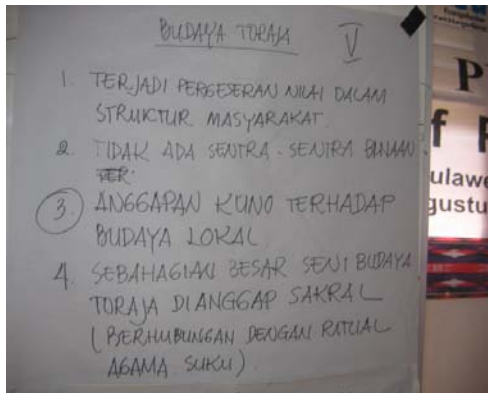


Seri Pendidikan "Media, Komunikasi dan Kebudayaan"

JURUS MENULIS DAN MENGELOLA MEDIA KOMUNITAS



YAKOMA-PGI

Jurus Menulis dan Mengelola Media Komunitas
(Seri Pendidikan "Media, Komunikasi dan Kebudayaan")
ISBN :

Penyunting : Rainy MP Hutabarat

Desain dan foto sampul, tata letak oleh : Sehati Christin Marpaung

© 2010 YAKOMA-PGI

Diterbitkan oleh : YAKOMA-PGI

Jl. Cempaka Putih Timur XI No. 26, Jakarta 10510, Telp 021-4205623, Faks.021-4253379

Email : yakoma@cbn.net.id, website: www.yakomapgi.org

Kata Pengantar

Dari pengalaman-pengalaman YAKOMA-PGI selama sekitar dua dasawarsa dalam menyelenggarakan lokakarya/pelatihan pengelolaan media komunitas termasuk media gereja dan jurnalistik berperspektif, diketahui bahwa bahan-bahan bacaan sederhana yang bersifat pengenalan bagi para penulis pemula dan pekerja media pemula di daerah-daerah di tanah air terbilang langka. Panduan menulis dan mengelola media yang umumnya beredar dirasakan masih terlalu berat bagi para penulis dan pekerja media komunitas yang tergolong baru memulai.

Para penulis pemula umumnya masih harus menghadapi kendala-kendala yang bagi para penulis "senior" dianggap bukan lagi masalah atau "remeh-temeh". Dari lokakarya/pelatihan penulisan yang diselenggarakan oleh YAKOMA-PGI diketahui kesulitan-kesulitan yang dihadapi para penulis pemula antara lain: tidak percaya diri, tidak ada *mood* (suasana hati), merasa miskin bahasa, sulit memulai kalimat pertama, tidak ada gagasan, tidak menguasai persoalan yang ingin ditulis, kurang referensi dan membaca, dan seterusnya.

Karena itu, buku panduan "Juris Menulis dan Mengelola Media Komunitas" ini, tak hanya menyajikan langkah-langkah praktis, tetapi juga menumbuhkan motivasi menulis dan percaya diri. Bahwa menulis itu suatu kecakapan yang bisa dilatih terus-menerus. Bahwa untuk menjadi penulis yang baik diperlukan hanya 10 persen bakat dan 90 persen keringat.

Tulisan-tulisan yang disajikan tak semata memaparkan hal-hwal teknis, pengetahuan dan informasi seputar menulis seperti ragam bentuk tulisan, jurus-jurus menyajikan tulisan kreatif dan "perlu" (meminjam sebuah iklan media nasional), bagaimana mengelola sebuah media komunitas yang sederhana namun dibutuhkan warganya, melainkan juga menumbuhkan motivasi menulis, menggali alasan-alasan mengapa seseorang perlu menulis dan mengembangkan rasa percaya diri para penulis pemula.

Sebenarnya, tulisan-tulisan dalam terbitan ini bukanlah baru. YAKOMA-PGI hanya mencoba menggabungkan dua terbitan (monograf) sebelumnya, masing-masing bertajuk "Juris-juris Menulis, Agar Tulisan Tidak Kering" dan "Mengelola Media Komunitas" menjadi satu terbitan. Ini dilakukan karena alasan-alasan praktis maupun isi yang saling bersangkutan-paut. Diharapkan, dengan menyatukan dua terbitan terdahulu para pembaca -- khususnya para penulis pemula dan pekerja media komunitas, atau siapa saja yang ingin mengetahui lebih jauh jurus-juris menulis secara kreatif dan mengelola media komunitas -- mendapatkan informasi yang lebih lengkap.

Satu-satunya tulisan baru dalam terbitan ini bertajuk "Memahami Media dan Pluralisme". Tema pluralisme dijadikan acuan penulisan dan pengelolaan media mengingat peran strategis media dan tulisan dalam membentuk opini publik, menyanyikan informasi, membentuk nilai-nilai dan mengubah perilaku. Pluralisme, yang secara sederhana berarti penerimaan dan pengakuan akan keragaman dan perbedaan budaya, ras, agama, jenis kelamin dan orientasi seksual, pandangan politik, serta identitas sosial lainnya termasuk difabel (*different ability*), dipandang perlu disebarkan sebagai bagian dari upaya-upaya memupuk dan mengembangkan perdamaian, dan pada gilirannya ikut mengatasi *culture of violence*.

Akhir kata, kami merasa terhormat bisa menyajikan terbitan ini ke hadapan pembaca sekalian, dan kiranya kami boleh ikut mengembangkan budaya menulis, media komunitas dan budaya damai.

Penyunting

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	1
Daftar Isi.....	2
Memahami Media dan Pluralisme.....	3
Mengapa Saya Menulis dan Bagaiman Mennjadi Penulis Yang Baik dan Produktif.....	6
Menulis Itu “Susah-Susah Gampang”	12
Kiat Menulis di Media Massa.....	19
Agar Tulisan Tak Kering.....	22
Jurus Menyiapkan Tulisan Perkisahan.....	25
Menguatkan Umat Lewat Media Komunitas Gereja.....	28
Menulis Hasil Reportase.....	32
Merancang Terbitan Komunitas.....	41
Mekanisme Kerja Terbitan Komunitas.....	44

Memahami Media dan Pluralisme

Oleh Rainy MP Hutabarat

1. Apakah pluralisme itu?



Pluralisme adalah pengakuan, penerimaan dan keterbukaan terhadap keragaman dan perbedaan terhadap sesama yang berlainan agama, ras, suku, bangsa, seks dan orientasi seksual, serta identitas sosial lainnya. Pluralisme meyakini bahwa keragaman dan perbedaan itu adalah kekayaan dan bernilai baik. Pluralisme tak semata-mata mengakui dan menerima keragaman dan perbedaan, melainkan juga memberi kebebasan bagi masing-masing budaya untuk mengembangkan dirinya. Karena itu pluralisme adalah sikap yang mendukung kehidupan (*pro life*) didalam keragaman dan perbedaannya; lebih dari sekadar sikap toleransi.

2. Mengapa pluralisme penting?

Indonesia adalah negara dengan masyarakat paling majemuk di dunia, terdiri dari sekitar 500 suku dengan tradisi yang berbeda-beda dan tersebar di 7000 pulau dari Sabang hingga Merauke. Di samping keragaman budaya yang sangat majemuk dan kondisi geografis yang tersekar, Indonesia juga memiliki keragaman agama.

Kondisi ini membuat Indonesia rentan terhadap bencana konflik sosial berbasis identitas. Jika tidak dikelola dengan bijak, terencana dan berkelanjutan serta terukur, Indonesia akan terus tersulut oleh berbagai konflik sosial.

Salah satu persoalan yang muncul pada era otonomi daerah dan demokratisasi adalah bangkitnya semangat kedaerahan yang tidak sehat, antara lain isu “putra daerah” dalam Pilkada, dan juga produk-produk legislasi bernuansa agama. Pada era Orde Baru, sentralisasi kekuasaan dengan sendirinya meredam emosi-emosi kedaerahan dan agama di bawah jargon “kesatuan dan persatuan” dan “stabilitas dan keamanan”. Keragaman budaya diakui namun tidak diberi ruang untuk berkembang dan saling berinteraksi. Budaya-budaya etnis menjadi marjinal, hanya hidup di lingkungan pendukungnya saja atau dimanfaatkan untuk kebutuhan seremonial pemerintah dan pariwisata. Agama-agama dipantau dan dikontrol gerak-geriknya. Sebagai gantinya, simbol-simbol dan wacana politis seperti warna kuning dan indoktrinasi P4, dan budaya seragam batik, Jawanisasi bahasa dan dialek dikembangkan untuk pelanggaran kekuasaan dan penyeragaman. Pada era Reformasi, pluralism diterima, diakui dan diberi ruang untuk berkembang. Namun, belum dikembangkan kebijakan-kebijakan dan strategi-strategi jangka pendek dan jangka panjang yang terencana, sistematis, berkelanjutan serta terukur terkait pluralisme dalam kehidupan

bernegara dan berbangsa. Disahkannya produk-produk legislasi yang bias agama maupun budaya berupa Perda-perda dan Undang-undang justru dapat memicu dan melanggengkan sekta-rianisme dan fanatisme. Produk-produk legislasi ini memperlihatkan bahwa di era otonomi daerah dan demokratisasi, pemerintah belum memikirkan perekat-perekat baru untuk memupuk rasa keindonesiaan dan mengantisipasi bahwa pluralitas dan perbedaan dapat berkembang menjadi bencana berupa konflik social berbasis identitas.

3. Peran Media

Media kini menjadi salah satu kekuatan yang membentuk opini publik, termasuk komunitas agama, dan sumber informasi. Peran (ideal) media ada tiga: informasi, pendidikan dan hiburan. Tentu saja, dalam praktiknya komposisi dari ketiga peran media tersebut disajikan dengan porsi yang berbeda-beda, bahkan ada pula yang dipinggirkan, misalnya dengan lebih menonjolkan fungsi hiburan.

Dalam keseharian, dibandingkan dengan buku-buku, masyarakat kini lebih akrab bergaul dengan media. Untuk memperoleh perbandingan kekuatan media dalam kehidupan sehari-hari seseorang, cobalah tanyakan perilaku media (*media habit*) khususnya berapa jam dalam sehari (remaja, pemuda dan orang dewasa) menghabiskan waktu menonton TV, mem-baca buku (di luar buku-buku pelajaran), membaca Kitab Suci, dan kini berinternet utamanya fesbuk dan twitter. Pengaruh media terhadap masyarakat meren-tang mulai dari gaya hidup seperti mode, pilihan makanan, bahasa dan dialek hingga nilai-nilai hidup, cara berpikir dan opini.

Media mempengaruhi masyarakat dengan beberapa cara: (1) Menghibur. Informasi atau pesan dikemas dalam

bentuk hiburan; (2) Berulang-ulang atau sosialisasi. Informasi, pesan dan nilai-nilai disiarkan secara terus-menerus sehingga terjadi pengalihan atau transfer; (3) Justifikasi. Nilai-nilai, norma-norma, pandangan hidup, kebiasaan yang ada dalam masyarakat dibenarkan dan dilanggengkan; (4) Persuasi atau provokasi. Informasi atau pesan dikemas dengan “menyulut” emosi publik terhadap suatu persoalan sosial; (5) Pengawasan. Media melakukan kontrol terhadap jalannya berbagai bentuk kekuasaan dalam masyarakat dan pemerintahan.

Tentu saja juga perlu diingat bahwa dampak media terhadap individu-individu berbeda-beda.

4. Bagaimana Media Mengkonstruksikan Pluralisme?

Untuk mengetahui bagaimana media mengkonstruksikan pluralisme, dapat disimak melalui unsur-unsur meliputi antara lain:

4.1. Konten

a) Pelabelan (stigmatisasi): Menyebut orang berbeda agama dengan kita dengan sebutan “kafir”, “orang tak beriman”, “orang yang belum percaya”. Sebaiknya: non Kristen, non Muslim, non Batak, non Toraja. Dan seterusnya.

b) Stereotipe: Ungkapan seperti “pelacur”, “kupu-kupu malam” sebaiknya diganti dengan “pekerja seks komersial”. Ungkapan lain yang mengandung stereotype adalah “wanita besi”, “makhluk lemah”, “bencong”, “banci” dan lain-lain. Dalam sinetron-sinetron dan iklan-iklan di TV maupun media cetak, stereotype meliputi

penggambaran perempuan sebagai makhluk yang cengeng, pesolek, gampang panik ketika anaknya sakit, suka sirik, dan lain-lain, sedangkan “bencong” dan “banci” adalah orang-orang yang konyol atau jadi bahan tertawaan.

- c) Interpretasi. Dalam media gereja, misalnya, teks-teks Kitab Suci ditafsirkan untuk membenarkan pandangan atau nilai yang salah, seperti pandangan bahwa non Kristen adalah “orang-orang tidak beriman” atau “perempuan adalah makhluk setingkat lebih rendah dari laki-laki.” Interpretasi juga mencakup peliputan terhadap suatu peristiwa sosial dan bagaimana temuan fakta-fakta ditafsirkan.
- d) Penghilangan: Misalnya berita foto hanya menonjolkan nama-nama para lelaki, sedangkan nama-nama perempuan yang tampak dalam foto tidak disebut (baca: perempuan tanpa nama).
- e) Deskripsi, narasi, tuturan: Paparan yang menyudutkan, meminggirkan, melecehkan orang atau komunitas yang berbeda dengan kita. Misalnya, bagaimana sesama yang berbeda suku digambarkan? Bagaimana mereka yang berbeda orientasi seksual seperti lesbian, homo-seksual digambarkan? Bagaimana agama-agama

lain dicitrakan berbeda dengan kita, apakah secara hitam-putih?

- f) Teologi / nilai yang bias. Misalnya: “Isteri boleh saja berkarir, tetapi karir tak ada gunanya kalau urusan rumah tangga belum beres. Bagaimana pun urusan rumah tangga bagi isteri mesti nomor satu.” “AIDS/HIV adalah penyakit kutukan Tuhan”, “Para lesbian dan homoseksual adalah “penderita kusta sosial”.

4.2. Organisasi Media

Organisasi media perlu menampilkan pluralitas sekurangnya dari aspek jender. Perempuan dan laki-laki diperlakukan setara berdasarkan kapasitas masing-masing dan tidak ada diskriminasi atau penjenderan kerja dalam pengelolaan media. Contoh penjenderan kerja: perempuan ditempatkan untuk mengelola rubrik-rubrik yang dianggap sebagai “bidang perempuan” seperti kesehatan dan makanan dan lelaki ditempatkan untuk mengelola bidang-bidang yang dianggap “berat” seperti politik, ekonomi dan hukum.*

Mengapa Saya Menulis dan Bagaimana Menjadi Penulis yang Baik dan Produktif

Oleh Victor Silaen

*“Banyak orang yang menderita penyakit menulis yang tidak disembuhkan.” (Juvenal)
“Qui scribit, bis legit” (Barang siapa menulis, ia membaca dua kali) (Pepatah Yunani)*

Bagi saya menulis itu ibarat investasi, yang membuat saya semakin lama semakin memiliki banyak kekayaan pengetahuan dan ilmu. Mengapa demikian? Sebab, dengan menulis, berarti saya terus-menerus berpikir. Dan untuk berpikir, saya tentu harus terlebih dulu memiliki “sesuatu” sebagai modalnya. Maka, dengan sendirinya saya juga harus terus-menerus membaca, mendengar, dan mengamati.

