ini yang seringkali salah paham, terutama wartawan pemula. Keduanya diartikan sama sehingga ketika menulis berita, opini/pendapat wartawan masuk dalam berita yang ditulisnya. Ini tentu keliru. Fakta pendapat adalah keterangan sumber berita mengenai peristiwa atau pendapatnya mengenai suatu masalah/isu aktual. Fakta pendapat ini dikemukakan karena ada relevansi dan kapasitasnya untuk menjelaskan informasi terkait berita yang digarap wartawan. Sedangkan pendapat adalah pandangan pribadi atau penilaian wartawan atau penulis mengenai obyek yang tengah digarapnya dalam karya pendapat.

Feature di Sisi Jurnalistik

Wartawan harus tegas pada jenis karya jurnalistik yang ditulisnya. Pada karya jurnalistik mana dia harus menulis fakta tanpa opini, dan karya jurnalistik mana ia boleh menulis fakta bercampur opini atau pendapat. Saat menulis berita, wartawan harus menulis berdasarkan fakta tanpa opini. Fakta adalah segala sesuatu sebagaimana adanya. Tidak boleh ditambah atau dikurangi berdasarkan selera wartawan karena bisa terjadi erosi dan distorsi fakta. Erosi fakta adalah pengikisan atau mengurangi fakta atau data dengan tanpa sengaja atau ada motif tertentu. Distorsi adalah menambah-nambah fakta atau data dengan tanpa sengaja atau ada motif tertentu. Namun, saat menulis karya pendapat, wartawan/penulis boleh mencampurkan fakta dan opini penulis sepanjang tidak menipu. Opini ini hanya sekedar menuangkan penilaian untuk mempercantik tulisan yang dibuatnya, bukan mengurangi atau menambah data dengan motif tertentu.

Supaya lebih jelas kita uraikan, fakta dibagi menjadi dua, yaitu fakta peristiwa dan fakta pendapat. Fakta peristiwa adalah segala sesuatu sebagaimana terjadi dan disaksikan wartawan. Fakta pendapat adalah segala sesuatu sebagaimana dikemukakan nara sumber berita terkait peristiwa yang terjadi. Dua fakta ini digali atau diolah wartawan untuk menulis berita sebagaimana adanya. Misalnya, ada kecelakaan. Wartawan akan sulit menggali fakta lebih jauh bila tak bertanya pada saksi peristiwa, yaitu: (1) korban, (2) saksi mata dan (3) aparat terkait. Jadi, ada relevansinya dengan berita atau kapasitas orang itu dalam peristiwa yang terjadi. Sedangkan pendapat adalah penilaian penulis/wartawan atas obyek feature yang ditulisnya, seperti feature kuliner, obyek wisata dan perjalanan. Penulis boleh mencampurkan fakta dan pendapatnya dalam menulis obyek feature yang digarapnya untuk mempermanis karyanya.

Feature adalah salah satu karya penulisan pendapat. Feature adalah tulisan pendapat yang ringan dan subjektif mengenai objek tertentu dan umumnya tidak terkait dengan berita. Hanya ada satu jenis feature yang terkait dengan berita aktual, misalnya, ada berita kelaparan warga di Puncak Jayawijaya, Papua. Ada pembaca atau wartawan media massa yang tertarik dengan berita itu. Mereka ingin menulis feature terkait masalah itu di media cetak, elektronik atau media *during*. Kondisi kelaparan warga itu ditulisnya dengan *human interest* atau menggugah rasa karena kondisinya begitu memprihatinkan. Mereka kelaparan, tapi tak bisa berbuat banyak. Alam saat itu seakan tak bersahabat dengan mereka. Lebih memprihatinkan lagi bila melihat ibu dan anak-anak. Tubuhnya kian kurus. Ada anak yang menangis seakan tiada henti karena lapar.

Inilah salah satu fungsi feature, menggali informasi secara mendalam dan mengulasnya *human interest* hingga menyentuh perasaan pembaca/penonton. Bahan dasar penulisan feature adalah fakta, tapi penulis boleh memasukkan unsur pendapatnya sepanjang tidak melenceng atau menyesatkan pembaca. Niat penulisnya untuk kebaikan bagi obyek yang ditulisnya kepada pembaca dan penonton.

