Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan kerja magang di bagian redaksi sebagai wartawan di bawah bimbingan Imam Saparisman selaku Operational Manager, serta wartawan dan fotografer lain yang ada di Bakery Magazine. Penulis berkoordinasi langsung dengan Imam Saparisman dan juga para wartawan lainnya, yaitu Marisa Aryani dan Fajar Ahmad, serta seorang fotografer Hendri Wijaya. Selain itu, penulis juga berhubungan secara langsung dengan Chief Editor yang juga sekaligus pemilik PT Great Star International, Petrus Gandamana.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan yang penulis lakukan antara lain mencari narasumber, menghubungi narasumber, membuat janji liputan, meliput, menulis artikel, mengkonfirmasi artikel ke narasumber, mengajukan artikel ke editor, serta mengambil beberapa foto lokasi liputan apabila dibutuhkan.

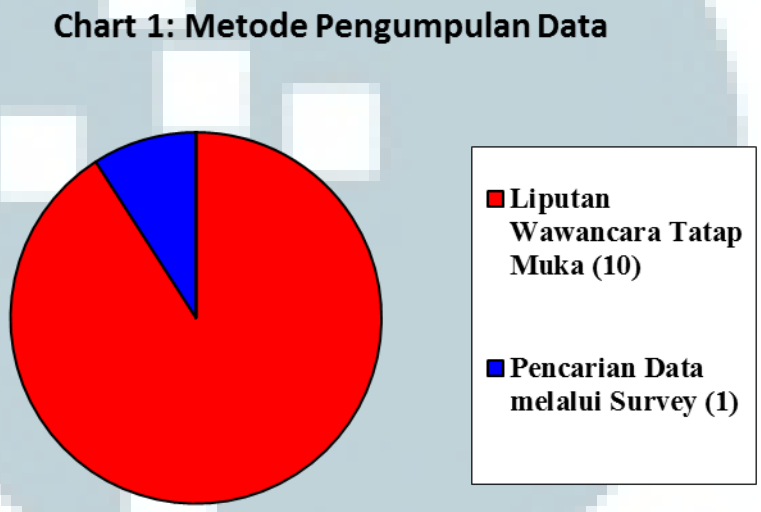
Selama menjalankan tugas sebagai reporter di Bakery Magazine, penulis melakukan penerapan atas beragam teori *feature* yang penulis dapat. Namun, untuk lebih jelasnya dapat dibaca pada Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.

Penulis tidak memiliki *desk* tetap selama bekerja di Bakery Magazine. Berbagai rubrik telah penulis coba seperti *news*; *recommended bakery, resto, and café;* dan *profile*. Sama halnya dengan bakerymagazine.com dan Bareca, apa yang penulis buat akan dimuat di Bakery Magazine dan bakerymagazine.com, kemudian ada juga yang di terjemahkan ke dalam bahasa Inggris untuk dimuat dalam Bareca.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Pertama, penulis menghimpun materi pendukung yang bisa membantu dalam proses liputan. Kedua, penulis mengumpulkan data-data di lapangan selama proses liputan. Ketiga, penulis mengolah data-data yang telah didapat di lapangan dan data pendukung yang ada untuk ditulis dan disunting sebelum keluar menjadi sebuah artikel utuh.

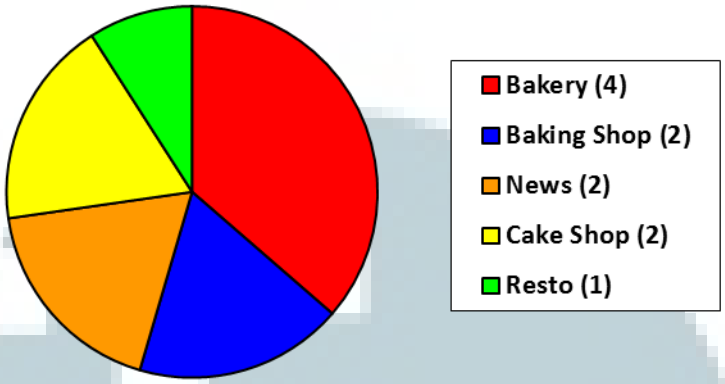
Untuk lebih jelasnya, di bawah ini adalah cara pengumpulan data yang dilakukan selama periode kerja magang:



Penulis menempuh praktik kerja magang ini selama 41 hari. Dalam sehari penulis pernah melakukan liputan atau wawancara lebih dari sekali. Total, ada 11 artikel yang melibatkan penulis dalam proses liputan dan juga penulisan yang naik cetak di Bakery Magazine selama tiga bulan penulis bekerja di sana. Sementara itu, hingga saat ini ada 10 artikel yang masuk ke laman bakerymagazine.com.

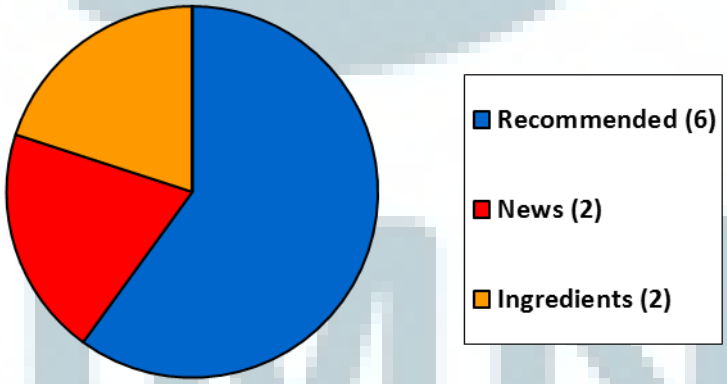
Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Chart 2: Rubrik Artikel di Bakery Magazine yang Penulis Buat



Selama melakukan kerja magang, penulis tidak hanya menulis di satu rubrik. Penulis harus menulis artikel untuk beberapa rubrik. Dalam setiap rubrik, penulis bisa menulis sebanyak setengah halaman A4 hingga dua halaman A4. Masing-masing jumlah halaman ditentukan sesuai rubrik yang ada.