Pengetahuan dan ilmu itu sendiri bukan saja yang terkait dengan disiplin ilmu yang saya tekuni secara formal di bangku perguruan tinggi, tetapi juga yang saya pelajari sendiri secara otodidak (*self study*) melalui berbagai media, buku-buku, forum-forum diskusi, dan lain sebagainya. Sekaitan itu, pekerjaan menulis selain merupakan hobi bagi saya (sehingga saya berupaya untuk menulis setiap hari), ternyata juga menjadi “pohon rezeki” yang menghasilkan “buah-buah yang manis” pada waktunya kelak. Jadi, boleh dibilang, menulis itu ibarat investasi – baik secara spiritual, mental, maupun materil. Karena itu menulishlah mulai sekarang, dan jangan pernah berhenti. Sebab, selain bermanfaat untuk diri sendiri, menulis juga niscaya memberikan banyak hal yang berarti (mencerahkan, mencerdaskan, menghibur, dan lain sebagainya) untuk orang-orang lain.

Perihal Menulis

Aktivitas menulis, menurut saya, merupakan sesuatu yang hingga kini belum disikapi secara serius oleh banyak orang -- pihak dan kalangan. Lain halnya dengan berceramah, memberikan instruksi, pelatihan, dan yang sejenisnya. Padahal, sebenarnya, tulisan merupakan sesuatu yang sangat efektif sekaligus efisien dalam rangka mengajar, menyebarkan pikiran atau ide, dan dalam upaya mencerdaskan bangsa. Bahkan dalam hal-hal tertentu, sarana komunikasi tulisan ini memiliki beberapa kelebihan yang tak dimiliki oleh sarana lainnya. Ia tak terbatas oleh waktu dan tempat. Di mana saja dan kapan saja orang bisa membaca sebuah tulisan. Sementara, untuk bicara, bukankah tempat dan waktunya terbatas – termasuk pendengarnya?



Lagi pula, bukan cuma itu saja soalnya. Cobalah perhatikan orang-orang di sekitar kita, bukankah tak semua mereka suka mendengar apa yang namanya ceramah, *talk show*, dan yang semacamnya? Kalau

begitu, cara lain manakah yang sangat diandalkan untuk mengkomunikasikan “mimbar pencerahan” itu? Tulisan, itulah cara yang paling baik dan tepat. Dan dengan alasan itulah maka dibutuhkan banyak penulis (termasuk pihak penerbitnya) yang mau sungguh-sungguh terlibat dalam proyek jangka panjang pencerdasan bangsa ini.

Untuk itu, maka sebagai langkah pertama dan terutama, tumbuhkanlah keyakinan di dalam diri bahwa setiap kita bisa menulis. “Ya, Anda bisa melakukannya!” “Saya bisa melakukannya!”

Setiap orang pada dasarnya bisa menulis. Kalaupun ada masalah-masalah yang kerap menjadi hambatan, sebenarnya hanya ada dua: tidak pernah memulai dan kurang tekun berlatih. Terkait dengan itulah, maka ada beberapa hal yang penting dan perlu diperhatikan:

1. Bagaimana kita menyikapi pekerjaan menulis ini?
 - Sebagai hobi, kesenangan, minat
 - Menjadi kebiasaan, obsesi, wahana
2. Kapan waktu terbaik untuk menulis?
 - Setiap hari, setiap saat
(Tergantung pada masing- masing orang)
 - Perlu membuat target pribadi (dinamis) tentang berapa jam Anda menulis dalam sehari, berapa hari Anda menulis dalam seminggu
3. Apa yang harus ditulis?
 - Apa saja (mulai dari yang ringan sampai yang serius), pasti ada manfaatnya untuk ditulis dan kemudian dibaca orang-orang lain
 - Berita, puisi, opini, resensi buku, pengalaman atau kesaksian pribadi, dan lain-lain.

Jika Anda ingin memulainya, maka hal-hal berikut dapat menjadi masukan:

1. Pekalah terhadap keadaan sekeliling: apa yang sedang terjadi, bergolak, menjadi fenomena.
2. Berpikirlah terus-menerus, mencari ide dan gagasan.
3. Berpikirlah, apa yang bisa Anda bagikan melalui tulisan?
4. Rumuskan apa yang ingin Anda tulis secara lebih rinci dan spesifik.
5. Mulailah menulis dan menulis terus seraya membaca ulang (sediakan waktu yang banyak)
6. Miliki bank data pribadi; dari diri Anda sendiri maupun dari sumber-sumber lain.
7. Belajar membuat tulisan menjadi semakin menarik dengan membaca gaya tulisan orang-orang lain yang terkemuka.

Agar kelak dapat terbentuk menjadi penulis yang baik dan produktif, hal lain yang tak boleh dilupakan adalah menanamkan visi di dalam diri sendiri dan merumuskan misi sekaitan dengan pekerjaan menulis itu. Yang dimaksud visi secara sederhana adalah sebuah cita-cita yang jauh ke masa depan: sesuatu yang ingin dicapai, ingin diwujudkan di kemudian hari. Dari segi waktu ia diperkirakan akan lama datangnya sedangkan dari segi jarak ia masih begitu jauh. Meski demikian, setidaknya ia sudah bisa dibayangkan atau digambarkan sejak sekarang. Karena itulah, dalam bahasa Indonesia, ia disebut juga penglihatan. Tapi, ia pun bisa disamakan dengan mimpi (*dream*), yang di Amerika Serikat (AS) merupakan sesuatu yang biasa dimiliki oleh setiap orang.

Tak pelak, mimpi itu penting sekali. Ia menumbuhkan harapan, yang membuat hidup menjadi berarti untuk dijalani. Ia menimbulkan semangat untuk berjuang demi mencapainya. Ia memberikan arah bagi setiap langkah, agar tak sesat atau menyimpang di perjalanan. Berdasarkan itulah, setiap orang atau kelompok (termasuk di dalamnya adalah organisasi, lembaga, dan yang sejenisnya) hendaknya memiliki mimpi.

Lalu, apa pula yang dimaksud dengan misi, dan apa kaitannya dengan visi sehingga keduanya selalu digabung menjadi satu kesatuan? Secara sederhana, misi adalah upaya-upaya yang dilakukan dalam rangka mewujudkan atau mencapai visi. Jadi, tanpa misi, sebuah visi akan tetap merupakan mimpi sampai kapan pun.

Dalam rangka mewujudkan visi, sebagai langkah pertama tentunya harus dirumuskan dulu apa sesungguhnya yang menjadi visi kita masing-masing. Antara yang satu dengan yang lain mungkin memiliki perbedaan, entah sedikit atau banyak. Tapi, dalam konteks pekerjaan menulis, setidaknya ada satu hal yang sama, yakni menyebarluaskan pikiran-pikiran kritis dan nilai-nilai tentang kebaikan dan kebajikan, yang kiranya bermanfaat bagi masyarakat luas. Jadi, dengan menulis, setiap kita sesungguhnya dapat menjadi “garam dan terang” bagi masyarakat sekitar.

Berikut ini adalah contoh untuk Visi dan Misi dalam Penulisan:

VISI

Yang ingin saya capai untuk jangka waktu antara sepuluh sampai dua puluh tahun ke depan adalah:

1. Tulisan-tulisan saya dijadikan acuan oleh sejumlah pihak dan kalangan untuk kehidupan mereka.
2. Tulisan-tulisan saya dijadikan bahan diskusi oleh sejumlah pihak dan kalangan dalam kaitannya dengan pekerjaan mereka.
3. Tulisan-tulisan saya menumbuhkan semangat dan memberi ilham kepada sejumlah pihak dan kalangan dalam perjuangan mereka mencapai sesuatu.

MISI

Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, maka ditetapkanlah upaya-upaya semisal berikut ini:

1. Latihan menulis secara teratur, dengan berbagai variasi jenis atau formatnya;
2. Mengirim tulisan-tulisan ke berbagai media cetak, baik untuk kalangan khusus maupun umum.
3. Mengikuti acara-acara lomba menulis di berbagai aras dan kesempatan.

Perlu diingat bahwa perubahan misi bisa saja dilakukan, tentunya dengan terlebih dulu melakukan evaluasi diri dalam setiap jangka waktu tertentu. Antara misi butir pertama dengan butir-butir lainnya pun tidak mesti berdiri sendiri-sendiri (dengan kata lain, ada saling keterkaitan satu sama lain).

Satu hal yang perlu dicatat dan senantiasa diingat, berkait dengan aktivitas tulis-menulis, adalah: dengan

menulis (yang kemudian dimuat di suatu media), kita dapat menebar hal-hal yang baik dan mudah-mudahan dapat mempengaruhi sebanyak-banyaknya orang. Apalagi, mengingat sifat tulisan itu sendiri yang “tak lekang oleh waktu” (bisa dibaca kapan saja) dan “tak terbatas oleh ruang” (bisa dibaca di mana saja) serta relatif murah dan mudah membuatnya.

Sebagai penutup bagian ini, saya ingin mengatakan bahwa prinsip penting dalam menulis, apa pun bentuknya, adalah *writing is rewriting*. Juga, *less is more*, sederhana namun mencapai sasaran. Hal lain, yang tak boleh dilupakan, menulis sebenarnya juga berarti pula berlatih menulis agar lebih baik dan lebih baik lagi dalam menulis.

Menulis Tanpa Guru



Menurut Peter Elbow, profesor bahasa dan Direktur Program Menulis di University of Massa-chusetts, AS, menulis tanpa guru sebenarnya bisa dilakukan. Untuk itu, yang pertama perlu dilakukan untuk bisa menulis adalah menulis. Tuliskan apa saja yang terlintas di benak kita. Ia memberi istilah “menulis bebas” untuk tindak menuangkan apa saja yang terlintas dalam benak melalui tulisan. Menulis bebas adalah latihan yang bisa membantu untuk membiasakan diri menulis. Dalam latihan ini, orang disarankan untuk menuangkan, dalam

bentuk tulisan, apa pun yang ia pikirkan, bahkan tentang ketidakmampuannya menulis. Saat diminta menulis apa pun yang terpikirkan selama sepuluh menit dan merasa buntu, orang boleh saja hanya menuliskan kebuntuannya, kebingungannya. Dalam menulis bebas, lupakan aturan, lupakan kesalahan. Tulis dan luapkan saja secara bebas.

Tentu, menulis bebas bukan akhir dari belajar menulis. Elbow juga bicara tentang proses menulis. Ibarat tanaman, bibit-bibit menulis adalah apa yang dihasilkan dalam menulis bebas. Bibit tidak diharapkan jadi bibit selamanya, ia harus tumbuh sehingga potensi-potensinya teraktualisasi. Bibit diharapkan menjadi pohon yang rindang dan kokoh atau jadi perdu yang indah.

Begitu pula bibit tulisan. Hasil menulis bebas perlu ditumbuhkan menjadi tulisan yang menggugah, mencerahkan, memberi kenikmatan bagi pembacanya. Menulis dalam tahap ini, menurut Elbow, bukan cara mengirim pesan, tetapi cara menumbuhkan pesan. Seperti pohon, dari batang tulisan yang sudah dihasilkan, ranting-ranting pesan bisa ditumbuhkan. Lalu daun-daun kata menghiasinya, rimbun dan berwarna. Caranya: baca ulang hasil tulisan itu (*proofreading*), tegaskan topik utama, temukan bagian-bagian yang perlu dielaborasi atau dihilangkan, tentukan alinea-alinea yang perlu diperjelas, rumuskan kalimat-kalimat yang terang, serta pilih kata-kata yang mewakili pikiran dan perasaan.

Seperti seorang apoteker atau koki, penulis perlu menggodok tulisannya. Mengutip Elbow, “Pertumbuhan adalah proses yang sangat besar, evolusi seluruh organisme. Penulisan adalah proses yang lebih kecil:

pendidihan, penyeduhan, peragian, pembelahan atom.” Dengan menggodok, penulis menggerakkan mesin penumbuh tulisan. Sebuah mesin butuh energi untuk bekerja. Namun, energi saja tidak memadai untuk menggodok, apalagi saat energi yang dimiliki terbatas.

Bagi Elbow, penggodokan lebih tepat dipahami sebagai interaksi antarmateri yang berbeda atau bertentangan. Penggodokan bisa sebagai interaksi antar manusia, antaride, antara kata dan ide, antara keterlibatan dan perspektif, lebih rinci lagi interaksi antar metafora, antar mode, antara penulis dan simbol-simbol di atas kertas. Berbagai pikiran yang dipaparkan digodok dalam tulisan agar menghasilkan ide yang kuat. Ide-ide dipertemukan dan dibandingkan untuk menghasilkan tesis yang tegas. Beragam keterlibatan dan perspektif dipakai untuk menghasilkan paparan komprehensif. Lalu, berbagai metafora, mode penulisan, dan simbol diolah untuk menghasilkan kalimat-kalimat yang bernas.

Proses menulis bebas yang diikuti oleh upaya menumbuhkan dan menggodok dapat dilakukan tanpa guru, tetapi tidak tanpa interaksi dengan orang lain. Menulis adalah interaksi dan yang terpenting adalah interaksi antarmanusia, sebab dari manusialah unsur-unsur tulisan paling penting berasal. Wujud interaksi itu bisa saja dengan membaca, mendengar, menonton, dan bercakap-cakap dengan orang lain.

Menulis tanpa guru berarti menulis secara mandiri, tidak bergantung pada keberadaan guru sebagai pemberi materi, pembimbing, dan pemberi umpan balik. Namun, menulis tetaplah rangkaian interaksi, baik selama penulisan maupun sesudahnya. Pesan yang termuat dalam tulisan ditujukan kepada seseorang,

kepada pembaca. Pesan itu juga merupakan tanggapan terhadap pesan-pesan yang pernah diterima penulis.

Keberadaan orang lain tetap menjadi syarat bagi penulisan; lebih tepatnya, berinteraksi dengan orang lain. Menulis secara mandiri bukan berarti menulis dalam situasi yang terisolasi. Sebaliknya, alih, menulis secara mandiri justru mensyaratkan keterbukaan terhadap dunia. Elbow menekankan pentingnya keterbukaan pada seorang penulis, berpikiran terbuka, berjiwa terbuka.

Apa yang dipaparkan oleh Elbow merupakan gugahan kepada pembacanya untuk menjadi penulis melalui latihan menulis secara mandiri. Menulis bebas merupakan usulan cara untuk mengatasi hambatan menulis. Dengan konsep “menulis bebas”, Elbow hendak membantu orang mengatasi keengganan dan ketakutan untuk menulis. Menulis sebagai kegiatan menumbuhkan merupakan cara Elbow membantu orang menghasilkan tulisan yang utuh dan jelas. Lalu menulis sebagai penggodokan menjadi petunjuk bagi kreasi tulisan yang matang, tuntas, dan bernas.

Menulis sebagai Keterampilan



Elbow secara tersirat tetapi jelas menempatkan aktivitas menulis sebagai cara belajar menulis. Ini mengingatkan kita kepada ungkapan filsuf dan penulis Iris Murdoch,

“Hanya dengan mencintai kita dapat belajar mencintai.” Seperti mencintai, menulis adalah tindakan konkret dan praktis. Untuk dapat memiliki kemampuan itu, orang

harus melakukannya. Hanya dengan menulish kita dapat belajar menulis. Tanpa melakukannya, kita tak akan pernah mampu menulis dengan baik.