Melalui feature ini diharapkan pemerintah/aparat terkait/masyarakat tergugah dan tergerak hatinya untuk membantu secara pribadi maupun bersama-sama. Setelah feature itu diturunkan, ada pemerintah/aparat/khalayak yang tergugah. Mereka pun ingin membantu atau menyumbang warga di daerah itu. Inilah salah satu yang diharapkan. Pemerintah/aparat/warga bukan hanya sekedar membaca, tapi ingin turut berpartisipasi setelah mencermati isi feature.

Feature menjadi salah satu daya tarik media cetak, *during* dan TV bagi pembaca. Kalau di surat kabar dan *during*, biasanya dibuat dalam rubrik khusus pada halaman dan hari tertentu. Biasanya, pada Sabtu dan Minggu banyak feature disajikan, terutama feature wisata, feature perjalanan dan feature kuliner pada halaman khusus. Tujuannya untuk menghibur dan memberi informasi pada pembaca dan penonton yang berlibur pada hari itu. Mungkin mereka ingin dan menikmati kuliner mengisi waktu libur untuk melepas penat setelah bekerja di kantor atau sebagai pengusaha.

Perbedaan feature di media cetak dan online hanya soal panjang tulisannya. Media cetak lebih panjang karena halaman lebih luas dan lebih mudah terlihat. Feature di media *during* lebih pendek karena halaman yang harus dibatasi supaya tidak menyulitkan calon pembaca. Soal letaknya di halaman media cetak/*during* tergantung kebijaksanaan redaksi masing-masing media.

Namun yang perlu dipahami adalah Feature berbeda dengan berita. Banyak yang menganggap feature adalah berita ringan. Ini tentu keliru. Berita identik dengan kecepatan, makin cepat makin *up to date*, makin lama maka berita semakin basi. Sedangkan feature secara umum tidak identik dengan kecepatan. Penulis hanya harus memiliki kepekaan untuk memilih objek dan menulisnya secara memikat.

Lebih jelas lagi, feature adalah tulisan subjektif dari penulisnya tentang suatu obyek yang mampu memikat, menghibur pembaca dan penonton. Penulis boleh memasukkan opini dalam feature sepanjang untuk memperindah atau mempercantikny. Bahkan penulis boleh mengolah fakta demi fakta dalam tulisan sehingga menggugah rasa pembaca. Alangkah kreatifnya penulis bila mampu memberi inovasi atau pembaruan yang bermanfaat dan bisa ditiru pembaca. Tulisan ini dibuat dengan bahasa yang ringan dan menggugah emosi pembaca dan penonton.

Feature di Sisi Humas

Penulisan feature tak hanya terkait dengan bidang jurnalistik. Humas juga punya kepentingan. Humas itu diibaratkan juga sebagai wartawan intern instansi/perusahaan untuk membangun citra dan *image* positif kepada khalayak. Bila citra/*image* positif terbangun diharapkan dapat memberikan keuntungan materil dan non materil.

Ada dua langkah yang dapat dilakukan humas untuk membangun citra/*image* itu. **Pertama**, menyampaikan langsung *press release* kepada wartawan atau media massa untuk membangun

citra/*image* pada khalayak. Bisa juga disampaikan dalam konferensi pers. **Kedua**, selama ini menyampaikan *press release* dalam bentuk berita. Padahal dalam *Press release* bisa juga disisipkan tambahan dalam bentuk feature bila memungkinkan. Bisa juga untuk dimuat di media internal PR, seperti *newsletter*, *inhouse magazine*, dan *website*. Pada media internal itu bisa disajikan karya feature sehingga isinya lebih variatif dan tidak membosankan pembaca.

Jadi, penulisan feature amat penting untuk membangun citra atau *image* positif bagi instansi atau perusahaan kepada khalayak. Itulah sebabnya matakuliah ini diajarkan pada jurusan humas atau *public relation*. Cara menulis feature tentu sama. Hanya tujuan penyampaian yang berbeda.

Bagi humas, media sering diibaratkan seperti dua sisi mata uang. Ini menandakan kebutuhan yang saling mendukung proses kerja dan profesionalisme kedua belah pihak. Media membutuhkan berita, feature dan karya jurnalistik lain. Sedangkan humas membutuhkan publikasi. Tinggal informasi yang dikirimkan humas hendaknya disesuaikan sesuai karakteristik media yang dituju. Bila menarik, memikat dan menjual pasti dimuat. Nah, itulah sebabnya seorang humas harus mempelajari dan menguasai masalah penulisan jurnalistik, baik berita maupun karya pendapat.

