**BAGIAN I**

**MENGENAL FEATURE**

# Latar Belakang Tulisan *Feature* Dalam Suratkabar

Media cetak diketemukan terlebih dahulu, tapi diperlukan waktu sekitar empat abad atau sekitar empat ratus tahun agar masyarakat *termobilisasi* dapat memanfaatkan media cetak itu dengan memelekhurufkan dan menimbulkan keperluan memperoleh informasi melalui suratkabar. Disisi lain setelah timbul minat baca, juga harus ditumbuhkan minat atau daya beli dengan menyisihkan sejumlah uang untuk membeli suratkabar. Apabila daya beli masyarakat telah tumbuh, maka akan terjadi perubahan gaya hidup manusia terhadap suratkabar.

Ketika media elektronik mulai berkembang, yaitu setelah abad ke xix, maka seakan-akan media cetak merasa terdesak. Karena Media elektronik memiliki daya tarik sendiri. Betapa tidak dalam menyiarkan beritanya jauh lebih cepat dibandingkan dengan kalau orang membaca suratkabar. Walaupun demikian penemuan-penemuan baru setelah adanya media cetak dalam revolusi-revolusi komunikasi tidaklah menghapus penemuan-penemuan sebelumnya. Antara media cetak dan media elektronik, masing-masing memiliki kekurangan dan kelebihannya. Dalam hal kecepatan penyiaran suatu berita, radio dan televisi dapat melakukan dengan cepat. Bahkan pada acara dan peristiwa-peristiwa tertentu dapat disiarkan pada waktu yang bersamaan.

Pada saat radio siaran berkembang dan terjadi di Amerika, orang-orang suratkabar belum begitu merasakan pengaruhnya. Keduanya saling bantu dalam hal pemberitaan dan bekerja bersama saling bantu untuk periklanan agar mendapat pemasukan keuangan. Hal ini berjalan untuk beberapa waktu lamanya. Ketika depresi melanda Amerika, periklanan perusahaan suratkabar mengalami kemunduran sampai batas minimal . Yang terjadi justru orang-orang di radio mendapatkan banjir periklanan. Berita-berita di radio semakin populer, publikasi dalam suratkabar dikhawatirkan makin terdesak.

Selanjutnya suratkabar mulai membatasi pemberian pemberitaan untuk radio. Selain mengurangi ruang pemberitaan di suratkabar, juga melakukan tekanan kepada kantor-kantor berita untuk menghentikan penjualan berita kepada radio siaran.

Apa yang terjadi, ternyata menjadi sesuatu yang menarik, redaktur-redaktur radio menggunakan telepon, telegrap dan teknologi komunikasi lainnya untuk mendapatkan berita. Mereka menghubungi orang-orang yang dapat dijadikan nara sumber dari peristiwa-peristiwa tertentu untuk pemberitaan. Keadaan seperti ini disadari redaktur dan wartawan radio, tidak akan berlangsung lama. Usaha untuk mendapatkan berita sebanyak-banyaknya harus dicari jalan keluarnya. Dan orang radio menyadari dalam adu segi aktualitas, radio akan menang dari suratkabar.

Usaha mencari berita sendiri dengan berbagai cara giat dilakukan, mengingat suratkabar tidak mungkin diajak kerjasama lagi. Demikian juga suratkabar dengan kekhawatirannya yang tinggi lalu mengadakan usaha-usaha untuk mematikan radio.

Usaha-usaha radio tersebut berhasil pada tahun 1933 dengan mendirikan sebuah organisasi untuk mendapatkan berita yang banyak dan baik. Columbia Broadcasting System mendirikan Columbia News Service yang biayanya ditanggung oleh badan siaran. Awalnya tidak berjalan lancar. Lama kelamaan berhasil menyaingi Kantor berita suratkabar, dengan menjual berita lebih murah. Keadaannya berbalik banyak perusahaan suratkabar yang meminta ijin memuat berita-berita dari kantor berota radio. Surat-suratkabar besar tentu saja merasa terpukul. Walau demikian, keduanya menyadari keadaan ini tidak boleh dibiarkan berlangsung lama dan berlarut. Suatu keputusan telah dihasilkan yakni mendirikan Press Radio Bureau.

Sebagai usaha bersama, ditentukan bahwa kantor berita tersebut menyediakan berita terbatas bagi radio dengan harga tertentu. Tentu saja tidak menyenangkan pihak radio, sehingga Press Radio Bureu ini hanya bertahan hingga tahun 1938.