Menulis adalah keterampilan. Seperti keterampilan bersepeda, menyetir mobil, atau berenang, tanpa bersentuhan langsung dengan tindakan menulis, kita tidak akan bisa menulis. Sebagai keterampilan, menulis bisa dipelajari. Setiap orang mampu menjadi penulis. Sebab, kemampuan menulis tidak tergantung bakat – walaupun bakat diperlukan untuk “keindahan” tulisan, membuat sebuah tulisan menjadi “berseni”. Orang yang tak berbakat pun bisa jadi penulis jika ia sering berlatih menulis. Bakat adalah urusan orang-orang terpilih, segelintir orang yang mendapat berkah. Adapun kemampuan menulis diperuntukkan bagi siapa saja, tak kenal kasta, status sosial-ekonomi, tak kenal suku dan agama, tak peduli pemimpin atau bawahan.

Penulis yang baik adalah orang yang mampu menulis dengan baik kapan saja, di mana saja, dan dalam kondisi apa pun. Penulis yang baik tidak hanya mengandalkan inspirasi atau ilham. Juga tidak hanya mengandalkan mood atau suasana hati. Ia menggunakan seluruh pikiran, perasaan, dan tindakan konkretnya saat menulis. Penulis yang baik juga mampu merangsang dirinya untuk menciptakan suasana hati yang mendukungnya menulis. Ia mampu menyemangati dirinya agar dapat menulis di mana saja dan kapan saja. Ia mengolah pikiran, perasaan, dan tindakan serta dicurahkan dalam bentuk tulisan agar dapat disebarkan kepada orang lain. Penulis yang baik mau berbagi cerita dengan banyak orang lewat tulisannya. Ia adalah seorang dermawan yang mau berbagi pengetahuan dengan siapa saja.



Penulis yang baik adalah orang yang mampu menulis dengan baik kapan saja, di mana saja, dan dalam kondisi apa pun. Penulis yang baik tidak hanya mengandalkan inspirasi atau ilham. Juga tidak hanya mengandalkan mood atau suasana hati. Ia menggunakan seluruh pikiran, perasaan, dan tindakan konkretnya saat menulis.

Menulis Itu “Susah-Susah Gampang”

Oleh Victor Silaen

Sampai sekarang saya masih teringat kata-kata seorang penulis terkenal, Arswendo Atmowiloto, bahwa “menulis itu gampang”. Apa betul begitu? Sekarang, setelah relatif banyak menulis, sejak masih mahasiswa, saya dapat menjawab: “Ada betulnya juga.” Artinya, apa yang dikatakan Atmowiloto memang bukan sesuatu yang berlebihan. Menulis itu gampang, kalau kita memiliki talenta di bidang itu. Tapi, harap diingat: tak cukup hanya itu. Masih diperlukan latihan yang banyak dan ketekunan (untuk duduk berjam-jam di depan komputer), kesabaran, dan kemauan yang besar untuk selalu menyerap informasi, pengetahuan, ide atau gagasan baru, gaya-gaya baru, dan lain sebagainya, melalui ketekunan membaca (dengan cermat seraya berupaya mengingat atau menghafalnya), mendengar, dan mengamati. Di samping itu, masih ada syarat lain yang tak kalah pentingnya, yakni: topik yang hendak kita tulis itu betul-betul kita minati dan pahami. Nah, kalau semua syarat ini kita miliki, niscaya pekerjaan tulis-menulis menjadi tak sulit bagi kita.

Jadi, tak usah pusing betul dengan pertanyaan ini: apakah saya memiliki talenta menulis? Sebab, walaupun Anda memilikinya, tapi tanpa latihan yang tekun dan giat melakukan semua syarat tadi, niscaya talenta itu tak banyak manfaatnya. Sebaliknya, kalau talenta itu tak Anda miliki, tapi dengan latihan yang tekun dan giat melakukan semua syarat tadi, maka niscaya Anda

mampu menulis secara produktif dan kreatif. Walaupun tulisan Anda masih kurang indah dalam hal bahasanya, *toh* Anda bisa meminta orang lain untuk memberi masukan atau kritik. Cara lain, tak bisa tidak, Anda harus banyak-banyak “meniru” gaya-gaya tulisan orang lain yang memang bagus, lincah, dan enak dibaca.

Jadi, dalam hal ini, pengalaman memang merupakan “guru yang baik”. Artinya, kalau mau menjadi penulis yang baik, maka Anda memerlukan waktu dan proses pembentukan untuk itu. Tak cukup hanya satu dua tulisan dan setahun dua tahun berlatih, tetapi puluhan tulisan dan lebih dari lima tahun latihan. Walaupun Anda sudah memiliki pengalaman seperti itu, lakukanlah terus dan terus lagi, karena pekerjaan tulis-menulis memang merupakan sesuatu yang dinamis sifatnya.

Namun, bukankah penilaian bahwa Anda adalah “penulis yang baik” itu diberikan oleh orang-orang lain dan bukan oleh diri sendiri? Karena itu, maka tulisan-tulisan Anda pun haruslah dimuat (syarat publikasi), agar orang-orang lain yang membacanya kemudian memberikan komentar atas tulisan-tulisan tersebut. Jadi, jangan hanya menulis lalu menyimpannya. Cobalah kirimkan ke media-media cetak (harian, majalah, jurnal, dan lain sebagainya). Mulailah dengan media-media yang menurut Anda “agak mudah” ditembus atau berpeluang besar untuk memuat tulisan Anda. Dan jangan sekali-kali merasa putus-asa kalau tulisan Anda belum juga dimuat. Barangkali soalnya

adalah karena masih menunggu momen yang tepat atau sedang antre (karena banyaknya tulisan yang dikirim). Kalau perlu, tak ada salahnya Anda menanyakan langsung ke redaktur media yang bersangkutan, seraya memperbaiki dan menyempurnakan tulisan Anda.

Atau, cobalah kirim ke media lainnya. Begitu seterusnya. Pokoknya, jangan lekas putus asa. Ingatlah bahwa “keberhasilan tak diraih hanya dalam waktu semalam”.

Mencari dan Menggali Ide



Sebuah ide bisa dicari dari sumber mana saja. Misalnya saja, langkah pertama, dengan cara banyak membaca, menonton, mendengar, mengamati, dan menyaksikan, yang kesemuanya itu harus dilakukan secara cermat seraya berupaya mengingat-ingat atau menghafal bagian-bagian tertentu yang sangat Anda sukai atau menarik atau menggelitik. Setelah ide tersebut didapat, catatlah baik-baik (supaya jangan lupa atau terlupakan karena belum sempat digali lebih jauh).

Langkah kedua, carilah informasi lebih jauh atau lebih banyak tentang hal-hal yang berkaitan dengan itu. Sumbernya, biasanya, harus dari bahan-bahan tertulis (buku, jurnal, media massa, dan lain sebagainya). Ini penting sebagai upaya memperkaya ide tadi, sebelum akhirnya Anda memutuskan untuk mengangkatnya menjadi sebuah tulisan utuh.

Ketika Anda akhirnya memulai untuk menulis, maka sebagai langkah sederhana Anda cukup melakukan apa yang disebut “kompilasi” yang ditambahi dengan ulasan atau komentar atau pendapat sendiri. Kalau semua hal ini sudah dilakukan, maka hasilnya dapat dianggap sebagai “tulisan jadi” yang hanya tinggal dipoles di sana-sini saja. Untuk hasil yang terbaik, di saat menulis, sebaiknya Anda dalam kondisi yang benar-benar prima.

Memilih Judul

Sebelum membuat judul, tentukanlah terlebih dulu topik yang Anda minati (yang menarik, menggelitik, membuat penasaran, dan yang sejenisnya). Topik itu sendiri hendaknya sesuatu yang betul-betul Anda pahami. Itu berarti, Anda bukan saja harus mengertinya secara mendetil dan mendalam, tetapi juga memiliki bahan-bahan literatur (referensi) yang memadai untuk itu.

Untuk tulisan ilmiah (termasuk ilmiah populer), haruslah diingat sebuah prinsip penting, bahwa judul tulisan harus mencerminkan masalah yang dibahas, dan karena itulah maka judul tersebut lazimnya terdiri atas kalimat atau kata-kata yang agak panjang. Dengan demikian berarti pula ruang-lingkupnya menjadi sempit dan terbatas. Sebaliknya, kalau kalimat atau kata-katanya agak pendek, berarti pula ruang-lingkupnya

sangat luas dan masalahnya pun menjadi tak jelas.

Berikut contoh soal untuk itu:

Topik: "Sepakbola". Apakah masalahnya jelas? Pasti tidak. Tapi, cobalah tambahkan kata-kata (variabel-variabel) lain. Misalnya, "Pertandingan Sepakbola" (bertambah 1 variabel), menjadi lebih jelas bukan? Tambahkan lagi, misalnya, "Pertandingan Sepakbola Antarmahasiswa se-Jakarta Pusat" (bertambah beberapa variabel). Makin jelas atau tidak?

Begitulah cara membuat judul untuk sebuah tulisan ilmiah (termasuk ilmiah populer). Prinsipnya seperti "orang menggali sumur". Makin dalam, asalkan sempit, makin baik. Sebaliknya, makin lebar, sekalipun dalam, makin tidak baik. Terbukti, di mana pun, tidak ada orang yang membuat sumur lebar-lebar bukan? Baiklah saya beri contoh soal lain, seperti berikut ini.

Topik: "Sidang Istimewa". Apa masalahnya? Tidak jelas bukan? Tapi, cobalah tambahkan menjadi seperti ini: "Peta Politik Nasional Pasca Sidang Istimewa 2001". Atau, tambahkan lagi dengan ini: "..... dan Pengaruhnya terhadap Upaya Pemulihan Krisis Ekonomi"

Nampaklah, semakin panjang kalimat atau kata-katanya, berarti pula semakin sempit ruang-lingkupnya, dan semakin jelas pula masalahnya. Tapi, harus diingat, bukan berarti karena harus panjang maka kita jadi mengada-ada. Jelas bukan itu maksudnya.

Ketika Anda mulai menulis, tak usah risau dulu bahwa judul tulisan yang Anda buat sepertinya kurang bagus, kurang menarik, dan yang sejenisnya. Harap diingat, biasanya judul tulisan tidak dibuat sekali jadi. Maksudnya, pada tahap awal buatlah dulu sebuah "judul sementara". Nanti bisa diperbaiki, sejalan dengan makin sempurnanya tulisan itu. Judul itu sendiri, dengan

alasan tertentu, bisa saja dibentuk menjadi dua: judul utama dan sub-judul. Contohnya begini: "Aktor-aktor Demokrasi" (judul utama). "Kajian tentang Gerakan Perlawanan terhadap Rezim Otoritarian di Indonesia" (sub-judul). Contoh lain: "Kampus dan Reformasi" (judul utama). "Upaya Merevitalisasi Peran Mahasiswa di Era Demokratisasi Menuju Indonesia Baru" (sub-judul).

Seperti dikatakan di atas, judul harus mencerminkan masalah (ini salah satu kriteria tulisan ilmiah atau ilmiah populer). Lantas, masalah itu sendiri apa? Ada beberapa definisi, yang pada intinya sama saja: (1) bila ada informasi yang mengakibatkan munculnya kesenjangan dalam pengetahuan kita; (2) bila ada hasil-hasil yang saling bertentangan; (3) bila ada minimal dua fakta yang hubungan antara keduanya tidak jelas, atau fakta-fakta itu sendiri menimbulkan pertanyaan yang membutuhkan jawaban (McGuigan, 1978). Ini harus diperhatikan betul-betul, supaya Anda tidak terjebak membuat sebuah buku atau *feature* atau karya tulis lain yang tidak betul-betul merupakan tulisan ilmiah atau ilmiah populer.

Menyusun Kerangka

Setelah yakin dengan judul dan masalah Anda, maka langkah berikut adalah menyusun kerangka tulisan. Untuk itu, judul tulisan harus Anda bagi sedemikian rupa menjadi beberapa konsep penting sesuai tulisan yang hendak dibuat. Konsep-konsep itu sendiri lalu dibagi-bagi lagi, masing-masing menjadi beberapa variabel. Lalu, uraikan konsep-konsep dan variabel-variabel itu dengan mengacu pada pandangan-pandangan para ahli atau sumber-sumber acuan yang baku (kamus bahasa, kamus khusus, ensiklopedi, dan

yang sejenisnya). Contoh-contoh judul di atas kiranya dapat dijadikan latihan untuk mengerjakan tahapan ini. Misalnya, aktor demokrasi itu apa? Demokrasi itu sendiri apa? Gerakan perlawanan itu apa? Rezim itu apa? Otoritarian itu sendiri apa? Masing-masing konsep itu masih bisa dipertanyakan lagi melalui variabel-variabel yang diturunkan daripadanya.

Dengan menguraikan konsep-konsep dan variabel-variabel itu saja, tulisan Anda sebenarnya sudah panjang-lebar. Karena, selain harus mengacu pada pandangan-pandangan para ahli atau sumber-sumber acuan yang baku (dalam hal ini bukan saja definisi, bahkan sejarah, asal-usul, latar belakang, contoh-contoh yang relevan, dan lain sebagainya, bisa pula dimasukkan sebagai bagian dalam uraian) Anda pun kemudian bisa saja sedikit membuat “kesimpulan” untuk uraian itu.

Kalau ada pertanyaan, mengapa harus mengacu kepada orang atau sumber lain? Jawabannya: itulah salah satu kriteria tulisan ilmiah. Anda dianggap tidak berkompeten untuk membuat definisi atau penjelasan sendiri sebelum Anda dikategorikan sebagai seorang ahli (oleh kalangan akademik), atau kalau ternyata sudah ada orang lain atau sumber lain yang sudah pernah menjelaskan apa yang Anda jelaskan itu. Cobalah baca tulisan-tulisan ilmiah dalam sebuah jurnal, atau bahkan disertasi, niscaya Anda menemukan banyak catatan acuan di dalamnya. Sekaligus, sebenarnya, hal ini juga merupakan bagian dari etika akademik yang meniscayakan penghargaan atau apresiasi terhadap karya atau pikiran orang lain.

Sistematika Penulisan

Tahap berikut adalah membagi-bagi tulisan itu sendiri ke dalam bagian demi bagian. Dalam skripsi, bagian itu lazimnya disebut Bab, yang dibuka dengan “Pendahuluan” dan ditutup dengan “Kesimpulan”. Tapi, dalam tulisan ilmiah yang bukan skripsi (atau tesis atau disertasi), bagian-bagian yang dibuat tidaklah lazim disebut Bab. Jadi, penomorannya pun tidak perlu dengan angka Romawi (I, II, III, dan seterusnya); dengan angka Arab saja (1, 2, 3, dan seterusnya). Dengan demikian, nomor-nomor turunannya juga tidak perlu ditulis I.1, II.1, dan seterusnya, melainkan 1.1, 2.1, dan seterusnya). Turunan berikutnya boleh dinomori dengan huruf kecil, misalnya 1.1.a, 2.1.a, dan seterusnya. Yang penting dalam hal ini : harus sistematis (nomor dari kecil ke besar, huruf sesuai alfabet).