Chart 3: Rubrik Artikel di bakerymagazine.com



Rubrik yang ada di bakerymagazine.com berbeda namanya dengan yang ada di Bakery Magazine. Meski begitu, artikel yang telah penulis buat akan dimasukkan pula ke dalam bakerymagazine.com dengan artikel yang sama.

Berikut adalah rincian tugas yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Great Star Intenational:

Tabel 3.1: Tugas Magang di PT Great Star International

Minggu ke-*	Jenis Pekerjaan
1. (1-6 Juli)	Mencari kontak dan menghubungi narasumber
	Meeting Redaksi
	Membuat proposal liputan Golden Egg Tart
	Liputan ke Frais Pattiserie
	Liputan dan foto Demo Cooking dan Peluncuran Termisil
2. (8-20 Juli)	Mencari kontak dan menghubungi narasumber
	Meeting Redaksi
	Membuat proposal liputan Delico, Skye, dan Colette & Lola.
	Liputan Delico
	Liputan dan foto Poppao
	Membuat artikel Frais Pattiserie
3. (22-26 Juli)	Mencari kontak dan menghubungi narasumber
	Membuat penjelasan foto
	Mengirim artikel ke narasumber untuk direvisi dan disetujui untuk diterbitkan
	Mengirim artikel ke editor
	Membuat artikel liputan ke Pensee Bakery
	Membuat artikel Poppao
4. (29 Juli – 2 Agustus)	Mencari kontak dan menghubungi narasumber
	Membuat janji liputan The Container Grill
	Liputan Colette & Lola
	Mengirim artikel ke narasumber untuk direvisi dan disetujui untuk diterbitkan
	Mengirim artikel ke editor
5. (5-9	Liputan The Container Grill
	Membuat artikel The Container Grill

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Agustus)	Mengirim artikel ke narasumber untuk direvisi dan disetujui untuk diterbitkan
6. (12-16 Agustus)	Mengirim artikel ke editor
	Menghubungi dan membuat janji liputan ke Toko Ani
	Menghubungi dan membuat janji liputan ke The In.gre'di.ents:
7. (19-23 Agustus)	Liputan The In.gre'di.ents:
	Liputan Toko Ani
	Liputan Hova Cake
	Membuat artikel The In.gre'di.ents:
	Membuat artikel Toko Ani
	Membuat artikel Hova Cake
	Mengirim artikel ke narasumber untuk direvisi dan disetujui untuk diterbitkan
	Mengirim artikel ke editor
8. (26-30 Agustus)	Membuat penjelasan foto
	Mencari kontak narasumber
	Membuat janji dengan narasumber
9. (1-27 September)	Liputan The Trans Luxury Hotel
	Liputan dan foto Baking Demo oleh Chocolate School by Tulip
	Membuat artikel The Trans Luxury Hotel
	Membuat artikel Baking Demo oleh Chocolate School by Tulip
	Mengirim artikel ke narasumber untuk direvisi dan disetujui untuk diterbitkan
	Mengirim artikel ke editor
	Membuat penjelasan foto

*Minggu ke- dihitung berdasarkan kehadiran penulis di kantor

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Pelaksanaan praktik kerja magang yang dijalani penulis secara garis besar berkaitan dengan kegiatan jurnalistik. Dimulai dari proses mencari narasumber, menghubungi narasumber, melakukan liputan, membuat artikel, bahkan hingga mengambil foto di lapangan untuk dimuat sebagai pendukung artikel.

Persiapan Liputan

Sebelum mengawali tugas, penulis akan menghadiri rapat redaksi. Dalam rapat redaksi, *chief editor* yang sekaligus merupakan *publisher* dari Bakery Magazine akan memimpin rapat. Pembahasan dalam rapat redaksi adalah evaluasi edisi sebelumnya dan membahas tema yang akan diangkat. Terkadang pada saat itu juga beberapa penulis akan diberikan kontak narasumber untuk diliput yang diinginkan oleh *chief editor*. Namun, penulis lebih sering mencari sendiri narasumber yang ingin penulis liput atau mendapatkan referensi dari sesama reporter di Bakery Magazine.

Setelah mendapatkan kontak narasumber, penulis akan menghubungi narasumber. Terkadang penulis tidak langsung dihubungkan kepada pihak yang terkait dengan urusan media massa. Penulis harus berusaha hingga mendapatkan kesempatan untuk berbicara dengan pihak yang terkait. Setelah berhasil menghubungi narasumber, penulis bisa membuat janji untuk liputan kepada narasumber dan mengonfimasi waktu pada fotografer spesialis makanan di kantor. Namun, ada juga beberapa narasumber yang meminta proposal peliputan. Setelah semua selesai, persiapan liputan akan dimulai.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Salah satu contohnya adalah ketika penulis diberikan tugas untuk meliput narasumber yang berhubungan dengan dekorasi kue untuk dimuat dalam majalah Bakery Magazine edisi September 2013. Penulis mencari sendiri narasumber yang ingin diliput dari internet. Mencari tahu mengenai produk, lokasi, dan kontak narasumber. Pada saat itu, penulis mencari tahu mengenai salah satu anak perusahaan Ismaya Group yang belum lama berdiri, yakni Colette & Lola. Penulis mencari tahu mengenai jenis produk dan suasana lokasi. Setelah merasa Colette & Lola itu pas dengan tema yang diangkat, penulis mencari kontak narasumber dan segera mengirim *e-mail* ke Assistant Brand Manager Colette & Lola, Felicia. Tidak lama kemudian, *e-mail* penulis dibalas untuk melakukan janji liputan.

Dalam setiap proses pembuatan naskah, entah *hard news*, *feature* atau kolom opini, seorang wartawan perlu lebih dahulu melakukan riset dan melakukan *interview*. Riset diperlukan agar kita tahu apa yang sudah dikerjakan orang lain terhadap isu yang hendak dikerjakan. Setiap wartawan harus senantiasa membaca, termasuk karya-karya rujukan, agar mampu mengikuti perkembangan dalam teknik penulisan (Harsono, 2010: 87-92).