Pada tahun 1938 itu, ternyata banyak pengusaha suratkabar hampir sepertiganya mendirikan stasion radio. Dengan demikian antara radio dan suratkabar tidak ada persaingan lagi, bahkan saling mengisi dan saling memajukan. Sejak itu tidak saja acara-acara radio yang dimuat di suratkabar, melainkan juga petikan-petikan berita penting yang akan dimuat suratkabar keesokan harinya disiarkan di radio. Cara demikian menimbulkan selera pada publik untuk membaca suatu berita selengkapnya.

Dahulu berkomunikasi memerlukan waktu dan tidak cepat mendapat respon. Sekarang, seiring perkembangan teknologi, media baru muncul sebagai alternatif yang digunakan masyarakat yang hemat waktu, mudah dan efektif. Masyarakat mulai tenggelam dalam dunia yang dipenuhi oleh media. Dalam Media Now (2009) kehadiran teknologi media menjadikan konvergensi (titik temu) teknologi media, telekomunikasi, dan komputer. Teknologi mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Yang tadinya orang hanya membaca suratkabar, kini beralih ke media *online* yang lebih murah dan media ini mudah diakses bahkan dapat dibaca lewat *hand phone*.

Buku *Understanding Media–The Extensions of Man* (Marshall McLuhan,1999), mengatakan “ medium is message” (pesan media ya media itu sendiri). McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia dan media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media menciptakan dan mempengaruhi kehidupan manusia sebagai individu dan masyarakat. Hal ini juga yang menjadikan globalisasi. Sehingga McLuhan menyampaikan **Teori** **Determinime Teknologi** yang menuai kritik dan berbagai tuduhan, ia melebih-lebihkan pengaruh media. Contoh bahwa benar media berpengaruh, enam atau tujuh tahun yang lalu, internet masih merupakan barang baru tetapi sekarang, bagi yang tidak tahu menggunakan internet akan di anggap gaptek (gagap teknologi), manusia jadul (jaman dulu).

Oleh karena itu keduanya radio dan suratkabar dapat hidup saling mengisi dan berdampingan. Namun kenyataannya media cetak menghadapi persaingan cukup berat, dengan demikian media cetak harus mencari jalan keluar untuk mengatasi kecepatan pemberitaan media elektronik tersebut, disinilah diperlukan jenis tulisan *Feature*. Adanya *Feature* dapat dikatakan sejak adanya suratkabar. Dan perkembangan selanjutnya dalam media radio dan televisipun telah ada *Feature udara.* Tulisan jenis inilah yang perlu ditingkatkan.

Dengan adanya suratkabar, radio, televisi, dan film yang hidup saling berdampingan, maka teknik penyajianpun dituntut untuk meningkat pula. Teknik jurnalistikpun makin lama makin berkembang. Seorang wartawan dari media apapun dituntut untuk makin meningkatkan ketrampilannya untuk dapat menyampaikan pesannya kepada masyarakat.

Dari keadaan tersebut lahirlah *Jurnalisme modern***,** mengapa di dunia yang fana ini mesti lahir yang namanya jurnalisme modern. Dan jangan dicampurkan dengan pers modern. Sebab bisa saja persnya modern atau bahkan super modern, tetapi jurnalistiknya masih kuno. Sebaiknya adalah pers dan jurnalistiknya berjalan seiring. Sebab ibarat pers itu badannya, maka jurnalistik itu jiwanya nyawanya.Jadi jurnalisme itu adalah suatu proses yang memberi hidup kepada organ pers. Jurnalistik sebagai proses rohaniah, yang meliputi pikiran dan perasaan untuk persnya. Dapat dikatakan seperti jasmani dan rohani.

Kalau rohani sakit, atau bermasalah, tentu saja badan juga jadi sakit. Begitu pula, kalau badan lagi sakit, tentu saja akan mempengaruhi kesehatan rohaninya. Dan pers sebagai perwujudan badan, dapat saja mati kalau sudah sampai ajalnya. Tetapi jiwanya, semangatnya, ide-idenya masih tetap hidup menjiwai orang-orang yang masih hidup. Dalam cerita orang yang berkecimpung di dunia filsafat, filosofi Soecrates mati karena harus minum racun. Tetapi pikirannya, filsafatnya, idenya, masih tetap hidup sampai sekarang, bahkan bagi orang filsafat, sampai kapanpun, selama dunia ini berkembang filsafat itu masih tetap ada. Demikian juga pers atau suratkabar. Mungkin saja suatu penerbitan pers pada suatu ketika harus mengakhiri penerbitannnya. Baik secara alami ataupun non alami, tetapi misi yang dibawanya, apabila memang membawa ide-ide yang baik, ia akan tetap hidup di tengah masyarakat.

