



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hakikat manusia sebagai makhluk sosial mendorong manusia untuk saling berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi. Maka dari itu wawasan dan pengetahuan manusia selalu berkembang. Menurut Soyomukti (2012:5) proses komunikasi ini terjadi sejak manusia hadir dalam kehidupan. Sejak itu pula terjadi proses pertukaran ide, informasi, gagasan, keterangan, imbauan, permohonan, saran, usul, bahkan perintah. Pada umumnya komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia, dan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, dapat mengubah proses komunikasi manusia pada umumnya. Perkembangan ini menyebabkan munculnya beragam jenis media, salah satunya adalah media massa.

Menurut Widarmanto (2015:10) media massa merupakan media yang diperuntukkan untuk massa. Massa juga sering disebut dengan istilah publik, khalayak, atau masyarakat umum. Kehadiran media massa dapat memudahkan manusia dalam memperoleh informasi tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Tanpa adanya media massa seperti radio, koran, televisi, dan kini internet, masyarakat mungkin menjadi buta terhadap perkembangan di sekelilingnya dan juga perubahan dunia luar sehingga menjadikan informasi sebagai kebutuhan sehari-hari masyarakat yang harus dipenuhi dengan cepat dan efisien. Kebutuhan tersebut akhirnya membuat masyarakat beralih dari media konvensional ke media *online* yang di nilai dapat memberikan sejumlah keunggulan berupa penyampaian informasi yang lebih cepat serta dapat diakses kapan pun dan dimana pun, sehingga dianggap sangat praktis.

Wahjuwibowo (2015:6) menjelaskan, pada umumnya produk jurnalistik yang dihasilkan wartawan dapat digolongkan menjadi tiga kelompok besar, yaitu: berita, non berita, dan foto jurnalistik. Kategori kelompok berita adalah berita lempang (*straight news*), berita bertafsir, berita berkedalaman, dan lain sebagainya. Salah satu kelompok non berita terdiri atas artikel, *feature*, tajuk rencana, pojok, karikatur, dan surat pembaca. Artikel merupakan karangan faktual tentang sesuatu soal secara lengkap yang panjangnya sering tak tentu untuk dimuat di media massa dengan tujuan untuk menyampaikan gagasan serta fakta guna meyakinkan, mendidik atau menghibur pembaca.

Dalam proses penulisan artikel, ada hal-hal yang perlu diperhatikan, yaitu sifat tulisan jurnalistik sebagai media komunikasi massa. Menurut Rahardi (2016:5) pengertian jurnalistik dalam konteks ilmu komunikasi dapat dipandang sebagai aktivitas dalam menemukan kegiatan untuk mengolah, dan menyebarkan informasi atau berita kepada khalayak banyak melalui sosok media massa. Jurnalistik dalam hal-hal tertentu juga dapat di artikan sebagai keahlian atau kemahiran dalam mengumpulkan informasi terkini dalam sebuah entitas masyarakat dan kelompok social tertentu. Setelah informasi terkumpul, yang perlu dilakukan adalah meramu dan merajut informasi tersebut dengan baik dan rapi sehingga rajutan informasi tersebut dapat tersampaikan kepada khalayak dengan baik, lugas, tajam, cerdas dan terpercaya. Menurut Kusumaningrat, (2012:153) sebuah berita di media tidak ditulis dengan harapan agar dibaca oleh 205 juta penduduk Indonesia. Tetapi, dirancang hanya untuk menjangkau suatu jumlah tertentu khalayak yang sudah

ditetapkan oleh media yang bersangkutan. Media biasanya memiliki segmen-segmen pembaca sendiri yang memiliki jumlah tertentu.

Salah satu media massa *online* yang hadir di Indonesia yaitu ialah VIVA.co.id. VIVA.co.id adalah portal berita *online* yang dikelola oleh PT. Viva Media Baru yang berlokasi di Jl Rawa Terate II No.2, Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta Timur, atau yang lebih dikenal dengan VIVA Group. VIVA Group juga merupakan induk usaha dari media televisi ANTV dan tvOne. VIVA.co.id menyajikan beragam informasi pilihan yang berbeda dan belum pernah ada sehingga, hal itulah yang melatar belakangi VIVA.co.id memiliki tagline #1NEWSTAINMENT. Terdapat banyak kanal di VIVA.co.id, salah satunya adalah kanal *lifestyle* yang memberikan berbagai macam jenis artikel menarik seperti *beauty, fashion, food, health, home & living, sexual health, dan travel*.

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

Rumusan Masalah

Perumusan masalah menentukan poin-poin mengenai permasalahan yang akan menjadi sebuah tulisan atau pembahasan. Rumusan masalah yang dirumuskan dalam laporan tugas akhir ini adalah :

- 1) Bagaimana proses penulisan artikel pada kanal *lifestyle* di portal berita *online* VIVA.co.id?
- 2) Apa saja hambatan yang dialami saat proses penulisan artikel pada kanal *lifestyle* di portal berita *online* VIVA.co.id dan bagaimana solusi dalam menanggulangnya?

Tujuan

Tujuan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini berdasarkan dua perumusan masalah yang telah dibuat. Tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan proses penulisan artikel pada kanal *lifestyle* di portal berita *online* VIVA.co.id.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi saat proses penulisan artikel pada kanal *lifestyle* di portal berita *online* VIVA.co.id.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini didapatkan pada saat melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di VIVA.co.id yang beralamat di Jalan Rawa Terate II No.2 Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta Timur. Waktu pengumpulan data ini berlangsung selama 40 hari kerja terhitung sejak tanggal 1 Maret 2021 dan berakhir pada 1 Mei 2021 dengan waktu kerja enam hari dalam seminggu dari senin sampai sabtu mulai pukul 10.00 hingga 18.00 WIB.