Seperti yang telah dijelaskan dalam buku 'A9ama' Saya Adalah Jurnalisme yang ditulis oleh Andreas Harsono, penulis akan melakukan riset terlebih dahulu mengenai perusahaan narasumber dan informasi lain yang terkait dengan bahan wawancara. Riset akan dilakukan dengan mencari informasi di internet atau berbincang dengan reporter yang ada di Bakery Magazine. Berhubung pengetahuan penulis sangat terbatas mengenai roti, penulis harus melakukan banyak riset sebelum melakukan wawancara. Hal itu dikarenakan banyaknya istilah seputar *bakery* yang tidak dimengerti oleh penulis.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Peliputan

Wartawan yang baik bekerja dengan mewakili rasa ingin tahu audiens saat melakukan wawancara. Dia harus sopan, siap dengan pemahaman bahan, bisa menggali informasi sebanyak mungkin, tak bernada menghakimi dan tak menunjukkan kesan sudah tahu (Harsono, 2010: 219).

Wawancara sendiri adalah bagian penting dari reportase, dan reportase adalah bagian penting dari jurnalisme. Wawancara yang baik akan menghasilkan banyak informasi. Wawancara yang buruk akan menghasilkan banyak bantahan (Harsono, 2010: 219).

Wawancara dibagi menjadi tiga menurut isinya, yaitu wawancara informasi atau sebagai sebuah berita, wawancara sebagai sebuah peristiwa, dan wawancara opini (Masduki, 2006: 41).

Sesuai dengan beberapa teori wawancara di atas, penulis dapat menjelaskan. Dari segi memilih pertanyaan atau bahasa, penulis akan memilih yang mudah dimengerti oleh narasumber, hingga informasi yang informatif dan memenuhi rasa ingin tahu khalayak dapat terpenuhi.

Sedangkan, dari segi jenis wawancara menurut isinya, penulis akan melakukan dua jenis wawancara. Pertama, penulis melakukan wawancara informasi, penulis akan mewaawancarai narasumber untuk mendapatkan banyak informasi yang tidak dapat penulis dapat melalui riset di internet. Kedua, penulis juga melakukan wawancara opini. Wawancara opini penulis rasakan penting untuk dimasukkan sebagai kutipan dalam artikel yang penulis buat.

Berikut beberapa contoh pertanyaan yang penulis ajukan selama proses wawancara terhadap pemilik toko bahan kue The In.gre'di.ents::

1. Apa latar belakang mendirikan pemilik toko bahan kue The In.gre'di.ents:?
2. Apakah manfaat mendirikan toko bahan kue ini bagi masyarakat?

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

3. Apa yang menjadi ciri khas dari toko bahan kue The In.gre'di.ents: yang membedakan dari toko bahan kue lainnya?
4. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk yang dijual oleh toko bahan kue The In.gre'di.ents:?
5. Apakah kualitas barang yang dijual toko bahan kue The In.gre'di.ents: sudah sesuai dengan standar keamanan?
6. Apa kontribusi toko bahan kue The In.gre'di.ents: untuk mengharumkan nama Indonesia?

Berikut penulis lampirkan salah satu contoh foto wawancara yang dilakukan oleh penulis.

Gambar 3.1

Pada gambar ini, penulis sedang meliput Shierly Lelyana selaku pemilik toko bahan kue The In.gre'di.ents:, wawancara dilakukan di salah satu tokonya yang berada di daerah Muara Karang, Jakarta Utara.

Dapat tergambarkan bagaimana santainya penulis layaknya berbincang-bincang. Namun, dari cerita narasumber, penulis bisa memperoleh 5W1H dan informasi penting yang akan penulis angkat untuk menjadi sebuah artikel.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Penulisan Artikel

Penulisan *feature* tidak tunduk kepada kaidah pola piramida terbalik dengan rumus 5W1H atau cara penyusunan pesan secara deduktif. Namun demikian, setiap karya *feature* harus mengandung semua unsur yang terdapat 5W1H. Selain itu, *feature* disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif informal. Jadi, sangat jauh berbeda dengan berita langsung (*straight news*) yang disajikan dalam bahasa pelaporan yang sifatnya lugas dan formal (Sumardiria, 2006: 151).

Karena itulah, dalam buku ini penulis mendefinisikan *feature* sebagai berikut. *Feature* adalah cerita khas kreatif yang berpijak pada jurnalistik sastra tentang suatu situasi, keadaan, aspek kehidupan, dengan tujuan untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur khalayak media massa (Sumardiria, 2006: 152).

Melalui penjelasan itu, penulis dapat menjelaskan bahwa artikel yang dibuat penulis menggunakan bahasa informatif, tapi tidak bersifat kaku atau formal seperti pada penulisan *hard news* atau *straight news*.

Tulisan *feature* kini makin mendapat tempat dalam surat kabar, dan dimuat dalam berbagai seksi khusus, seperti seksi gaya hidup, seksi selera, seksi tentang manusia (*people*), seksi pelayanan, seksi cerita khusus, dan banyak lagi. (Ishwara, 2007: 61)

Dari cakupan yang begitu luas, *feature* dapat dikelompokkan menjadi (Ishwara, 2007: 61-65):

1. *Bright*

   Bright juga sering disebut sebagai *brite*, yaitu sebuah tulisan kecil yang menyangkut kemanusiaan (*human interest featurette*), biasanya ditulis dengan gaya anekdot dengan klimaks pada akhir cerita.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

2. *Sidebar*

   Cerita *feature* ini mendampingi atau melengkapi suatu berita utama. Cerita tentang banjir besar, misalnya, bisa disajikan dengan *sidebar* tentang wawancara dengan suatu korban, cerita latar belakang penyebab banjir; atau tulisan menarik tentang usaha regu penolong, mungkin malah suatu kisah pertolongan yang dramatik.