Lalu, bagaimana dengan judul setiap bagian itu? Bagian pertama boleh ditulis “Pendahuluan”, “Pengantar”, “Latar Belakang”, atau apa saja. Jadi, agak fleksibel, tidak seperti skripsi yang hanya boleh ditulis “Pendahuluan”. Yang penting logis dan tidak aneh. Bagian-bagian berikutnya begitu pula. Anda boleh menulis judul apa saja, asalkan logis dan sesuai dengan isinya. Sedangkan bagian terakhir, Anda boleh menulis judul “Kesimpulan”, boleh “Penutup” atau juga yang lainnya, dan boleh ditambah “Saran-saran”, atau apa saja. Yang penting itu tadi: tidak aneh.

Teknik Penulisan

Tulisan ilmiah (secara teknis, bisa juga disamakan dengan tulisan semi-ilmiah atau ilmiah populer, bahkan

juga dengan jenis-jenis tulisan lainnya) adalah sebuah jenis karya tulis yang standar dan kriterianya paling ketat dibanding dengan jenis-jenis karya tulis lainnya. Lalu, bagaimana dengan tulisan ilmiah populer? Pada intinya sama saja. Bedanya, selain tidak ada Bab dengan penomoran angka Romawi tadi, bahasa yang digunakan juga boleh sarat gaya dan lincah (dalam hal tertentu agak mirip dengan tulisan jurnalistik). Namun demikian, karena ia tetap mengandung sifat ilmiah, maka syarat obyektivitas kebenaran yang dibahas oleh tulisan itu harus tetap diperhatikan.

Mengenai teknik penulisan, setidaknya ada beberapa hal yang harus diperhatikan: (1) harus menyebutkan catatan acuan (baik catatan kaki, catatan akhir, catatan samping atau catatan berkurung); (2) mencantumkan kepustakaan; (3) istilah-istilah asing atau bahasa daerah (bukan bahasa Indonesia) harus dicetak miring; (4) judul buku, jurnal, dan media/pers harus dicetak miring; (5) judul artikel ditulis di antara tanda petik; (6) tidak boleh menggunakan singkatan-singkatan yang tidak semestinya; (7) akronim harus ditulis lengkap untuk pertama kalinya, setelah itu baru boleh disingkat; (8) jangan menulis dengan huruf kapital untuk hal-hal yang tidak perlu; (9) nama orang boleh ditulis lengkap atau cukup nama belakangnya saja; (10) kata ganti orang ketiga cukup ditulis ia atau dia, dan tidak usah beliau; (11) sedapat mungkin menulis dengan bahasa Indonesia yang baku (yang sudah diterima umum) dan jangan menggunakan ejaan bahasa asing (misal: *study*, *president*, *protestant*, *budget*, dan lain sebagainya); (12) kepustakaan tidak perlu diberi nomor.

Untuk formatnya, yang harus diperhatikan adalah: (1) kertas berukuran kuarto atau A4; (2) spasi rangkap atau boleh juga 1,5; (3) nomor halaman di kanan atas atau tengah bawah; (4) pias atas dan kiri 4 cm, pias bawah 3 cm dan kanan 2,5 cm (atau sesuaikan saja dengan pengaturan komputer); (5) halaman awal dimulai dengan *cover* (boleh ditambahi logo, kalau ada), lalu pengantar (diperbolehkan tidak ada), daftar isi, daftar singkatan (keduanya juga boleh tidak ada), sedangkan halaman akhir diisi dengan lampiran-lampiran (kalau ada).

Proofreading

Membaca ulang seraya melakukan penyempurnaan, atau *proofreading*, adalah hal yang perlu dan penting dilakukan oleh seorang penulis. Siapa pun dia, tak hirau sudah berpengalaman atau belum, termasuk penulis yang baik atau bukan, harus melakukannya. Mengapa? Sebab, biasanya sebuah tulisan yang baru selesai dibuat, kalau dibaca lagi ternyata mengandung kelemahan dan kekurangan di sana-sini, entah itu kesalahan huruf (salah ketik atau salah ejaan), kurang enak dibaca, sulit dimengerti, dan lain sebagainya. Karena itulah maka kita harus melakukan *proofreading*, minimal satu kali, lalu dianggap selesai (sudah rampung semuanya). Ingatlah, dalam hal ini, jangan sekali-kali Anda merasa cepat puas dengan tulisan yang sudah selesai dibuat. Pengalaman saya menunjukkan betapa banyaknya tulisan orang lain (yang pernah saya baca atau edit) yang ketika dibaca terasa sulit dimengerti. Bukan karena isinya atau kalimatnya yang sulit dimengerti, melainkan struktur kalimat dan penggunaan kata-katanya yang kurang baik.

Jadi, sekali lagi, lakukanlah *proofreading*. Ketika melakukannya, Anda harus terus berpikir secara kritis kalau-kalau ada hal-hal yang perlu dilengkapi, dikoreksi, dan lain sebagainya. Jadi, ini bukan sekedar untuk membuat tulisan yang “tidak enak” menjadi “enak” dibaca, tapi lebih dari itu juga agar menjadi “lebih berbobot”. Karena itulah, kalau perlu Anda bisa meminta orang lain untuk membaca tulisan Anda (supaya Anda tahu kalau tulisan Anda sudah baik, logis, lengkap, menarik, dan cukup mudah dicerna atau tidak).

Menulis Berita

Tulisan berjenis berita tentu berbeda dengan jenis-jenis tulisan yang dijelaskan di atas, meski tentu ada juga beberapa kesamaannya. Berita pada dasarnya adalah tulisan yang berisi laporan atas segala sesuatu yang dilihat dan didengar. Karena itulah maka ada beberapa prinsip yang sangat spesifik untuk jenis tulisan ini, yang penting dan perlu diperhatikan, sebagai berikut:

1. Tulislah apa adanya; hindari interpretasi yang berlebihan (karena setiap penulis berita harus sedapat mungkin bersikap netral). Jangan bohong!
2. Setiap kalimat harus jelas maksudnya, logis, rinci (sekaligus cermat dan akurat), dan informatif.
3. Lebih baik menggunakan bentuk kalimat aktif daripada pasif.
4. Lebih baik membentuk kalimat pendek (hemat kata-kata, langsung kepada maksudnya) daripada panjang (boros kata-kata dan bertele-tele atau *ngalor-ngidul*).
5. Kalau perlu menulis akronim, jelaskan kepanjangannya untuk yang pertama kali (seterusnya boleh disingkat).
6. Hindari pleonasme atau bentuk kalimat *redundant* (menggunakan kata yang sama atau yang merupakan padanan dalam sebuah kalimat secara berulang-ulang).
7. Agar mudah dicerna, gunakanlah bahasa yang sederhana, kalau perlu sesekali menggunakan bahasa sehari-hari.
8. Agar menarik dan “enak dibaca”, pakailah gaya bahasa secukupnya (jangan berlebihan).
9. Kalau diperlukan, dalam konteks tertentu, lakukanlah wawancara terhadap narasumber yang kompeten atau dianggap tepat dan sesuai kebutuhan. Sekaitan itu, kalau diperlukan, jangan lupa menerapkan prinsip “*cover both side*” demi keseimbangan.
10. Perhatikan konsistensi antara kalimat (alinea) yang satu dengan kalimat (alinea) yang lain.
11. Ingatlah selalu Prinsip 5 W + 1 H (lihat uraian di bawah). Tujuannya, agar setiap kesempatan dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin, dan karena itu tulisan yang akan dibuat menjadi lengkap.
12. Tetapkan *angle*, sebelum mencari atau menulis berita.
13. Biasakan menulis *lead*, dalam menyusun suatu berita.

Berita sebenarnya adalah laporan tentang suatu kejadian yang ditimbang memiliki nilai berita. Nilai berita diukur dari beberapa unsur berikut :

1. *Consequences* (besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat)
2. *Human Interest* (menarik atau tidaknya dari segi ragam cara hidup manusia)
3. *Prominence* (besar kecilnya ketokohan orang yang terlibat dalam peristiwa)
4. *Proximity* (jauh dekatnya lokasi peristiwa dari target audience)
5. *Timeless* (baru tidaknya atau penting tidaknya saat peristiwa terjadi)

Berita dapat diperoleh dari :

1. Informan
(misalnya birokrat, seniman, pengamat, dan lainnya)
2. Pengamatan langsung
(misalnya reporter turun ke lapangan)

Unsur berita :

- *What* (peristiwa apa yang terjadi)
- *Who* (siapa yang terlibat)
- *Why* (mengapa terjadi)
- *How* (bagaimana kejadiannya)
- *When* (kapan terjadi)
- *Where* (di mana)

Akhirnya, sebagai penutup, saya ingin mengingatkan bahwa dalam menulis berita, hendaknya dihindari kesenjangan waktu antara mencari berita di lapangan dan menuliskannya di komputer. Akan lebih baik jika setelah mencari berita, (termasuk setelah melakukan wawancara), laporannya segera dibuat – meskipun tulisan tersebut dianggap masih “mentah” dulu, untuk kemudian diperbaiki atau disempurnakan lagi. Sebab, jika ada kesenjangan waktu, bukan tak mungkin nuansa-nuansa tertentu yang didapat di lapangan atau sewaktu wawancara akan hilang atau terlupakan. Karena itu, jangan menunda-nunda

Kiat Menulis di Media Massa

Oleh Victor Silaen

Saya telah menulis untuk media massa sejak akhir tahun 80-an, namun secara serius baru dimulai pada 1994, setelah saya tamat S2 (program magister di UI). Saya memulainya dari media-media “kecil” dulu (*Kairos*, *Narwastu*, dan media Kristen lainnya), baru kemudian memberanikan diri ke media-media “besar” (yang umum dan berskala nasional).

Setelah tulisan-tulisan saya mulai sering dimuat, terus-terang, ada kenikmatan tersendiri yang saya rasakan. Pertama, saya bangga, karena ternyata saya bisa. Kedua, saya mulai dikenal orang banyak melalui tulisan yang terpampang di media-media tersebut. Ketiga, saya mendapatkan honorarium yang besar-kecilnya memang relatif, namun yang jelas sangat bermanfaat bagi saya. Terkadang, kalau saya menulis resensi buku, lalu fotokopi resensi buku yang dimuat di media itu saya kirimkan ke penerbitnya, saya kemudian dikirim beberapa buku terbaru terbitan mereka. Wah, saya senang sekali, dapat uang plus buku.

Keempat, karena saya mulai populer (bukan seperti kaum selebritis tentunya), maka saya pun mulai diminta untuk menjadi narasumber dalam diskusi atau seminar ini dan itu, atau diminta untuk menulis di suatu media. Mulanya di kalangan Kristen, lama-lama di kalangan non-Kristen juga. Karena itulah, bagi saya sekarang, menulis bukan hanya hobi, tetapi juga pekerjaan. Ya, menulis itu adalah sebuah pekerjaan, yang terhormat dan menghasilkan.

Bagaimana Memulainya

Untuk memulai aktivitas menulis atau menjadi penulis yang serius, pertama-tama pastikan dulu bidang atau hal apa saja yang menjadi minat Anda. Setelah memastikannya, maka kumpulkanlah semua informasi, opini, pandangan, pikiran, gagasan, terkait itu. Dari siapa saja, dan dari sumber mana saja. Ini penting, sebagai modal kita bila nanti akan atau sedang menulis dan ternyata kita membutuhkan tambahan, kelengkapan, atau pengayaan untuk menambah bobot tulisan kita.

Lalu, mulailah menulis. Tulis saja dulu sekali jalan sampai selesai, kalau durasi tulisan itu memang pendek. Tetapi kalau tulisan itu berdurasi panjang, mungkin perlu disambung beberapa kali. Sesudah tulisan itu selesai, barulah kita memerlukan waktu lagi untuk mengeditnya, supaya jika ada kesalahan dapat langsung diperbaiki (baik yang menyangkut huruf, data, kata dan kalimat yang kurang enak atau tidak *nyambung*, dan lain sebagainya). Di antara tahap-tahap tersebut jangan sampai terjadi masa jeda yang terlalu lama. Sebab biasanya, jeda lama berdampak negatif bagi pikiran atau *insight* atau “rasa” kita terkait tema tulisan tersebut.

Jika pola menulis seperti ini dibiasakan dan dilatih terus-menerus, maka kelak kita akan terbentuk menjadi penulis cepat dan produktif. Bagaimana membentuk dan menyambung kalimat demi kalimat pun kelak

menjadi hal yang mudah bagi kita. Begitupun dalam memilih kata-kata yang menarik dan cocok untuk digunakan.

Untuk itu, tak ada salahnya dan bahkan perlu bagi kita untuk menjadikan beberapa penulis terkenal sebagai model untuk pembelajaran kita. Model yang dimaksud tidak hanya terkait dengan bagaimana kita menulis, tetapi juga bagaimana kita berpikir atau logika kita dalam menulis. Ini penting, karena kita akan mendapatkan banyak kemajuan dari proses pembelajaran yang merujuk ke beberapa penulis terkenal itu.

Tentang Ide dan Bank Data

Karena sekarang ini saya harus menulis untuk sejumlah media secara rutin, maka dengan sendirinya saya harus mendapatkan ide-ide menarik terus-menerus. Untuk saya yang berlatar belakang dan berminat pada bidang sosial politik, maka mendengar radio dan menonton televisi setiap hari sudahlah merupakan keharusan. Selain itu, setiap hari pula saya harus membaca koran. Majalah dan tabloid merupakan tambahannya, di samping diskusi formal atau percakapan dengan orang-orang yang seminat dengan saya dan berkompeten di bidangnya.

Ada lagikah? Ya, saya juga memonitor beberapa *mailing list* setiap hari. Dari sanalah saya juga kerap mendapatkan ide, data, dan informasi penting. Namun, dari semua itu, yang penting kita sendiri adalah pribadi yang “gelisah”. Maksudnya, kita harus merasakan ada “sesuatu” yang penting untuk kita angkat dalam sebuah tulisan setiap kali kita mendengar, melihat, atau

menonton sesuatu, atau juga mengalami sesuatu. Di dalam “sesuatu” itulah terkandung ide atau ilham, yang harus kita ingat dan pikirkan terus hingga akhirnya dituang menjadi sebuah tulisan.

Mungkin tidak setiap hari saya dalam kondisi siap menulis – meski saya “memaksa diri” untuk itu. Atau, saya bisa mendapat ide dan data yang cukup banyak dalam waktu singkat, namun tak mungkin dapat saya tuangkan menjadi tulisan dalam sehari. Untuk itu, saya mempunyai bank data. Di komputer saya sejak dulu ada folder-folder khusus untuk bank data itu. Sekarang caranya gampang, akses ke situs web atau *mailing list*, lalu *copy and paste* (kalau perlu, jika ada ide atau data sejenis tapi banyak, digabung saja dalam satu file). Lalu, berilah judul khusus. Nanti, kalau sudah ada waktu, baru dibikin menjadi sebuah tulisan. Tinggal dirangkai dan dijalin dengan teknik kompilasi. Namun ingatlah tadi, jangan lupa tambah pandangan dan pikiran para ahli dan akhirnya juga pandangan dan pikiran kita sendiri.

