

PROSES PEMBUATAN ARTIKEL BERITA DI MEDIA SOSIAL VF DIGITAL INDONESIA

Aulya Nursafira

Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Jl. Fatahillah, Watubelah Kec.
Sumber, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45611

Corresponding author's email: sfraulya@gmail.com

Submitted: 10 Februari 2021 | Accepted: 20 Maret 2021 | Published: 28 April 2021

P-ISSN 2686-0376 | E-ISSN 2714-6626 |

Website: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/SWA/index>

Abstract

In a digital world, information and entertainment are easier to obtain. The widespread use of the internet and social media, now everyone can access information anytime and anywhere. Not only in the field of information and entertainment, in the field of marketing and advertising now everything is digital. The research was conducted at a digital company in Cirebon, VF Digital Indonesia. The formulation of the problem is how the process of making news articles at VF Digital Indonesia starts from searching for news to the uploading process on websites and social media. The manufacturing process has several stages that are not too long but require more attention. Starting from the search and topic determination, editing, then the upload process on the website and social media. This research uses observation, interviews and documentation research methods with a qualitative approach.

Keywords: digital media, copywriting, news writing

Abstrak

Di dunia yang serba digital informasi dan hiburan menjadi lebih mudah diperoleh. Maraknya penggunaan internet dan media sosial, kini semua orang dapat mengakses informasi kapanpun dan dimanapun. Tidak hanya di bidang informasi dan hiburan, dalam bidang pemasaran dan periklanan pun sekarang serba digital. Penelitian dilakukan di sebuah perusahaan digital di Cirebon, VF Digital Indonesia. Rumusan masalahnya adalah bagaimana proses pembuatan artikel berita di VF Digital Indonesia mulai dari pencarian berita hingga proses pengunggahan di *website* dan media sosial. Proses pembuatan memiliki beberapa tahapan yang tidak terlalu panjang namun membutuhkan perhatian lebih. Dimulai dari pencarian dan penentuan topik, penyuntingan, lalu proses unggah di *website* dan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pendekatan kualitatif.

Kata kunci: digital media, copywriting, penulisan berita

A. Pendahuluan

Dalam dunia yang serba digital ini, informasi dan hiburan lebih menjadi lebih mudah diperoleh. Bukan hanya surat kabar serta majalah atau apapun media informasi cetak yang keberadaannya sudah mulai kurang diminati, kini bahkan acara televisi pun sudah dapat ditonton secara legal di layanan *streaming* internet.

Maraknya penggunaan internet dan media sosial, kini semua orang dapat mengakses informasi kapanpun dan dimanapun secara berkala. Tidak hanya di bidang informasi dan hiburan, dalam bidang pemasaran dan periklanan pun sekarang serba digital.

Dari sekian banyaknya perusahaan digital di Cirebon, penulis berkesempatan melaksanakan penelitian di VF Digital Indonesia. VF Digital adalah sebuah perusahaan digital yang bergerak di bidang jasa. VF Digital memiliki banyak program dan produk yang bisa ditawarkan dalam membantu mitra usaha untuk mengembangkannya bisnis mereka. Antara lain produk digital marketing yang memungkinkan produk para klien untuk dikemas secara menarik dan dipasarkan melalui pasar digital. Selain itu VF Digital juga memiliki kanal YouTube, halaman Facebook, akun Instagram serta website untuk menunggah artikel dan berita secara lengkap dan diunggah pada laman sosial media sebagai upaya untuk meningkatkan *engagement* atau bisa juga disebut sebagai upaya meningkatkan tingkat interaksi di sosial media.

B. Tinjauan Pustaka

a. *Copywriting*.

Menurut Agustrijanto (2001), *copywriting* adalah tulisan dengan ragam gaya dan pendekatan yang dihasilkan dengan cara kerja keras melalui perencanaan dan kerjasama dengan klien, staf legal, *account executive*, peneliti dan juga direktur seni. *Copywriting* merupakan suatu karya tulisan dalam bentuk karangan-karangan iklan yang dibuat semenarik mungkin. *Copywriting* merupakan dapur dari periklanan yang mempunyai peran berarti dalam menciptakan karya kampanye iklan, serta kaya akan pesan-pesan penjualan yang menarik. Tujuan *copywriter* adalah

membentuk perilaku pembeli, terpenuhinya pesan penjualan, serta membuat atau membujuk konsumen agar tertarik dengan produk yang diiklankan.

b. Jurnalistik

Menurut Junaedhie (1991) jurnalistik adalah suatu kegiatan dalam komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita atau ulasan mengenai berbagai hal atau peristiwa sehari-hari yang bersifat umum dan hangat, dalam waktu yang secepat-cepatnya. Lebih lanjut dikemukakan bahwa jurnalistik adalah suatu bidang profesi yang menyajikan informasi tentang kejadian sehari-hari, secara berkala dengan menggunakan sarana media massa yang ada. Ada beberapa jenis-jenis dalam jurnalistik yaitu jurnalistik cetak, jurnalistik elektronik, dan jurnalistik online. Jurnalistik online yaitu jurnalistik yang menggunakan internet sebagai media publikasi yang dikenal dengan sebutan media online, media daring, media siber, situs berita, atau portal berita (news portal). Dalam hal ini, VF Media menggunakan jurnalistik online sebagai acuannya. Di jurnalistik online pun masih dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1) *Social Media Journalism* (Jurnalisme Media Sosial).

Jurnalisme Media Sosial adalah jurnalistik yang menjadikan media sosial sebagai sumber berita dan/atau menjadikan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram sebagai media publikasi

2) *Clickbait Journalism* (Jurnalisme Umpan Klik).