3. Sketsa Kepribadian atau Profil

   Suatu sketsa biasanya pendek dan hanya mengenai satu aspek dari kepribadian, seperti misalnya seseorang yang hobinya mengumpulkan model kapal layar antik atau seseorang yang bekerja dengan anak-anak cacat. Profil lebih panjang dari sketsa, lebih detail, dan secara psikologis lebih dalam. Profil mencoba menggambarkan dasar yang dalam seperti apa sebenarnya individu itu.

4. Profil Organisasi atau Proyek

   Sama dengan sketsa kepribadian atau profil; hanya atikel organisasi/proyek ini mengenai grup atau perusahaan, bukan mengenai individu. Misalnya, cerita tentang gerakan sekelompok wanita membentuk komite untuk menjamin perlakuan yang baik terhadap para istri yang disiksa dengan membawa kasus ini ke pengadilan, legislator, polisi, dan sebagainya.

5. Berita Feature (*Newsfeature*)

   Ini adalah sebuah berita yang ditulis dengan gaya *feature*. Daripada ditulis secara langsung dan lugas, cerita ini disampaikan dengan menggunakan teknik *feature*, seperti pembukaan cerita dengan suatu ilustrasi atau anekdot, walaupun sebenarnya tujuan utama dari cerita itu adalah

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

menyampaikan berita.

6. Berita *Feature* yang Komprehensif (*Comprehensive Newsfeature*)

   Tulisan ini menggambarkan arah dan perkembangan suatu isi berita. Jenis tulisan ini mendasarkan riset yang lebih baik daripada berita-berita lainnya, sebab berasal dari berbagai sumber yang luas. Berita ini pun biasanya lebih analitik dan intepretatif; menggambarkan tidak hanya mengenai apa berita itu tetapi apa arti berita itu. Misalnya, berita pembangunan pembangkit tenaga nuklir yang dilaporkan media dalam bentuk fragmen. Hari ini ada beritanya, keesokan hari atau beberapa hari kemudian baru ada lagi, dan begitu seterusnya, ada yang pro dan ada yang kontra, sehingga sering membingungkan masyarakat. Salah satu cara mengatasi masalah ini adalah dengan menyajikan suatu laporan yang komprehensif.

7. Artikel Pengalam Pribadi

   Ditulis oleh seorang wartawan atau wartawan yang menulis (*ghost-write*) untuk orang lain yang mengalami peristiwa unik, seperti melintasi benua seorang diri dengan balon udara. Kadang-kadang wartawan sendiri mengatur suatu pengalaman unik untuk ditulis, seperti pengalaman wartawan *Washington Post*, Ben H, pada tahun 1971 tinggal dalam penjara selama satu minggu. Ia menyamar sebagai Benyamin Barsamian dan tidak seorang pun dalam penjara itu, termasuk petugasnya, yang tahu bahwa ia sebenarnya seorang wartawan. Ada pula wartawan yang tinggal bersama gelandangan di kolong jembatan. Dengan demikian selain observasi, wartawan mengalami sendiri hidup sebagai seorang narapidana/gelandangan (*participant observation*).

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

8. Feature Layanan (*Service Feature*)

   Ini adalah cerita tentang "bagaimana caranya" (*how to*). Tulisan ini menggambarkan bagaimana caranya menjawab kebutuhan hidup sehari-hari, seperti memelihara anak, bersantai, berkebun, menata ruang, menyiapkan makanan, dan banyak lagi. *Feature* seperti ini makin menjadi popular sejak surat kabar berusaha untuk lebih dekat dengan kebutuhan dan minat pembaca. Laporan jurnalisme yang menggambarkan pelayanan ini dikenal sebagai *service journalism*. Wartawan menyampaiikan informasi yang membantu masyarakat menanggulangi kebutuhan sehari-hari mereka. Dalam jurnalisme pelayanan ini terkandung spirit pelayanan. Inti dari semangat ini adalah mengubah sikap arogan dari wartawan ("Ini berita hari ini; mau baca baik, tidak ya sudah!") kepada pendekaatan yang lebih rendah hati, berorientasi pada pembaca ("Inilah berita yang kami kira menarik untuk Anda, kami harap Anda suka").

9. Wawancara

   Walaupun kebanyakan *feature* didasarkan pada wawancara, feature wawancara khusus melukiskan suatu dialog antara seorang wartawan dengan orang lain, sering seorang tokoh masyarakat atau selebriti. Terkadang ditulis dalam format tanya-jawab.

10. Untaian Mutiara

    Ini adalah suatu *feature* "kolektif", seperti pada seri anekdot mengenai topik umum. Wawancara dengan orang-orang di jalan (*"person on the street" interview*) termasuk dalam kategori ini, seperti juga *feature* Hari Valentine yang menggambarkan "sepuluh surat cinta terkenal sepanjang masa."

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

11. Narasi

Ada pengamat yang melihat cerita atau narasi ini sebagai salah satu bentuk *feature*, dan dalam pengertian murninya memang demikian. Narasi ini bagaikan cerita pendek, namun narasi berhubungan dengan materi yang faktual. Narasi memaparkan adegan demi adegan dengan memanfaatkan deskripsi, karakterisasi, dan plot. Dan sebagai teknik penulisan, narasi bisa diterapkan untuk penulisan jenis *feature* lainnya.

Berdasarkan dengan beragam jenis *feature* yang telah penulis jelaskan di atas, dalam pembuatan artikel yang penulis lakukan untuk Bakery Magazine penulis menggunakan jenis *feature* profil organisasi atau proyek dan berita feature (*newsfeature*). *Feature* jenis profil organisasi atau proyek yang paling sering penulis gunakan. Sedangkan, *Feature* jenis berita feature hanya penulis gunakan dua kali, yakni pada saat peluncuran produk Termisil di Centro oleh Chef Billy dan demo Tulip di Cocoa Day Expo.

Kunci penulisan feature yang baik bergantung pada paragraf pertama, yakni *lead*. Mencoba untuk meraih ketertarikan pembaca tanpa *lead* yang baik sama saja dengan memancing tanpa menggunakan umpan (Williamson, 1975: 26).