Menyempurnakan Tulisan

Tulisan yang baik, bukan hanya terkait dengan keindahan kalimat yang dibuat, kebenaran bahasa yang digunakan, keabsahan data dan informasi yang dikutip, tetapi juga jalan pikiran kita sendiri. Artinya, tulisan itu harus diberi nilai tambah dan bobot khusus agar ketika dibaca orang lain menjadi menarik perhatian. Untuk itu ada kiatnya: 1) kutiplah teori atau pendapat para ahli yang relevan dengan soal yang kita tulis; banyak dan panjangnya tergantung dengan durasi tulisan kita; 2) tambahkan pendapat atau pikiran kita sendiri apa, terkait soal yang kita bahas itu; 3) tambahkan di bawah

tulisan tentang keterangan diri kita yang punya “nilai jual”, misalnya “penulis adalah dosen bidang anu di universitas anu, penulis pernah melakukan penelitian di bidang anu di daerah anu, dan yang sejenisnya.

Perhatikan pula soal judul. Untuk tulisan yang akan dikirim ke media massa, lebih baik judulnya bersifat “ngepop”, pas, dan pendek. Ini penting, sebab pengalaman para penulis terkenal selama ini memang menunjukkan demikian. Artinya, dari judulnyalah si redaktur media massa tersebut sudah tertarik. Isinya soal belakangan. Memang tidak selalu begitu, tetapi ini penting diperhatikan. Jadi, jangan sampai kita membuat judul yang tidak menarik, bahasanya kaku, dan panjang pula.

Lain halnya jika tulisan itu ditujukan untuk jurnal atau media yang serius sifatnya. Untuk itu judul tulisan memang lazimnya dibuat agak panjang dan berbahasa formal.

Hal lain, perlu pula memperhatikan etika. Maksudnya, kalau mengkritik, tetapkan gunakan bahasa yang santun. Mungkin juga, dalam konteks tertentu, tidak perlu menyebutkan identitas dari pihak yang kita kritisi. Ini penting, agar jangan sampai tulisan kita ditolak hanya gara-gara bahasa kita yang tidak santun dan terkesan kasar. Penting pula diperhatikan agar jangan sampai tulisan kita bernuansa emosional. Sebisa mungkin bersikaplah “dingin” ketika membahas atau menyoroti sesuatu dalam tulisan.

Ada kiat untuk memberi daya tarik pada sebuah tulisan, yang terkadang baik juga untuk kita lakukan. Yakni, mengutip kalimat mutiara atau motto atau yang sejenisnya di awal tulisan. Atau, mengakhiri sebuah tulisan dengan kalimat bernada imbauan atau pesan yang menarik. Di awal kalimat kita juga bisa menggunakan pertanyaan untuk memancing, di akhir kalimat juga begitu. Ini semua dimaksudkan hanya sebagai daya tarik pada sebuah tulisan.

Menjajikan Tulisan

Untuk mengirim tulisan ke media publik, mulailah dari media-media yang berskala “kecil” dan perlahan-lahan baru ke media-media berskala “besar”. Mulailah dari tulisan-tulisan yang “ringan” baru kemudian ke tulisan-tulisan yang “berat”.

Dalam kaitan itu juga, kita perlu mengenali karakter media yang akan menjadi target kita. Perhatikan soal durasinya, tema-tema favoritnya, aktualitasnya, gaya bahasanya, dan lain sebagainya. Kalau rasanya semua “syarat” itu sudah kita penuhi, maka kirimlah. Sekarang cukup dengan *email* saja. Kalau ada beberapa alamat *email*, kirimlah ke semua alamat itu. Jangan lupa sebutkan alamat dan telepon atau telepon selular kita, dan terkadang juga foto (sebaiknya bukan *fasfoto* dan berwarna). Nomor rekening bank kita tidak usah disebutkan, kecuali nanti kalau diminta.

Agar Tulisan Tak Kering

Oleh P. Hasudungan Sirait



Agar tulisan menjadi bernas—tidak kering dan monoton—paling tidak ada tiga hal yang perlu kita lakukan yakni mencari data lewat mengobservasi, riset, serta mewawancarai. Ini terutama untuk tulisan yang non-fiksi (tulisan fiksi pun akan lebih kuat kalau saja ketiga hal ini dilakukan). Dalam dunia jurnalistik ketiga pekerjaan ini merupakan tahapan standar dalam pencarian berita (*news gathering*). Penjelasannya berikut ini.

Observasi

Yang dimaksud dengan observasi adalah menangkap realitas di sekitar dengan mendayagunakan panca indera (indera penglihat [mata], pendengar [telinga], pencium [hidung], perasa [lidah], dan peraba [kulit]). Pencitraan kita lakukan setelah itu.

Tulisan berbentuk perkisahan akan kuat jika penggambarannya hidup. Artinya pembaca seketika bisa merasakan atmosfer yang dilukiskan. Seperti menyaksikan adegan film, afeksi (perasaan) pembaca kontan tergugah seturut kisah. Tergelak, tersenyum geli, menarik nafas lega, terharu (dari mata yang berkaca-kaca hingga airmata yang tak terbungung), khawatir, tercekam, gemas, kesal, benci, itu antara lain kemungkinan mereka.

Observasi perlu kita lakukan agar penggambaran hidup. Inilah jurus andalan para penulis novel atau cerita pendek piawai. Juga jurus para penulis non-fiksi terlatih yang menghasilkan laporan perjalanan, reportase dari ruang pertunjukan atau pameran, tinjauan, artikel reflektif, profil, biografi, dan rupa-rupa karya lain.

Selain itu, dengan pengamatan seorang penulis bisa meminimalkan penggunaan kata sifat. Peminimalan ini sesuai dengan anjuran dalam dunia tulis-menulis: *don't tell but show* (jangan katakan tapi perlihatkan). Kata sifat perlu dikurangi karena akan membiakkan tafsir. "Kaya", 'murah', 'jauh', 'ramah', 'menderita', atau 'cantik' itu relatif. Sebab itu kita gambarkan saja agar lebih definitif atau tak multi-tafsir. Kita, misalnya, tidak akan mengatakan 'lelaki gemuk dan pendek' itu lagi melainkan 'lelaki berukuran sekitar 90 kilogram dan 155 centimeter'.

Pengamatan akan lebih mudah kalau kita lakukan sembari membuat **sketsa**. Objek itu letaknya di mana dan bagaimana kedudukannya serta di sebelah mana objek yang lain—itulah yang kita gambar dalam bentuk sketsa. Yang namanya sketsa tak perlu detil dan persis, cukup gambaran umumnya saja. Katakanlah kita sedang berada di sebuah lokasi pengungsian. Yang perlu kita buat sketsa adalah bangunan utama di sana. Katakanlah gedung sekolah berikut tenda-tenda di halamannya. Kalau ada posko atau puskesmas darurat gambarkan juga. Sketsa tambahan yang merupakan gambaran

mikro bisa kita buat. Misalnya gambaran keadaan di sebuah tenda atau posko pelayanan kesehatan.

Wartawan, terutama dari media cetak, yang sedang meliput di lapangan pun sebenarnya sangat perlu mengobservasi. Tujuannya ya agar liputannya lebih berwarna dan lebih hidup. Selama ini wartawan kita umumnya terjun ke lapangan hanya mengandalkan pendekatan wawancara. Artinya perolehan berita hanya dengan mewawancarai narasumber. Pengamatan yang intens diabaikan. Itu terjadi untuk liputan apa pun dan media massa apa pun (cetak, radio atau televisi). Maka, ketika telah menjadi berita sajian itu hanya berupa kabar cuap-cuap (*talking news*) saja apalagi kalau riset data sebagai pengayaan tak dilakukan pula.

Verifikasi atau menguji fakta, seperti kata Bill Kovach dan Tom Rosenstein (dalam *The Element of Journalism*), merupakan disiplin dari jurnalisme. Artinya mutlak dilakukan. Untuk bisa memverifikasi harus dengan pengamatan atau observasi.

Riset Data



Tulisan akan kering dan kurang meyakinkan kalau datanya minim. Terlebih jika tanpa data. Dengan data yang akurat persuasi atau peyakinan menjadi tak sulit kita lakukan. Juga kita tak perlu berpanjang-panjang menjelaskan; perhatikan saja datanya maka urusannya pun beres. Sebab itu data pendukung tulisan perlu kita siapkan sejak awal. Riset bisa dilakukan sebelum atau

sesudah wawancara dan observasi. Tapi lebih baik sebelum turun ke lapangan. Wawancara dan observasi akan lebih mudah kita lakukan kalau sebelumnya kita sudah tahu peta masalahnya. Pengetahuan ini bisa kita peroleh lewat riset. Kita akan lebih fokus pada masalah dan tak akan mudah dikecoh oleh siapa pun. Di lapangan, selain menggali informasi tambahan kita bisa menguji informasi yang sudah ada di tangan.

Sebaiknya riset data tak sekali saja kita lakukan. Setelah pulang dari lapangan dan hendak mempersiapkan tulisan akan lebih baik lagi kalau riset kita teruskan. Tujuannya adalah pengayaan, menguji uji ulang atau membandingkan informasi.

Riset bisa kita lakukan dengan memanfaatkan klip koran dan majalah, buku atau terbitan khusus. Bahan ini bisa kita pesan ke bagian data di perpustakaan, kalau di kantor kita memang ada fasilitas tersebut. Kalau narasumber yang kita wawancarai memiliki bahan yang menarik ada baiknya bahan itu kita pinjam.

Katakanlah kita sedang mempersiapkan artikel ihwal *busway* dan kemacetan Jakarta. Tulisan akan lebih kuat kalau kita punya data yang memadai tentang *busway* (termasuk konsep awalnya, sejarah lahirnya, tayeknya sekarang dan yang sedang dipersiapkan, jumlah armada awalnya dan kini, para operatornya sekarang) dan kemacetan Jakarta (antara lain titik-titik rawan dan penyebab macet [kendaraan, infrastruktur, manusia, dan regulasi]).

Di zaman internet sekarang mencari data apa saja menjadi mudah. Cukup *browsing* di situs saja. Masuklah ke *google* misalnya, segala macam data berlimpah di

sana. Cara masuknya (ini perlu bagi mereka yang masih awam internet), tulislah www.google.co.id atau www.google.com setelah internet aktif. Tuliskan kata kunci data yang hendak dicari. Misalnya mau mencari data ihwal kutai kartanegara. Ketik saja kutai kartanegara atau kutai. Kartanegara juga bisa. Pasti akan banyak data keluar. Jadi sekarang sudah tak ada lagi alasan bahwa mencari data susah.

Wawancara



Wawancara adalah teknik mendapatkan informasi dari narasumber dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan. Derajat intensitas wawancara tergantung kuantitas dan kualitas informasi yang hendak dijangkau. Ada yang hendak menggali informasi sebanyak mungkin. Ada yang sebatas mengetahui sejumlah hal tertentu saja. Bisa juga sekadar konfirmasi atau menguji validitas informasi yang sudah di tangan. Yang paling ekstrim, bisa hanya untuk mendapatkan jawaban 'ya' atau 'tidak' atau 'tidak tahu' dari narasumber. Dalam hal ini si

pewawancara hanya ingin menjalankan prinsip *cover both-sides* (meliput kedua sisi) atau *cover-all sides* (meliput semua sisi).

Lantas, siapa narasumber yang sebaiknya digunakan? Dasar pemilihan narasumber untuk tulisan apa pun adalah kompetensi. Semakin terlibat seseorang itu maka ia kian pantas dijadikan narasumber. Dengan demikian ada derajat kompetensi narasumber sesuai keterlibatannya. Yang pertama adalah pelaku dan korban. Kedua, para saksi mata. Ketiga, mereka yang tersangkut tapi tak terlibat langsung. Pihak-pihak yang menjadi otoritas tercakup di sini. Adapun pengamat, kedudukannya adalah yang kesekian, yang sebaiknya dilibatkan hanya kalau kita memerlukan penjelasan yang bersifat teknis.

Seorang satpam atau *office boy* pun, dalam kasus umum misalnya, bisa lebih diperlukan dibanding direktur utama perusahaan tempat mereka bekerja, kalau memang berposisi sebagai korban atau pelaku. Saksi mata prioritas kedua. Adapun pengamat sebaiknya dipakai kalau dibutuhkan untuk menjelaskan hal-hal teknis saja atau untuk menganalisa.*

Jurus Menyiapkan Tulisan Perkisahan

Oleh P. Hasudungan Sirait

Anda sering naik kereta api Jabotabek kelas ekonomi? Kalau kerap, pemandangan apa yang selalu anda saksikan di gerbong tatkala kereta sedang melaju? Jika cukup rajin mencermati, anda kemungkinan be-sar akan menyebut pertama kali: penumpang yang senantiasa berje-jal. Itu kalau jam-jam sibuk. Lalu, kalau lagi lengang, ya pedagang asongan, pengamen, atau pengemis yang seperti telah menjadi komu-nitas gerbong itu sendiri.

Lantas, apakah anda pernah mem-beri perhatian khusus kepada salah satu objek di depan mata anda tersebut—pengemis misalnya? Atau pengamen? Kalau pernah, apa saja yang anda cermati? Kemasygulan penampakan sang pengemiskah berikut perangnya? Misalnya tubuh kurusnya, pergerakannya yang hampir melata karena kedua kakinya buntung, pakaiannya yang agak dekil, kebiasaannya untuk selalu menghampiri setiap penum-pang yang ia anggap potensial lalu menghiba dengan suara parau. Apakah anda juga memperhatikan bagaimana ekspresi di wajahnya setiap kali ia mendapat recehan? Jika mencermati semua penampa-kan dan perangnya sekaligus ber-arti anda telah merekam serang-kaian adegan aksi pengemis di benak anda. Tentunya adegan pen-dek saja karena objek anda segera saja pindah ke gerbong lain.

Bisa saja anda enggan menatap sang pengemis karena anda me-mang tak menyukai objek yang penampakannya memilukan. Yang anda perhatikan

adalah sekelompok pengamen bertampang mahasiswa. Kawanan yang berperangkatkan gitar, okulele, harmonika, dan ken-dang dari galon aqua. Mereka menarik perhatian anda misalnya karena lagak lakunya yang seronok dan serba artifisial. Kombinasi yang melahirkan kesan jenaka. Misalnya, untuk mencari perhatian, ditingkahi musik yang dimainkan para prianya, dua-tiga orang perempuannya melenggok bak peragawati di atas *cutwalk* sembari kedua tangannya memegang di atas kepala kertas bertuliskan 'gaun malam' atau 'gaun sore'. Lamat-lamat anda perhatikan mereka. Bagaimana mengucapkan salam, berdendang, melangkah di dua gerbong sekaligus, mencuri perhatian, memungut recehan, dan akhirnya mengundurkan diri. Eks-presi di wajah mereka anda rekam sekuens demi sekuens.

