



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut Saleh (2016:4) Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari kata: *common* yang berarti “sama” dengan maksud sama makna, sehingga secara sederhana dapat dikatakan komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran dan rasa antara komunikator dengan komunikan. Sedangkan, Menurut Romli (2016:9) komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan bagi masyarakat luas, tentu saja berbeda dengan komunikasi interpersonal yang hanya satu orang, atau kelompok yang hanya beberapa orang, bahkan juga berbeda dengan organisasi yang mempunyai keunikan-keunikan tersendiri yang tidak dapat disamakan dengan bentuk komunikasi lainnya. Komponen-komponen komunikasi massa juga berbeda dari jenis komunikasi lainnya.

Saat ini, perkembangan zaman membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah, dahulu berita hanya bisa di akses atau ditemukan melalui media cetak atau elektronik seperti koran dan televisi saja. Namun sekarang dengan bantuan teknologi yang canggih mengikuti perkembangan zaman yang semakin *modern*, siapapun bisa mengakses artikel berita terbaru dan terkini melalui media *online*.

Media *online* memiliki beragam bentuk, format maupun fungsi salah satunya adalah menyajikan sebuah artikel berita. Menurut Herdiana dan Mulyani (2015:17) dari segi teknik jurnalistik, artikel termasuk tulisan kategori *views* atau pandangan, yaitu tulisan yang berisi pandangan, ide, opini, penilaian penulisnya tentang suatu masalah atau peristiwa. Selanjutnya, Artikel berita tersebut nantinya akan dibuat menjadi sebuah konten menarik yang dapat diakses atau dilihat oleh khalayak luas yang tentunya juga melalui berbagai proses panjang hingga layak dipublikasikan di portal berita *online*. Konsep Portal berita *online* semakin menjadi pilihan masyarakat karena sifatnya yang *up-to-date* dan melaporkan kejadian peristiwa *instant* saat itu juga.

Salah satu portal berita *online* yang hadir di Indonesia yaitu VIVA.co.id, sebuah portal berita *online* yang dikelola oleh PT. Viva Media Baru, anak perusahaan PT Visi Media Asia Tbk yang berkode VIVA di pasar saham. VIVA Group juga adalah induk usaha dari media televisi dari ANTV dan tvOne. Diluncurkan pada 17 Desember 2008 di Jakarta, portal ini sebelumnya bernama VIVAnews.com. Dengan mengusung *tagline indepth and trusted*, portal berita dan informasi VIVA.co.id langsung mendapatkan tempat di hati pembaca dengan menampilkan tulisan yang mendalam serta menghadirkan konten dengan foto dan infografik. Ketika itu belum menjadi keharusan dalam setiap berita menampilkan foto di kebanyakan media *online*. Meski baru lahir, pada medio 2009, VIVAnews.com langsung mencuri perhatian dan menyodok sejumlah portal berita yang sudah lebih dulu ada. VIVAnews.com juga pernah menembus sebagai portal berita nomor satu, di lembaga pengukuran dan pemeringkat *Effective Measures* dan berada nomor dua berdasarkan Alexa.com.

VIVAnews.com berubah nama menjadi VIVA.co.id pada tahun 2012. Perubahan domain dan nama tersebut bertujuan agar VIVA.co.id tak sekedar menjadi sebuah portal berita saja, namun juga portal yang menghadirkan konten



berbasis *user generate content* (UGC) hiburan, *lifestyle* dan yang disukai perempuan serta *market place*. Sebagai jawaban dan solusi atas kebutuhan informasi masyarakat, portal media *online* ini memiliki sepuluh kanal yang menerbitkan ratusan berita maupun artikel setiap harinya. Salah satu kanal di VIVA.co.id yaitu kanal *showbiz* menyuguhkan artikel yang inspiratif, informatif, dan menghibur. Kanal *showbiz* VIVA.co.id memberikan berbagai macam artikel menarik seperti gosip, film, dan juga musik.

Seorang reporter atau penulis pada saat proses penulisan artikel di kanal *showbiz* VIVA.co.id menggunakan informasi yang didapatkan dari berbagai sumber mulai dari situs asing, media sosial seperti Instagram dan Twitter, wawancara, hingga hasil peliputan mengikuti suatu *event*. Setelah informasi didapat, selanjutnya dilakukan proses penulisan artikel. Teknik penulisan artikel di VIVA.co.id harus diperhatikan agar informasi tersampaikan secara benar atau tidak menimbulkan kesalahan, salah satunya dengan menggunakan bahasa jurnalistik.

Menurut Azwar (2018:1) secara sederhana jurnalistik adalah seni berberita. Selanjutnya jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan menghadirkan berita kepada pembaca, mulai dari kegiatan pencarian lapangan, memproduksinya menjadi tulisan, hingga menghadirkan kepada khalayak pembaca. Teknik penulisan artikel di VIVA.co.id harus diperhatikan agar informasi tersampaikan secara benar atau tidak menimbulkan bias, salah satunya dengan menggunakan bahasa jurnalistik. Menurut Rahardi (2016:11) ragam bahasa jurnalistik yang ada dalam wadah negara Indonesia, tentu tidak akan serta merta mengabaikan kaidah-kaidah kebahasaan dan aturan tata tulis serta ejaan yang berlaku resmi di dalam wadah bahasa Indonesia itu. Jadi sekali lagi, ketentuan-ketentuan kebahasaan dalam kaidah-kaidah kebahasaan itu akan membatasi dan menghambatnya dalam pengertian yang amat positif. Dengan demikian, adalah benar bila mana dikata bahwa sosok bahasa dalam ragam jurnalistik atau dalam bahasa pers itu, mau tidak mau harus memiliki sifat sifat khusus atau ciri-ciri yang khas, seperti harus singkat, harus padat, harus sederhana, harus lugas, harus tegas, harus jelas dan harus menarik.

Tulisan yang disajikan di kanal *showbiz* VIVA.co.id telah melewati beberapa proses penulisan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tim redaksi kanal *showbiz* VIVA.co.id selalu memastikan kualitas artikel yang diproduksi dengan penggunaan tata cara penulisan serta perbendaharaan kata yang baik dan benar, hingga melakukan penyuntingan hingga akhirnya pembaca dapat menikmati artikel yang berkualitas. Maka Laporan Tugas Akhir ini bermaksud untuk memaparkan lebih lanjut proses penulisan artikel pada kanal *showbiz* VIVA.co.id.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana karakteristik dan fungsi jurnalistik *online* di VIVA.co.id?
- 2) Bagaimana proses penulisan artikel pada kanal *showbiz* VIVA.co.id?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi dalam proses penulisan artikel berita di kanal *showbiz* VIVA.co.id?

Tujuan

Setelah memaparkan rumusan masalah yang akan dibahas, ada pula tujuan dari tugas akhir, yaitu:

- 1) Menjelaskan karakteristik dan fungsi jurnalistik *online* di VIVA.co.id.
- 2) Menjelaskan proses penulisan artikel pada kanal *showbiz* VIVA.co.id.
- 3) Menjelaskan apa saja hambatan dan solusi dalam proses penulisan artikel berita pada kanal *showbiz* VIVA.co.id.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