Setiap wartawan sadar pentingnya *lead*. Keranjang sampah dipenuhi dengan *lead* yang di bawah standar, seperti reporter hanya sekedar mencari kalimat pas untuk menggabungkan kata-kata yang wartawan gambarkan kepada pembaca (Williamson, 1975: 26).

Wartawan memiliki pilihan *lead*, beberapa didesain untuk mengejutkan dan mengagetkan pembaca, menggelitik rasa penasaran, membangkitkan rasa penasaran, dan meringkas informasi dari cerita (Williamson, 1975: 26).

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Bertujuan untuk pembelajaran, mahasiswa jurnalistik harus memahami dan pernah mencoba beragam *lead*, seperti berikut (Williamson, 1975: 26-34):

1. *Summary Lead* (Ringkasan)

   Summary lead sama seperti yang digunakan pada kebanyakan *hard news*. Ini memberikan inti dari cerita dan membiarkan pembaca memutuskan apakah mereka cukup tertarik untuk membaca keseluruhan cerita. *Summary Lead* paling jarang digunakan ketika wartawan memiliki topik yang kuat dan menarik. Karena *summary lead* adalah yang termudah untuk ditulis, banyak wartawan menggunakan jenis *lead* ini ketika mereka berada dalam tekanan batas waktu, atau ketika mereka tidak mampu menemukan *lead* yang lebih baik.

2. *Narrative Lead* (Narasi)

   Narrative lead merupakan favorit penulis fiksi, mengajak pembaca ke dalam cerita dan gambaran yang mereka buat. Tekniknya adalah membuat situasi dan pemahaman pembaca menjadi protagonis, dengan meninggalkan kekosongan dimana mental pembaca terisi atau dengan membiarkan pembaca mengidentifikasikan tokoh. Hasil dari teknik itu mirip dengan film yang bagus. *Narrative lead* efektif dalam menceritakan pengalaman bertualang. Keuntungan dari *narrative lead*, mampu menarik hati pembaca dengan lebih baik dibandingkan dengan jenis *lead* lain. Kerugian dari *narrative lead* adalah sedikit cerita yang secara alami menjadi *narrative lead*. Wartawan yang memaksakan menggunakan *narrative lead* ke dalam cerita bisa saja membuat *lead* menjadi tampak datar dan tidak alami, atau bahkan *lead* bisa merusak keseluruhan isi cerita.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

3. *Descriptive Lead* (Deskripsi)

   Descriptive Lead memunculkan gambaran mental dari subjek atau tempat kepada pembaca. *Descriptive Lead* dapat digunakan pada bergam jenis *feature*, tapi wartawan paling menyukai *lead* ini untuk menulis profil personal. Penggunaan licik atas kata sifat merupakan kata kunci dari *descriptive leads*. Wartawan yang baik dapat membuat subjek "menjadi hidup." Subjek nampak seperti bangkit dari tinta hitam yang dingin. Terkadang, wartawan mencoba untuk fokus pada faktor yang terbaik untuk dapat mengilustrasikannya.

4. *The Quotation Lead* (Kutipan)

   Kutipan yang singkat dan dalam dapat menjadi *lead* yang menarik, sebagian merupakan pembicara yang sudah terkenal dai masyarakat. Kutipan bisa memberikan pengertian yang dalam atas karakter pembicaranya. Ingatlah, *lead* harus menjadi penentu bagi pembaca untuk mengikuti cerita, jadi kutipan harus fokus pada alaminya cerita tersebut. Kerugian yang hebat dalam penggunaan *quotation lead* apabila kutipan yang dipilih mungkin terdistorsi secara alami dan keluar dari konteks karena penekanan besar yang diberikan dalam *lead* tersebut. Kutipan bisa saja menjadi penarik perhatian, jadi wartawan mungkin menggunakan menggunakan *lead* jenis ini. Namun, kutipan bisa tidak tepat menggambarkan keseluruhan gambaran perasaan narasumber. Dan, apabila wartawan tidak menginformasikan pembaca tentang keadaan yang terjadi selama wartawan membuat pernyataan itu, kutipan mungkin akan sangat keluar dari konteks.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

5. *The Question Lead* (Pertanyaan)

   Question Lead bisa menjadi efektif apabila *lead* sukses dalam menantang pengetahuan pembaca atau rasa ingin tahunya. Seringkali, *question lead* digunakan wartawan yang tidak bisa membuat *lead* yang imaginatif sebagai cadangan. Menulis itu mudah, tapi jarang membuat *lead* yang terbaik. Dalam kebanyakkan kasus, pertanyaannya tipuan. Wartawan tahu pasti bahwa pembaca tidak akan mengetahui jawabannya. Lalu, wartawan mengerat rasa ingin tahu pembaca atas subjek dari cerita. Kebanyakan editor tidak menyukai *lead* tipuan karena mereka merupakan penopang dan karena pembaca terkadang marah karena ditipu untuk membaca cerita. Narasi yang kuat atau *lead* deskriptif lebih sering dipilih. Sama seperti *lead* lainnya, *question lead* bisa menjadi efektif hanya ketika materi dari cerita secara alami memberikan *lead* jenis ini.

6. *The Direct Address Lead* (Alamat Langsung)

   Ketika reporter langsung berkomunikasi dengan pembaca, itulah yang disebut dengan *direct address lead*. Hampir selalu *direct address lead* ditandai dengan kata "kamu" dimasukkan ke dalam paragraph pertama, atau tersirat. Keuntungannya terletak pada kejelasannya. Pembaca seringkali secara tanpa sadar menjadi bagian dari cerita. Kerugiannya adalah kemungkinan dengan mudahnya menjadi canggung dan tidak baik.