Setelah pengamatan yang lumayan intens ini akan berakhirkah perha-tian anda tentang mereka? Kalau bukan tipikal cuek tentu belum. Anda masih penasaran karena lagak laku mereka. Kemudian sejumlah pertanyaan akan berjejeran di benak anda: siapakah mereka—memang mahasiswakah (jangan-jangan memang ya), kalau mahasiswa kuliah di mana, mengapa perempuannya seperti tak rikuh melenggak-lenggok termasuk yang satu yang parasnya lumayan ayu, bagaimana mereka bisa menjadi tak malu, orang-orang iseng atau senimankah mereka dan bukan sekadar kalangan susah yang menjaring recehan guna menafkahi diri, apakah saban hari mereka *ngamen*—kalau ya di kereta itu sajakah atau berpindah-pindah termasuk di

'darat', berapa penghasilan mereka setiap hari dan bagaimana pembagiannya, sekadar temankah mereka atau ada juga yang merupakan pasangan, bagaimana mereka akhirnya menjadi sebuah kelompok, apa saja suka duka mereka sebagai penghibur jalanan, dan seterusnya.

Kalau anda ingin tahu persis jawaban dari sebarang pertanyaan itu apa yang anda lakukan? Cukupkah dengan selintas pencerapan di atas kereta yang sedang melaju? Tentu saja tidak. Pertama, anda perlu lebih intens lagi mengamati kebiasaan-kebiasaan mereka. Jadi masih ada observasi lanjutan. Pandangan dari jauh saja tak memadai. Kalau anda merasa perlu agak masuk ke dunia mereka bagaimana caranya? Tentu dengan berkenalan dan berada di dekat mereka sekian lama. Baik tatkala mereka memang sedang *on stage* maupun sedang *'off'*. Dalam kesempatan itu anda perlu mengajukan serangkaian pertanyaan baik yang umum maupun yang personal. Lalu anda juga perlu mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dari lingkungan terdekat mereka. Sebaiknya anda baru akan berhenti setelah mendapatkan gambaran yang utuh tentang masing-masing mereka.

Seandainya anda juga menghimpun pelbagai data tentang pengemis atau pengamen tadi—berarti anda telah melakukan tiga langkah standar dalam *news gathering* (pengumpulan berita) yaitu mengamati (observasi), mewawancarai, dan mengumpulkan data. Anda telah di ambang pengerjaan sebuah tulisan perkisahan (*features*) jika mengorganisir informasi tadi berdasar sistematika tertentu dan mencoba menuliskannya menjadi untaian kisah kemanusiaan.

Kreatif

Features, biasanya disebut sebagai berita kisah. Kisah kemanusiaan: kesedihan, keputusan, kegembiraan, kejenakaan, ketololan, keserakahan, kepengecutan, kepahlawanan, dst. Seperti apa gerangan bentuknya? Sesungguhnya tidak ada batasan yang baku untuk mengartikan *features*. Lazimnya orang mengartikannya sebagai reportase yang sarat dengan aspek kemanusiaan (*human interest*) dan dituliskan dalam bentuk perkisahan. Sekali lagi: *features* adalah berita, bukan fiksi. Teknik penulisannya yang lainlah yang membuat dia mendapat penamaan tersendiri.

Teknik penulisan jurnalistik biasanya dibedakan menjadi *hard news/straight news* dan *features*. Ciri khas *hard news* adalah penyajiannya dengan model piramida terbalik dimana unsur terpenting diletakkan di bagian teratas. Jadi lapisan piramidanya menjadi cerminan urgensi informasinya. Pada kepala (*lead*) berita biasanya dimasukkan unsur 5 W (*Who, What, Why, Where, When*) plus 1 H (*how*). Kalau semuanya tak bisa masuk di *lead* ya sebagian dipindahkan ke alinea atau paragraf berikutnya. Pada dasarnya sebuah *hard news* mengedepankan secara efektif dan efisien kebaruan sebuah informasi.

Berbeda dengan *hard news*, *features* disajikan dengan gaya yang luwes. Yang menjadi prioritas bukanlah aktualitas informasi. Maka penggalan informasi terpentingnya bisa diletakkan di mana saja. Jadi tak harus di bagian teratas. Bisa juga di tengah, di penghujung (*ending* atau *punch*), atau menyebar di seluruh bangun berita. Sekali lagi, gaya *feature* adalah perkisahan. Dengan demikian alurnya bisa maju, mundur, atau maju-

mundur alias alur bebas. Yang penting logika ceritanya tetap jalan.

Untuk gampangnya, bayangkan saja alur sebuah film. Film *The Little Budha* yang dibintangi Keanu Reeves, misalnya. Dimulainya dari adegan Budha dewasa di bawah pohon ara. Tidak dari kelahiran Sidharta Gautama, sang Budha. Kemudian adegan beralur bebas, dengan model kilas balik dan linier. Sesungguhnya, kalau kita yang jadi sutradara, adegan awal dari *The Little Budha* ini bisa dari mana saja: kisah kasih Sidharta di istana, konflik batin Sidharta melihat realitas sosial di sekitarnya, Sidharta yang mendapat pencerahan, dst. Prinsip, bagaimana enaknya saja.

Yang dikejar oleh sebuah *features* adalah efek empati. Artinya keter-gugahan pembacalah yang disasar si penulis. Untuk itu ia harus mampu menggiring publik pembaca dan melarutkan mereka dalam perkisahan. Caranya? Ya memulai tuturan dengan memikat. Lalu menjalin tali-temali kisah sedemikian rupa sehingga menjadi runtut, mengalir, dan tidak ruwet. Seperti kisah Agatha Christie, akan lebih menarik lagi kalau ada unsur *surprise* di sana. Untuk itu perlu kreativitas dan eksplorasi pelbagai kemungkinan.

Features pada hakekatnya merupakan oase dalam sebuah penerbitan. Ia adalah warna lain di tengah keseragaman berita-berita keras yang memenuhi halaman sebuah terbitan. Asumsi yang dipa-kai adalah

pembaca akan jengah manakala terus-menerus diperhadapkan dengan fakta-fakta keras yang disajikan secara ketat dengan pola yang senantiasa sama. Seperti sajian standar di koran-koran bisnis: semua serba teknis dan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan in-formasi teknis kelompok-kelompok profesional.

Bisa anda bayangkan kalau surat-kabar macam *Kompas*, *Republika*, atau *Suara Pembaruan* melulu berisi berita-berita teknis politik, ekonomi, perkotaan, kriminal, hukum, budaya, atau olahraga? Akan sangat menjemukan tentunya. Karena serba garing. Publik pemba-ca yang notabene sangat majemuk itu butuh nuansa lain terutama yang berdimensi kemanusiaan. Ihwal, misalnya, para artis (termasuk gosip tentang rumah tangga mereka), nestapa para korban PHK, pendu-duk yang antri BBM, mahasiswa yang menjadi korban kekerasan polisi saat berunjuk rasa di Bundaran HI, nasib pengungsi Maluku, sisi dalam kehidupan para pegiat Ahmadiyah, skandal para selebriti politik dunia, tragik diktator Pinochet, nasib malang pebalet Bolshoi, langkah Bill Gates mele-paskan Microsoft dari jerat regulasi *antitrust*, panda yang tak mengalami *culture shock* sekalipun baru tiba di kebun binatang AS dari Cina, atau beruang kutub yang kini resah di Antartika akibat musim dingin yang kini lebih pendek. Sekali lagi, apa saja yang bisa menggugah perasaan para pembaca.*

Menguatkan Umat lewat Media Komunitas Gereja

Oleh P. Hasudungan Sirait

Hampir setiap sinode menerbitkan media gerejanya sendiri. Namun terbitan ini—untuk selanjutnya dalam tulisan ini disebut ‘media gereja’—umumnya merana sebab tak diurus dengan sepenuh hati. Alih-alih menjadi jembatan komunikasi yang dimanfaatkan secara optimal, sajian ini cenderung pajangan atau asesoris belaka untuk menggarisbawahi bahwa sinode punya banyak agenda yang salah satunya adalah menerbitkan media. Begitulah penilaian para peserta *workshop* media gereja yang pernah digelar YAKOMA- PGI di dua kawasan yakni di Indonesia Timur (di Tobelo) dan Indonesia Barat (Batam) tahun 2007.

Para peserta ini—mereka merupakan otoritas yang membidangi media gereja di sinode masing-masing—menyebut sejumlah faktor yang berkelindan sebagai penyebab keterlantaran media gereja.

Tidak adanya kebijakan yang jelas tentang pengelolaan media, menurut mereka, menjadi pokok masalah. Imbasnya: rupa-rupa masalah di hilir yang saling berpilin dan akhirnya menimbulkan eksekumulatif. Di antaranya tak ada konsep media dan garis kebijakan (redaksi dan non-redaksi) yang jelas; pun tak ada tim pengelola dan alokasi biaya yang definitif. Kecerbamegabangan atau kemarjinalan ini jelaslah akibatnya: sajian menjadi ala kadarnya dan masa terbitnya tak menentu.

Keluhan lain dari peserta adalah misi pastoral media gereja terlalu besar. Ini terlihat dari sajian yang

didominasi khotbah dan acara seremonial gereja termasuk peresmian ini dan itu. Difungsikan sebagai corong sinode maka terbitan pun cenderung mewartakan dengan pendekatan *top-down*. Di tengah zaman keterbukaan sekarang pendekatan seperti ini tentu saja sudah tak pas lagi.

Sesungguhnya di masa sekarang sayang kalau media gereja tidak dikelola dengan baik. Sebab wahana ini semakin strategis kedudukannya sebagai sumber informasi. Apalagi di zaman Indonesia sekarang yang sedang didera macam-macam masalah.

Strategis

Kalau saja diurus dengan baik media gereja di masa serba tak menentu sekarang bisa banyak faedahnya. Ia bisa menjadi jembatan informasi alternatif bagi jemaat di negeri yang sedang dirundung kelewat banyak masalah ini. Sejenak mari kita lihat lagi wajah Indonesia sekarang.

Sejak krisis moneter 1997-1998 perekonomian Indonesia masih saja sulit. Ketakpastian dalam pelbagai hal—terutama keamanan dan hukum—membuat investor asing enggan berkiprah di sini. Pergolakan buruh menuntut kenaikan upah yang kian kerap terjadi serta sumber daya alam kita yang makin menipis menjadi penyebab lainnya. Sebagian investor malah telah memindahkan pabriknya ke negeri-negeri yang lebih aman dan menarik dari segi investasi. Cina, Vietnam, dan Kamboja, terutama. Akibat relokasi ini pengangguran pun

meningkat. Mencari uang makin sulit saja bagi rakyat banyak, sementara harga-harga terus membubung. Dengan sendirinya kriminalitas pun meningkat.

Bencana alam juga tak berkesudahan dalam beberapa tahun terakhir. Terutama banjir, longsor. Kerusakan alam akibat eksploitasi secara berlebihan sejak dulu penyebab utamanya. Gempa dan gunung meletus merupakan prahara alam lainnya. Klimaksnya tentu saja tsunami Aceh tahun 2004.

Rawan konflik ada realitas lain Indonesia terutama sejak penguasa Orde Baru, Soeharto tumbang. Selain vertikal konflik ini juga bersifat horisontal (perbenturan sesama unsur masyarakat). Unsur SARA mengedepan di sini. Paling nyata bisa kita lihat dalam aksi pemboman sejumlah tempat (termasuk kedutaan, gereja dan kafe) dan perusakan rumah-rumah ibadah. Belakangan ini konflik termasuk yang berwarna anarkhisme menodai hampir setiap Pilkada. Jelas, konflik telah mencabik-cabik Indonesia. Salah satu yang kerap menjadi penyebab konflik ini adalah miskomunikasi atau komunikasi yang macet.

Satu krisis serius lainnya berkaitan dengan moral. Korupsi sejak lama sudah mendarah daging dalam diri orang Indonesia. Kerajinan beribadah ternyata tak berkorelasi dengan kejujuran. Orang ingin cepat kaya sehingga sud masif i menghalalkan segala cara. Hedonisme yang dipertontonkan media massa—terutama televisi—merangsang orang untuk konsumtif. Seperti kata sastrawan terkemuka almarhum Pramoedya Ananta Toer, di negeri ini tak ada produksi; yang ada hanya konsumsi. Apa pun diimpor mulai dari peniti, obeng, termos, mainan anak (dari Cina), buah, hingga sepeda

motor dan mobil. Tanpa produksi tapi konsumsi yang terjadi—meminjam ucapan klasik Pramoedya—adalah korupsi. Memang demikian adanya. Sekian lama Indonesia berstatus salah satu negeri paling korup. Belakangan KPK banyak sudah menangkap koruptor tapi penilapan uang negara terus berlanjut. Sepertinya orang tak malu lagi berstatus koruptor. Lihatlah mereka yang wajahnya ditayangkan di televisi.

Pembodohan publik oleh mereka yang berkuasa atau berduit berlanjut dan media massa sering dimanfaatkan untuk itu. Tak sulit membodohi karena orang kita umumnya ingatannya memang pendek dan jiwanya lembek. Selain itu kurang berpendidikan dan miskin pula.

Sungguh tidak mudah hidup di Indonesia masa sekarang bagi mereka yang masih berpikiran sehat. Orang semakin memikirkan diri sendiri (*selfish*) atau kelompok sehingga nurani dikesampingkan. Egoisme membuat hubungan sosial melonggar. Maka di keramaian orang pun kesepian atau merasa teralienasi. Alhasil banyak orang yang mencari pelarian. Menggunakan narkoba, itulah salah satu yang mereka lakukan agar sejenak bisa berpaling dari dunia nyata yang tak lagi bersahabat.

Jemaat gereja tentu saja menjadi bagian dari bangsa Indonesia yang dililit krisis multidimensi ini. Banyak dari mereka yang menjadi bagian dari masalah. Yang tak menjadi faktor masalah pun banyak yang bingung menjalani kehidupan serba tak menentu.

Dalam kondisi seperti itu keberadaan media gereja, seperti halnya media agama lainnya, menjadi kian penting. Kalau digarap dengan baik media sejenis ini bisa menjadi wahana komunikasi yang efektif dipakai untuk

tujuan penyadaran, peretasan damai, pembangkitan semangat, atau penguatan iman. Untuk tujuan seperti ini ia bisa lebih strategis dibanding media massa atau pers *mainstream* (koran, majalah, tabloid, radio, atau televisi). Sebab isunya lebih mikro karena lingkupnya terbatas. Komunikasi yang interaktif bisa dilakukan oleh mereka yang menjadi khalayak sasaran media ini. Sementara media *mainstream* cenderung memperhatikan hal yang serba besar, tenar, atau sensasional sesuai apa yang disebut nilai berita (*news value*). Sedikit saja tempat untuk isu lokal di sana termasuk yang berkaitan dengan dunia gereja.

Media gereja pada hakekatnya adalah media komunitas. Sebab khalayak yang disasar bukan umum melainkan kalangan terbatas. Dalam hal ini komunitas gereja saja. Maka agar penggarapannya efektif sebaiknya pengelolanya perlu memperhatikan hakekat media komunitas.

Media komunitas



Media komunitas merupakan jembatan komunikasi seluruh anggota komunitas. Jadi merupakan wahana interaksi bersama. Sebab itu prinsipnya adalah 'dari kita untuk kita'. Kita di sini adalah anggota komunitas. Kian

kental kekitaannya dan semakin interaktif akan lebih baik. Supaya enak buat semua sebaiknya sajiannya dijaga agar tetap konstruktif. Damai yang perlu diretas. Konflik dalam komunitas boleh saja diwartakan tapi bukan untuk mengobarkan melainkan untuk mengupayakan jalan keluarnya.