Ciri yang paling hakiki dari pers dan jurnalistik adalah ide-idenya itu. Atau idealismenya dalam kerja jurnalistik itulah sebenarnya yang menentukan tinggi atau rendahnya nilai pers. Pers tanpa idealisme jurnalisnya, mungkin akan sama saja dengan orang buta tanpa tongkat. Sebagai perusahaan, akan sama saja dengan perusahaan-perusahaan lainnya, sama dengan pabrik-pabrik lainnya. Maka sering timbul problematika. Pers untuk dapat hidup harus diolah sebagai suatu usaha. Sedangkan jurnalistik, sebagai “jiwa” pers, harus memiliki suatu idealisme itu sendiri belum tentu disenangi oleh masyarakat pembacanya. Disinilah maka pers berdiri seimbang. Mau kemana? ke komersial murni, artinya menuruti saja kehendak pembeli, atau idealisme saja, dengan resiko tidak dibeli orang. Kalau tidak kuat-kuat imannya, seseorang dapat merubah perusahaan pers menjadi perusahaan biasa, maka hilanglah idealisme.

Dalam dunia jurnalistik dikenal beberapa macam tulisan dalam pemberitaan, yaitu:

***Straight News* :**  berita langsung dalam arti apa adanya atau berita lugas yang ditulis secara singkat, bukan sebuah analisa. Disebut juga dengan *Matter of fact news.*

***Depth News*  atau *Depth Reporting.***  Berita yang mendalam atau laporan berita yang mendalam yang dikembangkan oleh wartawannya dengan pendalaman-pendalaman hal-hal yang belum terungkap atau di bawah suatu permukaan.

***Investigation-news***. Berita yang dikembangkan berdasarkan hasil penelitian atau penyelidikan seorang wartawan/penulis dari berbagai sumber.

***Interpretative News.*** Berita yang dikembangkan dengan opini atau pendapat dari wartawan atau penulisnya.

***Opinion News***. Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, akhli/pakar, pejabat, dan lain-lain, mengenai suatu hal, peristiwa, keadaan politik, dan sebagainya yang berhubungan dengan keadaan atau peristiwa yang sedang terjadi.

***Tajuk Rencana*** tulisan mengenai fakta dan opini secara singkat, logis, menarik, untuk mempengaruhi pendapat atau memberikan interpretasi terhadap suatu

Dari bentuk-bentuk tulisan jurnalistik di atas, maka akan lahirlah sebuah bentuk tulisan bergaya *Feature*. Untuk mengetahui, apakah *Feature* itu, baik disimak keterangan di bawah ini.

Kalau straight news adalah sajian jurnalistik yang bersifat “*to the point*”, maka perlu bagi para pembaca yang serba mau cepat, sedangkan features adalah bacaan relaks. Setelah para pembaca dibuat berkerut wajah membaca kelaparan di Sudan, perang di Lebanon, dan banjir di Bangladesh, lalu dihidangi dengan bacaan ringan yang disebut features. Suatu bacaan yang enteng, tetapi berisi informasi yang berguna. Fetures penuh human interest. Selain menghibur dan informatif juga diwarnai rasa pribadi penulisnya.

Alasan lain, karena persaingan dengan media elektronik, terutama radio, dalam tugasnya memberikan informasi haruslah dapat menarik perhatian. Tanpa unsur menarik perhatian, fungsi suratkabar tersebut tidak akan tercapai. Oleh karena itu sajiannya haruslah memuat hal-hal yang bersifat ringan dan juga menghibur untuk mengimbangi berita-berita berat. Dengan demikian suratkabar ini akan memperoleh jumlah pembaca yang cukup banyak, yang juga berarti jangkauan suratkabar ini bertambah luas.