7. *The Teaser Lead* (Penggoda)

   Teaser lead adalah media untuk mengecoh pembaca dengan cara bergurau. Tujuannya adalah meraih rasa ingin tahu pembaca dan dengan lembut membiarkannya masuk ke dalam cerita. *Teaser lead* umumnya sangat singkat, *crisp*,

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

dan ringan. Teka-teki terkadang juga digunakan. *Teaser lead* memberikan pembaca sedikit atau bahkan tidak ada sama sekali pengetahuan kepada sifat cerita untuk diikuti.

8. *The Freak Lead* (Aneh)

   Freak lead adalah trik yang paling ekstrim. Namun, *lead* yang benar-benar tidak tahu malu mampu menjadi umpan bagi pembaca, apabila wartawan mampu mengikuti lakon pertamanya dengan amat lucu, cerita yang hidup. *Freak Lead* hanya dapat menjadi alami dalam beberapa cerita, sama halnya dengan *lead* deskriptif atau naratif.

9. *Combination Lead* (Kombinasi)

   Banyak *lead* di Koran yang mengkombinasikan dua atau lebih tipe *lead*, menggunakan elemen terbaik dari masing-masing *lead*. *Quotation lead* paling sering digabungkan dengan *descriptive lead*. *Teaser lead* dikombinasikan dengan sebuah kutipan.

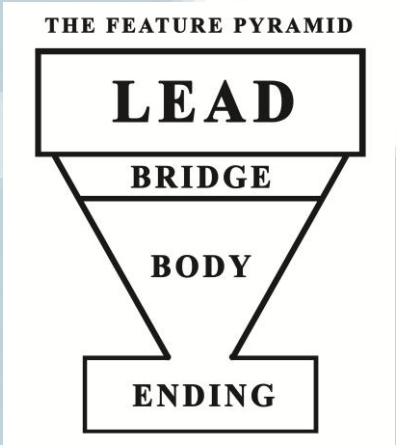
Melalui penjelasan beragam jenis *lead* yang telah dijelaskan, selama praktik kerja magang penulis seringkali menggunakan lead jenis *summary lead*. Namun, ada juga penulis menggunakan *quotation lead* dalam dua artikel penulis, dalam artikel yang berjudul Frais Pattiserie: Menikmati Kerenyahan *Croissant*, dan The Trans Luxury Hotel Mengutamakan Pastry dengan Rasa yang Baik. Pada artikel pertama, penulis mengutip pepatah tentang keluarga, dan pada artikel kedua penulis mamasukkan beberapa kutipan dari pembicaraan narasumber.

Setelah mengenal beberapa jenis *lead*, penulis akan menjelaskan tentang struktur *feature* yang penulis dapat dari buku yang berjudul *Feature Writing for Newspaper* karya Daniel R. Williamson.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Bentuk yang paling umum dari struktur *feature* adalah *inverted pyramid* (piramida terbalik), akan tetapi ada suatu bagian yang ekstra: *ending* (bagian akhir) (Williamson, 1975: 40).

Gambar 3.2



Sebuah cerita *feature* mungkin harus memiliki sebuah bagian akhir karena dua buah alasan, yakni (Williamson, 1975: 40-41):

1. Karena cerita *feature* terkadang tidak terhancurkan, ada sedikit alasan untuk mempercepat proses penyuntingan. Dibandingkan harus memotong secara acak dari bawah, *copy desk* lebih memiliki waktu untuk membaca dengan seksama cerita itu dan memadatkannya sampai menemukan ruang yang cukup untuk memotong kata-kata, frasa, kalimat, dan paragraph dari cerita. Apabila cerita ditulis dengan sangat baik dan sangat singkat, editor berita mungkin akan memutuskan untuk menyimpan cerita untuk suatu hari ketika ruang cukup dan memungkinkan akan dicetak dengan sedikit atau bahkan tidak ada pemangkasan sama sekali. Halaman *feature* atau majalah penambahan khusus seringkali dicetak contoh dan mungkin dicetak beberapa hari sebelum terbitan Koran akan didistribusikan, jadi editor berita masih memiliki kesempatan untuk merencanakan beberapa hari ke depan.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

2. Ingatlah, penulis *feature* pada dasarnya adalah pencerita. Penulis *feature* akan dengan hati-hati merangkai kata-katanya untuk mengkomunikasikan ceritanya secara efektif. Pada umumnya, sebuah cerita mendorong ke arah penyelesaian atau klimaks. Sebuah bagian akhir bukan hanya sesuai, tapi sangat dibutuhkan oleh banyak *feature*.

Beberapa jenis bagian akhir (*ending*) (Williamson, 1975: 41):

1. *The Summary Ending* (Ringkasan)

   Ringkasan akan dengan mudah menjadi bagian akhir untuk menutup cerita dan mengarah kembali pada *lead*.

2. *The Stinger* (Penyengat)

   Menakjubkan, bagian akhir yang mengejutkan akan mengguncangkan pembaca. Penulis dengan mudah menggunakan bagian dari cerita untuk mengarahkan pembaca kepada bagian akhir yang tidak terduga.

3. *The Climax* (Puncak)

   Bagian akhir ini popular dalam penulisan cerita dalam urutan kronologis. Jenis ini mirip dengan pola penulisan tradisional kecuali dalam cerita *feature* penulis berhenti pada titik dimana hasil dari cerita sudah jelas, dibanding melanjutkannya ke dalam bentuk penulisan melewati penyelesaian pasca-klimaks.

4. *The Un-ending* (Tidak Selesai)

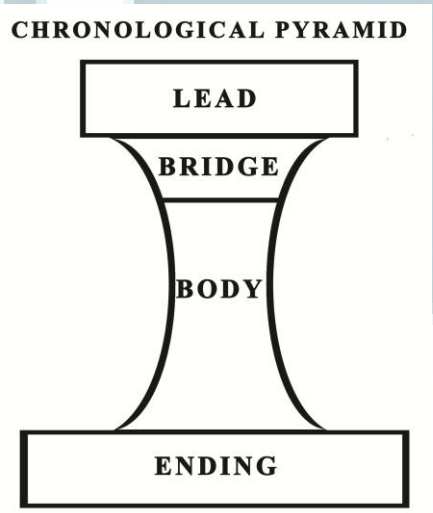
   Penulus bertujuan untuk menyelesaikan dengan menekankan pada kunci, pertanyaan yang tidak terjawab. Pembaca tidak yakin apakah protagonist menang atau kalah. Penulis menyelesaikan cerita tepat sebelum klimaks,

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

karena hasilnya belum diketahui atau karena penulis ingin meninggalkan pembacanya tergantung.