Format media komunitas macam-macam. Kalau dulu hanya dikenal dalam bentuk cetakan (majalah, tabloid, buletin, atau koran selembarnya), belakangan sudah ada radio komunitas, TV komunitas, dan *mailing list* (milis). Di Indonesia sendiri media komunitas sedang *booming*; sebaliknya media *mainstream* tampak mulai jenuh. Di pasar saat ini aneka media komunitas beredar. Komunitas yang dimaksud macam-macam termasuk yang berbasis hobi, profesi, daerah asal, etnisitas, dan agama. Yang paling banyak adalah yang berbasis hobi (sport, traveling, kuliner, dsb.).

Media gereja akan lebih hidup kalau digarap dengan pendekatan media komunitas. Lingkupnya bisa saja semesta, artinya satu sinode sekaligus. Sebuah media komunitas untuk seluruh jemaat GMIN, misalnya. Tentu saja akan lebih baik kalau tak hanya ada satu media sebab komunitas GMIN sangat besar dan sebarannya luas. Agar lebih fokus, di luar yang semesta tadi dibuat juga beberapa lagi dengan segmentasi berdasarkan kelompok usia di lingkungan sinode. Khusus untuk orang tua misalnya. Atau pemuda. Atau remaja. Atau anak-anak sekolah minggu. Yang untuk orang tua masih bisa dibagi lagi yaitu kaum ibu atau kaum bapak atau kaum manula.

Lingkup satu sinode mungkin terlalu luas. Kalau mau yang lebih sempit bisa saja dan mungkin akan lebih menarik sebab ikatan emosionalnya lebih kuat. Per gereja saja. Misalnya GKI Kwitang punya terbitan sendiri. GKI

Cinere dan GKI yang lain pun demikian. Selama ini media bercakupan terbatas seperti ini banyak sudah, bahkan yang segmentasinya lebih tegas (terbitan khusus remaja atau pemuda gereja, misalnya).

Sesuai prinsip 'dari kita untuk kita' maka sajian media semacam ini pun sebaiknya terfokus pada komunitas. Hal ini mencakup dinamika komunitas, perkembangan keadaan anggotanya, serta keadaan dunia luar yang perlu diketahui siapa pun di komunitas. Katakanlah yang akan kita terbitkan sebuah majalah untuk segenap kaum ibu Gereja Kristen Jawi Wetan (GKJW). Maka sajian utamanya adalah informasi ihwal perkembangan mereka termasuk pencapaian dan persoalan yang menyergap mereka. Profil dan berita keluarga mereka, kalau memang menarik, termasuk. Sajian pelengkap bisa macam-macam termasuk surat pembaca, siraman rohani, perkembangan di dunia ibu secara umum, perkisahan pribadi, agenda atau kalender kegiatan, opini, info kesehatan, konsultasi, tips (kecantikan, keuangan, psikologi), komentar (misalnya lewat sms) dan hiburan.

Yang menjadi narasumber utama berita disini tentu saja adalah anggota komunitas sendiri. Mereka dipilih berdasarkan kompetensi.

Sajian ini sebaiknya ada yang tetap (rubriknya ada dalam setiap nomor) dan ada yang selang-seling. Yang tetap biasanya itemnya lebih banyak dan merupakan artikel-artikel andalan. Sebaiknya periode terbit teratur agar pembaca tak menanti-nanti dalam ketakpastian. Bisa bulanan, dua bulanan, tiga bulanan atau semesteran. Perencanaan perlu untuk itu. Perlu ada tim redaksi dan non-redaksi yang bekerja secara tertib dengan jadwal yang pasti.



Keberadaan media gereja menjadi kian penting karena kalau digarap dengan baik media sejenis ini bisa menjadi wahana komunikasi yang efektif dipakai untuk tujuan penyadaran, peretasan damai, pembangkitan semangat, atau penguatan iman.

Menulis Hasil Reportase

Oleh P. Hasudungan Sirait

Media Komunitas (MK) sebaiknya lebih banyak mewartakan perkembangan dari hari ke hari di tengah komunitas yang menjadi khalayaknya. Sebab 'kabar dari tengah kita' itulah yang paling ditunggu khalayak tadi. Jadi prioritas Media Komunitas adalah berita. Adapun yang bukan *news*—seperti refleksi, opini, kisah fiksi, humor, asah otak—lebih pas menjadi komplementer saja, bukan sajian utama.

Reportase atau liputan lapangan dengan demikian menjadi imperatif atau keharusan. Pekerjaan ini—sebutan lainnya *news gathering*—sebaiknya dilakukan tidak hanya lewat wawancara seperti kebiasaan umum wartawan di negeri kita ini tapi juga dengan observasi dan riset data. Semacam mata trisula hubungan ketiga elemen ini.

Untuk media bukan harian—seperti majalah, tabloid, atau buletin—reportase berarti menjalankan atau mengeksekusi hasil perencanaan liputan yang disebut *outline* penugasan atau TOR (*term of reference*). Jika tak ada perkembangan yang dramatis atau mendasar di lapangan setelah rapat perencanaan liputan usai TOR inilah acuan segala kegiatan penghimpunan informasi yang dilakukan peliput.

Katakanlah reportase telah rampung. Bahan lengkapnya telah tersedia di meja anda sebab andalah yang bertugas sebagai penulis. Kedudukan anda entah itu reporter, redaktur, atau juru tulis belaka. Bagaimana anda menuliskannya? Langkah-langkah seperti apa yang perlu anda ambil?

Agar terarah dan tak memubazirkan energi serta waktu, anda perlu merencanakan langkah. Berikut ini serangkaian langkah alternatif untuk anda, sesuatu yang biasa dijalankan para penulis di jajaran redaksi. *Pertama*, bacalah kembali secara cermat *outline* penugasan atau TOR itu. Perhatikan latar masalah (termasuk urgensi sehingga masalah perlu diangkat), sudut pandang (*angle*), dan pembagian tulisan. Kalau sudah, *kedua*, bacalah seluruh bahan reportase tersebut. Juga, kalau ada foto-foto perhatikanlah sebab hasil jepretan ini adalah berita dalam bentuk lain. Catatlah (dalam bentuk pointer saja) bagian-bagian terpenting dari laporan itu. Kalau tidak, tandai saja. Langkah berikutnya, *ketiga*, adalah pilah-pilah laporan itu sesuai pembagian tulisan. Lalu, *keempat*, menulishlah dengan senantiasa fokus agar satu bagian tidak tumpang tindih (*over-lapping*) dengan bagian lain. Ingat: menulis sangat membutuhkan disiplin diri dan

ketegaan membabat apa saja yang tak perlu atau berkabut. Membuat kerangka untuk setiap bagian yang akan ditulis akan membantu anda tetap pada lintasan yang benar (*on-the track*). Kalau perlu kerangka ini sederhana saja, cukup berupa corat-corek (*orat-oret*, kata orang Jawa).

Tadi saya katakan 'lalu menulishlah dengan senantiasa fokus....". Sebaiknya dari mana tulisan bermula? Mungkin pertanyaan ini kontan menyeruak di benak anda sebaik kalimat anjuran tadi muncul. Jawabannya, memulai tulisan bisa dari mana saja asal dari sesuatu yang menarik. Agar mudah membayangkan, ingatlah film-film layar lebar yang berkelas. Awalannya bebas, bukan? Dari mana saja tak masalah; tak harus dari adegan tertentu. Prinsipnya sama kendati yang satu menggunakan bahasa tulis dan yang satu lagi memakai bahasa audio-visual.

Dalam film, gambar atau suara atau kombinasi keduanya yang muncul seselesai *tittle* nama para pendukung selalu dimainkan betul. Tujuannya untuk mengkondisikan keadaan kejiwaan para penonton sehingga secepatnya mereka masuk ke alam cerita. Dalam pembuka tulisan pun efek yang akan kita kejar sama. Sebab itu pembuka atau *lead* harus kuat.

Apa sebaiknya yang kita pakai sebagai pembuka tulisan? Bisa apa saja, tapi, sekali lagi: asal menarik. Kalau gaya tulisan kita adalah perkisahan (*feature*)

maka penggalan kisah, potret suasana, sebuah adegan, pengenalan masalah, poin terpenting dari informasi, realitas yang kontradiktif, kontroversi, sebuah hipotesis (bisa dari kita si penulis), atau guyonan (*joke*) yang kontekstual, sangat mungkin menjadi pilihan kita. Kalau pun gaya yang kita pilih adalah analisa (*news analysis*) semua pilihan yang barusan disebut tetap bisa kita pakai.

Setelah pembuka selesai kita masuk ke tubuh tulisan. Isinya tentu paparan atau eksplanasi dari hal yang menjadi topik tulisan. Kalau masalah yang kita ulas maka duduk perkara dan relasi antar benang masalah yang saling berpilin mendapat tempat utama di tubuh ini. Jawaban unsur 5 W+1H itulah materi intinya.

Seperti pembuka, agar tubuh berita bernas dan lebih hidup manfaatkanlah anasir seperti penggambaran (deskripsi), komparasi, analogi, ilustrasi, kutipan (omongan atau isi sebuah karya), latar sejarah, data, dan metafora. Ada catatan khusus ihwal deskripsi.

Sebagai penulis modal kita hanyalah kata. Berbeda dengan sang pembuat film yang memiliki gambar hidup dan suara sekaligus. Mengukir kata untuk membangun atmosfir berita itulah yang bisa kita lakukan, padahal efek yang kita kejar sama saja dengan efek film yakni menghanyutkan total pembaca atau penonton ke dalam suasana perkisahan. Hal ini hanya bisa kita lakukan lewat

penggambaran yang kuat. Yang terakhir ini sendiri hanya akan mampu kita lakukan lewat observasi yang intens, wawancara yang terfokus dan dalam, serta riset data yang betul-betul terpilih dan relevan.

Sekarang ihwal penutup. Sejak awal bagian ini perlu kita rancang betul. Ya, seperti film-film yang bagus. Isinya bisa klimaks atau anti-klimaks, garisbawah hipotesis, pesan atau gugahan atau gugatan dari kita sang penulis, gambaran ironi, atau anekdot.

Reportase Dairi

Agar paparan ini lebih mudah anda tangkap saya akan mencontohkan pengalaman saya baru-baru ini merampungkan tulisan hasil sebuah reportase.

Ceritanya, saya bersama teman yang menjadi bagian dari sebuah tim mendapat tugas menulis ihwal Dairi, sebuah kabupaten di Sumatera Utara. Kami lantas melawat ke sana. Sebelum bertolak dari Jakarta, saya mempejari dulu Dairi karena memang masih awam soal kabupaten ini. Tahu namanya tapi belum menjajakkan kaki disana. Perkembangan pariwisatanya antara lain yang saya alami. Caranya saya bertanya ke beberapa orang Dairi di Jakarta yang saya kenal. Juga membacai beberapa buku terkait dan meriset data di internet lewat mesin pencari.

Nanti salah satu yang akan saya tulis tentang pariwisata. *Outline* tulisan TOR-nya saya buat. Sederhana saja. Topiknya, masa depan pariwisata Dairi. *Angle*-nya, strategi menjual pesona alam kabupaten ini. Tulisannya ada tiga. Yang (sifatnya rangkuman), ihwal alamnya yang sangat pertama eksotik dan nilai jualnya. Dua tulisan lainnya bersifat pendukung yakni tentang dua objek turis utama di sana: Taman Wisata Iman (TWI) di Sitingjo (dekat Sidikalang) dan Silalahi di tepi Danau Toba.

Di Dairi kami reporting beberapa hari. Yang saya lakukan ya wawancara, observasi, dan mencari bahan literatur. Selain ibukota Sidikalang, saya ke TWI dan ke Kecamatan Silalahi. Dairi yang masih alami ternyata mencuri hati saya. Ingin saya menyelami relung-relungnya yang lebih jauh, tapi sayang waktu saya tak banyak.

Sekembali dari Dairi seluruh bahan saya pelajari. Setelah itu saya tulis. Hasilnya adalah 3 (tiga) artikel berikut :

1. Menjual Pesona Alam Dairi

Dairi berada di dataran tinggi. Ada keistimewaan setiap kawasan yang terletak di lokasi seperti ini. Udaranya pasti dingin karena oksigen di sana tipis. Lalu, konturnya bertakik-takik. Ya, Dairi sendiri bertopografi bukit dan gunung. Saking banyaknya tonjolan buminya ada yang menyebut Dairi negeri seribu bukit dan gunung. Sebutan yang tak berlebihan.

Konsekuensi dari kontur yang bertakik-takik ini banyak. Tebing dan jurang menjadi jamak. Karena sungai berhulu di gunung atau bukit maka jeram dan air terjun menjadi banyak pula. Sungai ini pelbagai ukuran; yang terpanjang adalah Lae Renun (120 Km) yang berhulu di hutan Lae Pandom. Jenis jeramnya juga beragam, mulai dari yang berarus jinak hingga yang liar.

Kendati telah menjadi korban perambahan puluhan tahun hutan Dairi masih cukup luas. Yang selamat dari tangan-tangan pembalak (baik pemegang hak perusahaan hutan atau HPH maupun penduduk lokal yang menjadi perpanjangan tangan para cukong) terutama kawasan yang berada di gunung dan bukit. Akses yang sulit ke sana menjadi perintang bagi para pelahap kayu tersebut.

Hutan yang menghampar telah menganugerahi Dairi air yang berlimpah. Dari hulu di hutan air sungai-sungai mengalir jauh. Sebagian bermuara di Danau Toba. Tak syak lagi bahwa setelah sebagian air Lae Renun dialirkan ke Danau Toba bersama 11 anaknya (dimaksudkan untuk memutar turbin PLTA Renun), Dairi menjadi kontributor air utama untuk danau terbesar di Asia Tenggara tersebut.

Daftar Nama dan Panjang Sungai Menurut Lokasi

No	Nama Sungai Name of River	Tempat / Kecamatan District	Panjang / Long (Km)
1	2	3	4
1	Lae Renun	Sumbul	120
2	Lae Simbelen	Sidikalang	60
3	Lae Simuhur	Pegagan Hilir/Tigalingga	15
4	Lae Luhung	Siempat Nempu	25
5	Lae Manalsal	Tanah Pinem	20
6	Lae Mbilulu	Tigalingga	7
7	Lae Lobe	Siempat Nempu	5
8	Lae Gunung	Tanah Pinem	10
9	Lae Panginuman	Silima Pungga-pungga	4
10	Lae Pangoroan	Silima Pungga-pungga	4
11	Lae Kentara	Silima Pungga-pungga	10
12	Lae Panecoh	Silima Pungga-pungga	8
13	Lae Silobi	Silima Pungga-pungga	4
14	Lae Pendaroh	Sidikalang	7
15	Lae Nuaha	Sidikalang	6
16	Lae Patulen	Sumbul	8
17	Lae Longki	Siempat Nempu	8
Jumlah			321

Sumber : Kabupaten Dairi Dalam Angka Tahun 2007
BPS Kabupaten Dairi Tahun 2007

Jelaslah bahwa Dairi memiliki sekaligus banyak gunung, hutan, rimba, dan sungai. Juga aneka lokasi eksotik yang merupakan konsekuensi dari topografi yang disebut tadi. Di antaranya tebing, jurang, jeram, gua, dan air terjun. Flora dan faunanya tentu saja kaya pula. Tanaman langkanya misalnya, rupa-rupa. Di antaranya *keburuen* (kapurbarus), *kemenjen* (kemenyan), nilam, *otor-otor* (seperti anggur), *keppeng* (semacam buah asam), dan *panggaben* (sejenis sedap-sedapan). Hewan khasnya juga aneka terutama unggas.