Wolseley and Campbell meng­atakan :feature ialah : "racikan selat atau cuci mulut dalam rangkaian hidangan jurnalistik sekedar santapan ekstra agar makanan yang berat-­berat lebih nyaman; tentu saja tidak selamanya feature itu berupa human interest. Sering-sering merupakan cerita Sejarah yang panjang atau interview mengenai pribadi seseorang. Tapi tujuan dan hasilnya sa­ma". Oleh karena itu menjadi jelas feature sebagai "selingan"; baginya tidak menjadi persoalan apakah selingan itu untuk sebelum membaca artikel atau berita berat, ataukah diperuntukkan dibaca akhir/setelah membaca berita yang berat itu. Oleh karen itu, jika suratkabar tanpa tulisan ringan, maka akan membosankan dan menegangkan pembaca

***Feature*** diterjemahkan dengan **karangan khas.**  Menurut kamus, *Feature* berarti bagian, mutu, atau sifat paling menonjol dan luar biasa dari sesuatu. Arti lainnya ialah suatu tulisan khusus berupa artikel dan lain-lain dalam suratkabar atau majalah yang biasanya disajikan secara menonjol.

Hasil karya jurnalistik dibedakan secara garis besar dalam dua jenis, yakni berita lempang/lugas (staight news) dan karangan khas yang juga disebut *feature.* Sampai batas tertentu tergantung dari tujuan dan titik tolaknya. Kekhasnnya mirip dengan berita karena keduanya menyangkut fakta dan juga waktu (unsur when dalam berita, terutama untuk tulisan yang dimksudkan sebagai rangkuman dari berita-berita yang disiarkan sebelumnya). Tapi pada umumnya karangan khas bersifat tak terlalu terikat dengan waktu (*timeless)*.

Selanjutnya, Umar Nur Zain (1992) menyebutkan bahwa features dalam arti sempit merupakan tulisan khas yang sifatnya bisa menghibur, mendidik, dan memberikan informasi dan sebagainya mengenai aspek kehidupan dengan gaya yang bervariasi. Sedangkan dalam pengertian yang luas, features merupakan tulisan di luar berita, bisa berupa tulisan ringan, tulisan berat, tajuk rencana, tulisan opini, sketsa, la­poran pandangan mata, dan sebagainya.

Bertolak dari beberapa pendapat mengenai pengertian fea­tures di atas dapat diambil kesimpulan, bahwa *features adalah tulisan yang membicarakan tentang sesuatu yang ada kaitannya dengan sumber berita, yang disajikan dengan gaya yang khas, se hingga mengandung nilai berita dan nilai estetik.*

Berdasarkan rumusan itu, kita dapat lebih memahami pengertian features dengan memperhatikan ciri-ciri pokok yang melekat padanya. Ciri-ciri pokok itu ialah (1) features mempunyai hubungan bentuk dengan berita, yakni bertolak dari fakta atau peristiwa yang terjadi dalam kehidupan nyata, namun penulisannya tidak terikat dengan teknik penulisan berita; (2) features mempunyai hubungan bentuk dengan karya sastra, khususnya fiksi karena sajiannya yang me­ngandung nilai estetik, namun tidak sepenuhnya mengikuti sifat karya fiksi yang berakar pada rekaan; dan (3) karena mempunyai kaitan dengan berita dan sastra, features me­ngandung unsur informasi, hiburan, dan pendidikan.

Dengan demikian, features berada di antara karya tulis berita dan karya tulis fiksi. Untuk lebih memahami hakikat stuktur features, sebaiknya diperhatikan perbandingan, per­samaan dan perbedaan, features dengan berita, dan features dengan fiksi.

Kembali kepada karangan khas, ada yang beranggapan kalau karangan itu sebagai hasil ciptaan atau kreasi seseorang itu sendiri yang berdasarkan imajinasi atau khayalan sendiri. Sedangkan tulisan atau karya tulis yang ditulis oleh penulis berdasarkan laporan ilmiah, penelitian, gagasan orang lain. Sementara *Feature* bukan khayalan tetapi kenyataan. Walaupun demikian *Feature* dapat diartikan sebagai karangan khas atau tulisan khas.

## *Feature* adalah tulisan Jurnalistik

Untuk menghasilkan sebuah *Feature*, maka semua syarat, ciri ataupun dasar-dasar jurnalistik harus terdapat di dalamnya. Meskipun sama-sama tulisan jurnalistik, namun masih dapat dibedakan dengan bentuk-bentuk tulisan jurnalistik, seperti yang dijelaskan sebelumnya. Disini dapat dibedakan dengan tulisan-tulisan lainnya.