Setelah mengetahui beberapa jenis bagian akhir, terkadang struktur *feature "inverted pyramid"* (piramida terbalik) mungkin tidak dapat diterapkan dalam beberapa cerita. Apabila cerita lebih menarik kalau dihubungkan dengan berurutan, maka struktur *feature* yang mungkin ingin digunakan adalah *chronological pyramid* (piramida kronologis) (Williamson, 1975: 42-43):

Gambar 3.3



Setelah *lead* yang kuat dan jembatan (*bridge*) yang singkat, penulis dengan mudahnya menghubungkan cerita sesuai dengan kejadian, membangun klimaks, penyengat, atau bahkan bagian akhir yang tidak terselesaikan (Williamson, 1975: 42-43).

Bentuk ini berguna khususnya bagi menghubungkan petualangan, rantaian acara yang tidak biasa, atau dalam penulisan *"brights"* pendek, *feature* singkat tentang cerita lucu atau yang tidak biasa (Williamson, 1975: 42-43).

Berdasarkan kedua struktur *feature* yang telah dijelaskan, penulis selalu menggunakan pola *chronological feature*. Dalam menulis artikel, penulis tidak menggunakan pola *inverted pyramid*. Proses

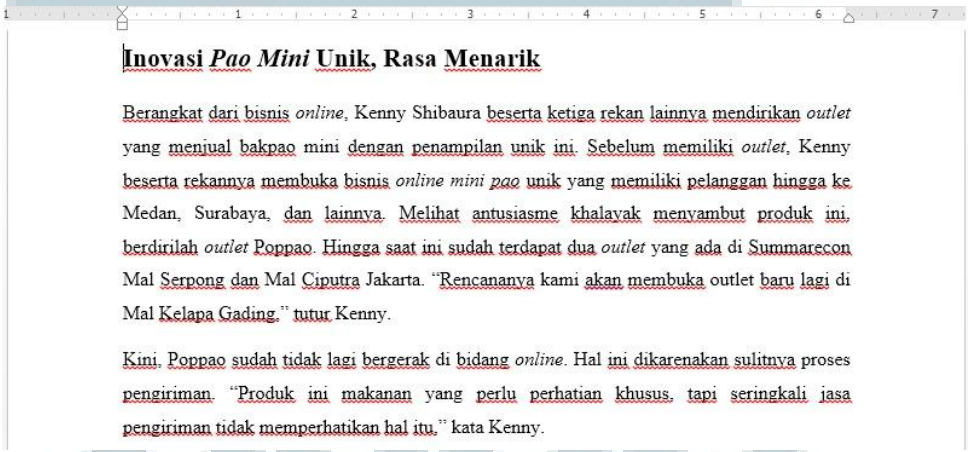
Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

penyuntingan artikel penulis pun tidak memotong di bagian akhir, melainkan tersebar karena penulis tidak membuat bagian bawah sebelum bagian akhir tidak penting.

Dalam penulisan artikel penulis menggabungkan antara riset yang telah penulis peroleh dari beragam sumber, informasi dari narasumber, dan menarik kutipan narasumber yang menarik. Selain itu, penulis juga harus memberikan pilihan kata yang tepat untuk menggabungkan antara proses hingga tahap penyajian produk yang dimiliki oleh narasumber.

Berikut penulis berikan contoh gambar yang menggambarkan artikel mentah yang telah penulis buat untuk menjadi dua halaman A4. Artikel itu penulis buat dengan cara pada awalnya mendengarkan hasil rekaman, mengetik hal-hal yang penting atau ingin penulis masukkan, memberikan tambahan hasil riset yang diperoleh penulis, serta menggunakan rangkaian kata yang baik untuk menghasilkan suatu artikel yang utuh.

Gambar 3.4



Inovasi *Pao Mini* Unik, Rasa Menarik

Berangkat dari bisnis *online*, Kenny Shibaura beserta ketiga rekan lainnya mendirikan *outlet* yang menjual bakpao mini dengan penampilan unik ini. Sebelum memiliki *outlet*, Kenny beserta rekannya membuka bisnis *online mini pao* unik yang memiliki pelanggan hingga ke Medan, Surabaya, dan lainnya. Melihat antusiasme khalayak menyambut produk ini, berdirilah *outlet* Poppao. Hingga saat ini sudah terdapat dua *outlet* yang ada di Summarecon Mal Serpong dan Mal Ciputra Jakarta. "Rencananya kami akan membuka outlet baru lagi di Mal Kelapa Gading," tutur Kenny.

Kini, Poppao sudah tidak lagi bergerak di bidang *online*. Hal ini dikarenakan sulitnya proses pengiriman. "Produk ini makanan yang perlu perhatian khusus, tapi seringkali jasa pengiriman tidak memperhatikan hal itu," kata Kenny.

Pasca Penulisan

Ketika proses penulisan selesai, penulis akan mengirimkan artikel yang telah penulis buat kepada narasumber melalui surat elektronik. Narasumber berhak mengubah nama narasumber, jabatan, atau nama produk apabila terdapat kesalahan yang telah penulis buat.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Selain itu, narasumber juga boleh menginformasikan apabila ada informasi yang salah dalam artikel tersebut.

Setelah dikonfirmasi kepada narasumber, penulis berkewajiban untuk mengirimkan artikel tersebut kepada *chief editor*. Ketika artikel selesai disunting oleh *chief editor*, artikel akan dikirim kembali kepada penulis untuk menjadi bahan evaluasi pribadi. Selain itu, terkadang *chief editor* juga akan mengirimkan beberapa saran singkat.