Jurnalisme Umpan Klik yaitu jurnalisme yang dipraktikkan media online (situs berita) dengan membuat judul-judul yang memancing klik dari pengguna internet. Jurnalisme Umpan Klik membuat judul-judul berita yang membuat penasaran pembaca.

3) *Mobile Journalism* (Jurnalisme Seluler).

Mobile Journalism --disingkat Mojo-- yaitu jurnalisme yang proses peliputan, produksi, editing, dan penyebarluasan beritanya dilakukan melalui perangkat seluler (handphone/smartphone).

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Terkait penelitian ini penulis berkesempatan untuk melakukan observasi dan wawancara sekaligus melaksanakan kegiatan

magang di VF Digital selama kurang lebih satu bulan. Lokasi penelitian berada di kantor VF Digital Indonesia, Perum, Kota Cirebon, Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan artikel berita di media social VF Digital serta untuk memenuhi tugas mata kuliah PKL Jurnalistik. Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti adalah melakukan observasi serta terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data serta melakukan wawancara dengan pegawai terkait serta dokumentasi dengan pendekatan kualitatif.

D. Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti membahas hasil dari temuan yang peneliti lakukan selama kurang lebih satu bulan. Adapun yang akan dibahas adalah menjelaskan bagaimana proses pembuatan berita di VF Digital dari awal hingga akhirnya diunggah di sosial media.

1. Proses Penentuan Topik

Setiap harinya, VF Digital rutin mengunggah sekitar 4-6 artikel berita yang dibagi menjadi beberapa *section*. VF Digital memiliki 2 *website* yang digunakan sebagai portal berita *online*, yang pertama adalah web khusus teknologi dan yang kedua web khusus entertainment dan berita viral. Pada tahap proses penentuan topik, *writer* diminta untuk mencari kabar ataupun informasi yang sedang hangat bahkan viral serta menarik untuk ‘diangkat’, kemudian mengolahnya menjadi sebuah artikel dan berita berdasarkan fakta yang ada dan dari sumber yang terpercaya. Untuk artikel mengenai teknologi, *writer* biasanya mencari data dan faktanya melalui portal berita luar negeri. Bukan hanya berita langsung, *writer* juga diminta untuk menulis sebuah artikel *feature* dengan topik yang masih berkaitan dengan *section* yang telah tersedia. Pada saat itu peneliti sempat menulis artikel *feature* yang kemudian diunggah di website dan juga sosial media.

1. Proses *Editing*

Setelah proses penulisan telah selesai, *writer* diminta untuk menyerahkan hasil penulisan kepada editor. Editor disini bertugas untuk menyunting naskah berita di SEO. SEO adalah singkatan dari *Search Engine Optimization*. SEO adalah sebuah fitur yang disediakan oleh Google untuk mengoptimalkan sebuah website agar berita yang ditulis dapat muncul di halaman atas dan

dapat mudah ditemui saat mencari kata kunci topik yang berkaitan. Editor harus berupaya menyunting dan memaksimalkan artikel berita yang ditulis oleh *writer* agar dapat diunggah sesuai dengan arahan dan ketentuan yang disarankan oleh SEO dengan harapan artikel berita tersebut dapat muncul dan dilihat oleh banyak orang.

2. Proses Pengunggahan ke Website

Apabila tulisan sudah disunting sedemikian rupa sehingga cukup optimal untuk diunggah menurut SEO, tulisan tersebut kemudian diunggah ke website yang dimiliki oleh VF Digital. Tidak hanya asal unggah, editor juga perlu menentukan kata kunci yang tepat untuk disematkan ke dalam berita sehingga berita dapat dengan mudah ditemukan dan website dapat terorganisir. Bukan hanya itu, editor juga menyematkan foto serta thumbnail berita yang telah dibuat dan disunting oleh bagian desain agar berita dapat lebih menarik dengan adanya gambaran visual.

3. Proses Pengunggahan ke Media Sosial

Unggahan ke media sosial tidak perlu panjang dan detail seperti yang diunggah di website. Unggahan di akun Instagram berbeda konsep dengan unggahan website karena Instagram dibuat untuk melihat visual dan foto, maka dari itu berita dikemas dalam bentuk foto dengan thumbnail yang menarik sehingga para pembaca tertarik bahkan hanya untuk sekadar melirik. Lalu dalam *caption* Instagram, disematkan *link* berita yang diunggah di website untuk informasi lebih rinci.

E. Kesimpulan

Menurut Agustrijanto (2001), *copywriting* adalah tulisan dengan ragam gaya dan pendekatan yang dihasilkan dengan cara kerja keras melalui perencanaan dan kerjasama dengan klien, staf legal, *account executive*, peneliti dan juga direktur seni. *Copywriting* merupakan suatu karya tulisan dalam bentuk karangan-karangan iklan yang dibuat semenarik mungkin. Proses pembuatan artikel berita di VF Digital memiliki beberapa tahapan yang tidak panjang namun tidak terlalu singkat pula. Dibutuhkan kemampuan *writer* untuk selalu *up-to-date* dengan lingkungan sekitar sehingga VF Digital tidak kalah saing maupun ketinggalan dengan portal berita lainnya. Tidak hanya itu editor juga diharuskan memiliki kemampuan yang baik untuk

menyunting agar berita yang diunggah dapat dengan mudah ditemukan sehingga menarik banyak pembaca dan meningkatkan *engagement website* maupun sosial media.

Daftar Pustaka

Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Agustrijanto. 2001. *Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Djen Amar, M. 1984. *Hukum Komunikasi Jurnalistik*. Bandung: Penerbit Alumni.

Junaedhie Kurniawan. 1991. *Ensiklopedi Pers Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Romli, Asep Syamsul. 2013. *M. Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendikia Bandung.