Bagaimana mempelajarinya? Setiap media massa masing-masing punya kebijaksanaan redaksi. Amati model feature seperti apa yang mereka minati. Kalau cermat pasti bisa memahaminya. Bila kita paham, tentu bisa menulis sesuai warna dan karakter media. Ini langkah humas yang jitu dan profesional. Bila sekiranya berbau promosi bisa dibuat feature *advertising*. Media pasti menampungnya karena berbayar. Jadi, seorang humas harus mencermati tulisan yang dibuatnya dan cara mana yang lebih berpeluang untuk dimuat di media massa demi membangun citra/*image* instansi atau perusahaan tempatnya kerja.

Kegiatan humas pada prakteknya memang tidak terlepas dari aktifitas menulis. Perhumas Yogyakarta (2004) dan Kasali (1994) menyatakan, 70 persen aktivitas Public Relations (PR) adalah menulis. Sebuah studi yang dilakukan tahun 1980 terhadap 200 anggota Public Relations Society of America atau PRSA menyatakan, 90% praktisi PR profesional harus memiliki kemampuan menulis naskah untuk internal dan eksternal.

Sebagaimana kita ketahui fungsi media internal antara lain:

1. Membangun komunikasi PR bagi eksternal dan internal terkait aktifitas instansi/perusahaan yang bermanfaat.

2. Membangun motivasi antara pimpinan dan sesama karyawan sehingga tercipta hubungan sinergi dalam bekerja.

3. Sebagai media hiburan dan ajang komunikasi antar karyawan sehingga tercipta hubungan harmonis

Supaya lebih memikat isi media humas harus dirancang dengan baik, terbit secara berkala atau teratur. Jangan sampai periode terbitnya tak tentu. Ini membuat *audiens* lambat laun tak akan menghiraukannya. Tampilannya buat profesional. Bila dalam bentuk majalah buat *Cover* yang memikat. Ini yang pertama dilirik pembaca. Bila *cover* sudah tidak menarik orang pun enggan melihat isinya. Jangan sampai tampilan apa adanya. Isi materinya juga harus dirancang dan ditata dengan baik. Rancanglah seperti media profesional umumnya sehingga karyawan bangga membawa dan membacanya.

Kesimpulan

Penulisan feature amat penting bagi praktisi jurnalistik dan praktisi humas. Tulisan ini menjadi penyejuk bagi pembaca maupun penonton. Itu sebabnya tulisan ini harus dirancang dengan baik. Bagi jurnalistik, feature yang dibuat dapat menambah jumlah pembaca dan penonton. Bila jumlahnya meningkat, tentu akan memudahkan untuk pemasaran iklan sebagai sumber pemasukan utama. Bagi humas, feature yang memukau dapat dimanfaatkan selain meningkatkan minat pembaca juga membangun citra sesuai tujuan humas. Karena itu, feature yang diterbitkan harus dipilih dengan cermat. Bagi humas yang handal, dan punya jam terbang tinggi akan lebih mudah memahaminya. Bila humas masih kurang pengalaman tentu harus banyak bertanya dan membaca untuk menggali informasi mengenai penulisan feature yang ideal bagi humas,

Daftar Pustaka

- Harahap, Arifin S & Harahap, Hamida S., *Penulisan Feature Teori dan Praktik*, Simbiosis Rekatama Media, 2022
- Jefkins, Frank, *Public Relations*, P.T. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1982.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relation*, Konsep dan Aplikasi di Indonesia. PustakaUtama Grafiti, 1994

Kriyantono, Rahmat. *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*, Kencana, Jakarta, 2012.

Lesmana, Fanny, *Feature Tulisan Jurnalistik yang Kreatif*, Andi, Yogyakarta, 2017.

Mohamad, Gunawan. *Seandainya Saya Wartawan Tempo*, PT Tempo Media, Tbk., 2015.

SURAT KETERANGAN

NO.087/D-FIKOM/AK.SK/IV/2022

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi menugaskan kepada :

Nama : Arifin S.Harahap,Drs, M.Si

NIDN/NIRA : 0307066301

Jabatan : Dosen Fikom

Pangkat/Golongan : Lektor

Menulis jurnal dengan judul “Penulisan Feature di Sisi Jurnalistik dan Humas” untuk diterbitkanperpustakaan Universitas Esa Unggul”. Demikian surat keterangan ini dibuat sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 Desember 2022



(Erman Anom, M.M., Ph.d)

Dekan Fikom