Selain bertanggung jawab atas tulisan, penulis juga berkewajiban untuk memberikan penjelasan pada foto. Setelah bagian layout menyelesaikan desain, penulis wajib memberikan penjelasan atas foto yang telah dimuat untuk segera naik cetak.

Apabila penulis mengambil beberapa foto di lapangan, maka tahap penyuntingan foto juga menjadi kewajiban penulis. Namun, penyuntingan yang penulis lakukan tidak banyak. Hanya sekedar mengatur tingkat keterangan, dan menghilangkan cacat sedikit-sedikit saja. Penulis tidak berhak menyunting gambar hingga tampak berlebihan, karena penulis mengambil gambar keadaan di lapangan. Penyuntingan dilakukan hanya untuk membuat foto layak memasuki tahap percetakkan.

Berikut salah satu gambar yang merupakan salah satu artikel yang penulis buat. Tidak hanya artikel, foto yang digunakan juga merupakan hasil dari penulis. Artikel di atas merupakan rubrik News yang memiliki jumlah setengah halaman A4.

Gambar 3.5

Cooking Demo

Chef Billy Kalangi di Centro dan Peluncuran Termisil

JAKARTA - Centro Department Store melangsungkan event besutan Centro bersama Glowmark Solution untuk memperkenalkan produk termisil Grill & Drop Heat Resistant Glass Bakeware. Acara berlangsung di Centro Plaza Semanggi pada 5 Juli 2013 dan Centro Margo City Depok pada 6 Juli 2013 dengan tema Joy of Cooking with Termisil Bakeware bersama Chef Billy.

Chef Billy melakukan demo dua masakan, antara lain Kapartart Keju Klamis dan Ayam Masak Habang. Termisil berbahan dasar kaca borosilikat sesuai standar dan tidak akan mengeluarkan bau atau menyebabkan alergi. Produk ini memiliki ketahanan terhadap panas hingga 500°C dan ketahanan terhadap dingin hingga -50°C.

Keunggulan lainnya dari produk ini adalah adanya garis pada bagian bawahnya dan *dotted* pada bagian tutupnya. "Fungsi garis untuk menimbulkan motif layaknya masakan yang dibakar dan *dotted* akan membuat masakan tetap terjaga kelembabannya karena *dotted* akan membuat uap masakan tetap meneles kembali ke dalam masakan," jelas Scesilia Febriana, Marketing Communication Manager Centro Department Store.

Written & Photo by Putri Suryani

Ada juga contoh gambar yang merupakan salah satu contoh artikel berjumlah dua halaman A4 yang telah penulis buat dan sudah naik cetak pada majalah Bakery Magazine edisi September dengan tema *decorating cake*. Penjelasan foto juga merupakan tugas penulis, maka pada saat meliput penulis juga harus mengetahui nama produk yang difoto oleh fotografer.

Gambar 3.6

Selain itu, dalam artikel akan ada penjelasan mengenai produk, maka penulis juga harus mencicipi beberapa produk itu untuk penulis jelaskan ke dalam artikel. Berikut penulis lampirkan contoh penjelasan yang penulis buat setelah mencicipi produk.

Gambar 3.7

cake shop || 59

Call Me Panda
Sesuai dengan namanya, produk Colette & Lola ini memiliki tampilan seperti panda. Hiasan yang digunakan adalah cokelat. Begitu pula dengan isinya, *soft cake* rasa cokelat yang memiliki creamy cheese di dalamnya. Pelanggan akan diberikan kejutan dengan adanya biskuit di bagian bawah.

Passionfruit Hazelnut Amaretto, Bersatunya Asam Dan Manis
Big Macs merupakan produk unik dari Colette & Lola. Macaron dengan ukuran lebih besar dan hiasan yang lebih menarik. Passionfruit Hazelnut Amaretto, Big Macs yang memiliki rasa asam dari markisa pada bagian luarnya dan rasa manis dari cokelat hazelnut di bagian tengahnya membuat sajian ini lengkap. Apabila pelanggan ingin merasakan kejutan rasa lainnya, tekan pipet berisi cairan markisa

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktik kerja magang di PT Great Star International, khususnya di Bakery Magazine, penulis menemui beberapa kendala, yakni:

1. Penulis tidak mendapatkan kartu tanda pengenal sebagai reporter magang. Hampir setiap liputan penulis diminta kartu nama sebagai reporter. Penulis tidak memiliki keterangan sebagai reporter di Bakery Magazine, sehingga hanya fotografer yang bisa memberikan tanda pengenal dari Bakery Magazine.

2. Penulis tidak menguasai pengetahuan mengenai dunia *bakery* secara mendalam, sehingga agak sulit untuk melakukan liputan dan membuat artikel yang baik,

3. Penulis seringkali diharuskan untuk mencari narasumber sendiri, tanpa kontak narasumber dan tanda pengenal penulis yang jelas, penulis seringkali sulit menentukan ingin meliput apa untuk dijadikan sebagai artikel.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah solusi atas kendala-kendala yang penulis temukan selama praktik kerja magang:

1. Ketika narasumber meminta kartu nama penulis setelah memberikan kartu nama narasumber, penulis menjelaskan bahwa penulis adalah reporter magang, sehingga penulis tidak mendapatkan kartu nama, dan penulis menyerahkan alamat e-mail dan nomor telepon aktif yang bisa dihubungi oleh narasumber,

2. Penulis harus memperoleh informasi semaksimal mungkin melalui inisiatif penulis untuk bertanya kepada Reporter Bakery Magazine dan mencari informasi dari internet,

3. Penulis terkadang berbagi dengan reporter lainnya. Namun, lebih sering penulis mencari narasumber sendiri dengan cara bertanya pada teman mengenai tempat rekomendasi yang sesuai dengan tema bulanan majalah, mencari kontak di internet, menghubungi nomor yang ada hingga ke bagian pemasaran atau *public relation* yang berhubungan dengan liputan media massa.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013