Potensi Objek Wisata Alam di Kabupaten Dairi

No	Objek Wisata	Lokasi	Jarak dari Sidikalang
1	2	3	4
1	Panorama Indah Pantai/ Danau Toba	Silalahi-Paropo	48 Km
2	Panorama Indah Puncak Sidiangkat	Sidiangkat Kec. Sidikalang	4 Km
3	Hutan Wisata Lae Pandom	Pegagan Julu II Kec. Sumbul	31 Km
4	Rumah Adat Pakpak Sikabeng-kabeng	Sikabeng-kabeng	20 Km
5	Panorama Alam Aek Nauli	Desa Lae Markelang	32 Km
6	Panorama Indah Air Terjun	Desa Pardomuan	40 Km
7	Panorama Indah Danau Diatas Gunung Kempawa	Desa Kempawa	42 Km
8	Panorama Indah Letter "S"	Desa Sitinjo Kec. Sitinjo	8 Km
9	Panorama Indah Gua Dalam/ Panjang Kadet Liang	Desa Gunung Sitember	38 Km
10	Air Terjun Lae Pandaroh	Desa Sitinjo	11 Km
11	Benda Bersejarah Batu Aceh	Kel. Sidiangkat	6 Km
12	Bangunan Zerro	Desa Pardomuan	28 Km
13	Panorama Indah Kangkung	Desa Pardomuan	30 Km
14	Huta Rekreasi Uruk Simbelin	Lae Itam	67 Km
15	Mata Air Bonian	Desa Bonian	32 Km
16	Panorama Silomboyah	Desa Silomboyah	11 Km
17	Kerbo jadi Batu Kerbo	Desa Bantun Kerbo	10 Km
18	Dua Buah Gua Sitanduk-tanduk	Desa Tambahan	15 Km
19	Peninggalan Bersejarah Tigalingga	Desa Tigalingga	26 Km

Sumber : Kabupaten Dairi Dalam Angka Tahun 2007
BPS Kabupaten Dairi Tahun 2007

Kelimpahan alam seperti ini tentu merupakan potensi wisata yang luar biasa. Khususnya wisata yang berbasis kealamiah dan keterjagaan kawasan. Geowisata dan ekowisata tercakup di sini. Memanfaatkan pelbagai keistimewaan alam tadi pelbagai kegiatan penghidup dunia wisata sangat mungkin dikembangkan di daerah ini. Di antaranya arung jeram (*rafting*), penyusuran gua (*speleology*), panjat tebing (*climbing*), mendaki gunung (*mountaineering*), sepeda gunung, lari lintas alam, berjalan kaki (*tracking* dan *jogging*), dan berkemah (*camping*).

Di zaman sekarang konsep wisata telah berkembang luas. Ada geo wisata, wisata kuliner, belanja, berkebun, dan yang lain. Keeksotikan alam semata tak cukup lagi sebagai bahan dagangan. Kemampuan mengemas, mempromosikan, dan memasarkan juga menjadi penentu nasib yang maha penting. Kreativitas sangat dibutuhkan untuk itu semua. Kombinasi sejumlah objek dan suguhan kultural, misalnya, bisa dipaketkan agar lebih menarik dan laik jual. Itulah antara lain tantangan untuk dunia wisata kabupaten ini di masa sekarang dan depan.

Taman Wisata Iman

2. Kekuatan Sebuah Gagasan

Matahari masih tinggi saat itu tapi tak lama lagi petang bakal menjelang. Keadaan di kitaran gereja yang bersebelahan dengan masjid dan kuil itu selama beberapa jam lebih sering lengang. Kalau pun sesekali ada pengunjung yang menapak bukit untuk sampai ke sana mereka lebih sekadar melongok saja. Dari bawah memang bangunan bergaya khas gereja Batak yang menyembul di puncak bukit ini sedap dipandang (*eye catching*). Ada juga yang menjejakkan kaki di sana sebatas untuk menuntaskan pelancongan seluruh kawasan; jadi tak sampai berlama-lama. Hari itu Jumat, bukan hari libur. Wajar kalau turis sepi.

Dari pelataran bukit Golgata yang menghampar di puncak bukit sebelah gereja tadi jaraknya hanya sekitar 200 meter. Turun dari tangga pelataran kita tapaki saja jalan raya berbentuk kurva cekung. Sampai sudah tanpa perlu terengah-engah.

Keheningan di kitaran gereja mendadak berujung. Awalnya bunyi kendaraan besar yang menghampir dan berhenti terdengar. Lalu suara sayup-sayup orang bercakap. Kepala-kepala pun bermunculan seiring mengerasnya suara tersebut. Ibu-ibu ternyata, jumlahnya dua puluhan. Hampir semua dengan bawaan. Tas tangan, tas kresek berisi, kardus, dan yang lain. Dua-tiga dari mereka memangku bayi. Melihat penampakannya yang kusut masai pastilah mereka dari jauh. Tapi binar kegairahan pelancong tetap tampak di wajah letih mereka.

Tikar digelar beberapa helai di atas rumput di halaman kiri gereja. Barang-barang tentengan ditaruh. Beberapa orang meletakkan badan begitu saja begitu tikar tergelar; rebahan untuk menghalau kepenatan. Lalu seorang lelaki dewasa muncul dengan beban yang sarat: termos nasi dan sekotak besar air mineral gelas. Berkali-kali ia pergi dan muncul lagi dengan pelbagai barang bawaan.

Kesibukkan menyiapkan santapan siang kemudian terlihat. Seorang perempuan paruh baya menyendoki nasi ke kertas coklat pembungkus. Mengikuti prinsip ban berjalan setiap nasi yang telah dibungkus disambut teman-temannya untuk diisi lauk-pauk dan sayur. Menu yang tersedia ikan emas arsik, telur dadar, ikan teri, ikan asin, sambal sayur pahit, dan timun iris. Dengan suara keras si pembagi selalu menanya mau menu apa kepada setiap calon penerima santapan.

Sudah terlalu lapar rupanya sehingga seorang dari mereka mulai bersantap setelah mengatakan, "Berdoa masing-masing saja ya." Padahal belum separuh yang menerima jatah makan siang. Usul tadi diterima begitu saja. Acara mengganyang suguhan yang niscaya dipersiapkan sendiri dengan berbagi tugas pun berlangsung ditingkahi dengan canda. Lelaki dewasa satu-satunya di tengah mereka kerap menjadi objek guyonan. Sopir bus tiga perempat yang mengangkut rombongan ternyata dia. Selalu tangkas ia membalas celotehan. Tampak rukun mereka.

Siapa gerangan mereka—umurnya campuran sepuluh-belia tapi paling tidak 30-an tahun—yang berbahagia ini? Mereka yang umumnya berpenampilan bersahaja ini ternyata orang Pematang Siantar, dari serikat sekampung

(*parsahutaon*). Tujuannya? Ya piknik. Taman Wisata Iman (TWI) ini sasaran utama mereka. Sasaran antaranya sejumlah tempat eksotik di sepanjang lintasan P. Siantar-Tigaras-Tongging-Sidikalang. Untuk mengejar target berangkat subuh mereka dari P. Siantar. Sengaja dari Sidikalang dulu baru ke TWI agar bisa lebih leluasa mengatur sisa waktu. Setelah itu akan langsung pulang.

Beberapa dari mereka mengatakan sangat senang karena akhirnya bisa ke Taman Wisata Iman. Kunjungan ke lokasi ini mereka maknai secara khusus yakni sebagai ziarah rohani. Ke Sidikalang, umumnya ini kali pertama bagi sebagian besar mereka. ***

Dua perempuan berumur—satu sudah 70-an tahun dan satu lagi sekitar 60-an—menapak kompak. Keduanya berbaju rok. Yang lebih tua bertongkat, berkaos kaki-sandal, dan syal kecil melingkar di lehernya. Sesekali, terutama kalau hendak menapak undakan, ia ditopang temannya. Umur dan kondisi tubuh tampak tak berhasil memupuskan hasrat keduanya yang menggebu.

Mereka menapaki sepanjang jalan salib (*via dolorosa*) yang lebih mirip trotoar dengan lamban tapi pasti. Di setiap lokasi yang ada patungnya mereka berhenti dan menghampir. Senantiasa bertanya jawab mereka di sana. Terkadang berdebat kecil juga saat menafsir. Saling uji pengetahuan isi Alkitab yang diperoleh sejak masa sekolah minggu tampaknya mereka. Entah mengapa keterangan tertulis (*caption*) di dekat patung tak selalu mereka baca sehingga terkadang tafsir atau silang pendapatnya lari dari konteks.

Kedua nenek Toba itu—dari penampakannya berlatar keluarga mapan—belum mencapai sepertiga

lintasan tatkala sebuah keluarga yang tadinya menapak belakangan sudah muncul dari arah yang berlawanan. Artinya keluarga itu telah usai mengitari TWI. Pimpinan keluarga itu menyapa akrab karena rupanya telah bertukar salam waktu masih di bawah. Kedua nenek membalas dengan hangat. Tanpa terpengaruh oleh kecepatan jelajah keluarga tadi, mereka kembali berdebat sembari meneruskan langkah yang kian tertatih.

Setelah lebih dari satu jam akhirnya kedua nenek tampak di pelataran bukit Golgota dimana di ujungnya patung raksasa Yesus dan dua orang lainnya tersalib, tegak. Rayuan seorang tukang foto meluluhkan keduanya. Bersanding mereka di depan patung akbar untuk diabadikan sang juru potret. Keceriaan dan kepuasan terpancar dari wajah keriput keduanya. Wajar tentu, karena kisah perjalanan Yesus dari bayi di palungan hingga menjadi seorang dewasa yang lunglai tersalib segar lagi di benak mereka berkat serangkaian patung berlatar. Pencerapan yang kelihatannya telah menggugah jagat iman dan ingatan mereka yang terbentuk sejak masa lalu yang begitu jauh. Sangat mungkin kalau pengobar lain keriangannya mereka kini adalah kemampuan menahluukkan sebuah bukit kendati harus dengan berpayah-payah. ***

Sepasang remaja menjadi pengunjung lain TWI tengah hari itu. Tak seperti yang lain yang banyak bergerak melongok lokasi ini-itu, pasangan ini bergeming saja di sebuah tempat terpencil. Di samping sebuah pohon besar yang menghadap Sumbul yang menghampar di kejauhan mereka. Sudah lebih sejam keduanya di sana. Kalau semula berjarak, kini sudah duduk merapat mereka dengan membelakangi lintasan.

Akar besar pohon yang menyembul menjadi bantalan pantatnya. Jangan tanya apakah bantalan itu tak keras.**

3. The Power of Idea

Bukit-bukit bersambung seolah tak berujung. Dari sebuah bukit tampak pemandangan laksana objek klasik para pelukis yang disebut beraliran *Indie mooi* (Hindia elok): lembah yang menghampar luas, sawah, ladang, perkampungan, dan hutan yang menyatu dengan kaki langit. Diatasnya awan cerah bergulung-gulung menyembul di langit yang beralaskan puncak gunung.

Tempat menatap itu ada di Sitingo, desa yang berjarak sekitar 10 Km dari Sidikalang mengarah ke Medan. Persisnya di lokasi sebuah patung rangkaian jalan salib, di Taman Wisata Iman.

Bukit ini memang asri murni. Sebaik meninggalkan gapura utama, hutan pinus akan menyambut kita. Sebuah lapangan luas yang dibelah jalan raya dan di kanannya berderet warung menjadi pemberhentian terakhir kendaraan bermotor. Lintasan untuk pejalan kaki merupakan jalur terusannya. Jalan yang terus menanjak akan mengingatkan bahwa bukit tinggilah yang sedang kita tuju.

Udara akan semakin dingin seiring bertambahnya ketinggian yang kita capai. Mulut bisa beruap di tempat-tempat tertentu. Kicau burung dan desir angin yang kerap begitu kentara menjadi simfoni alam. Ah, berasyik-masyuk dengan alam diri ini pun serasa ada di dunia lain nan jauh dari realitas hidup keseharian. Dalam kondisi ini spritualitas atau religiositas seseorang pun menjadi rawan untuk tergugah.

Di sebuah tempat Lae Pandaroh membelah. Seperti namanya, sungai di sisi lintasan ini memang berwarna merah darah. Faktor mineral kegunungan barangkali penyebabnya. Atau bisa juga akar kayu tertentu di hulu. Membuat lintasan di sebelah atas Lae Pandaroh merupakan ide kreatif. Juga membelah hutan pinus di sisi tebing sebagai lintasan utama *via dolorosa* dan menata lingkungan sekitar dengan menambahkan ragam tumbuhan termasuk kembang dan pohon-pohon khas Dairi.

Penempatan patung di sepanjang lintasan serba terukur dan proporsional. Kisah yang dipatungkan pun pas konteksnya. Yang menjadi masalah adalah patung-patung tokoh itu sendiri yang terletak di ruang terbuka. Selain terkesan serba *kinclong* karena disepuh warna serba keemasan juga ukurannya banyak tidak proporsional dari segi anatomi. Mereka yang peka syaraf estetikanya akan langsung melihat cacat ini. Andai saja pematung profesional yang menggarap, karya ini akan lebih menggenapi kelebihan TWI.

Vihara, kuil, masjid, dan gereja semua ada di lokasi 13 hektar yang berjarak 152 kilometer dari Medan ini. Di lokasi masjid misalnya ada miniatur kabah yang bisa dipakai untuk latihan prosesi naik haji (manasik). Kapling untuk setiap tempat ibadah cukup besar. Tapi jatah untuk kaum Nasrani (Protestan dan Katolik) merupakan yang terbesar sehingga nyata dominan. Tak akan mengundang kecemburuan? Tentu si penggagas proyek bisa berapologi dengan mengatakan ini sesuai komposisi pemeluk agama di Kabupaten Dairi.

Bukti kekuatan sebuah gagasan (*the power of idea*) dan kemampuan mewujudkannya. Itulah komentar yang

pas untuk TWI. Betapa tidak. Sebelumnya Sidikalang, apalagi wilayah-wilayah yang menginduk ke ibukota kabupaten ini, tak pernah termaktub dalam peta pariwisata Sumut. Telebih Indonesia dan Asia Tenggara. Seakan tak ada satu pun titik di kawasan ini yang patut dimasukkan ke dalam *map* tersebut. Keadaan sontak berubah sejak tahun 2005.

Sidikalang menjadi populer tak hanya di Sumut sejak TWI berfungsi. Tatkala merencanakan tujuan kunjungan, kota mungil ini pun disebut-sebut sebagai salah satu opsi. Dikira TWI persis ada di sana. Orang-orang gereja terutama dari lingkungan Huria Kristen Batak Protestan (HKBP) di P. Jawa yang mendisain rute pelancongan kelompok ke Sumatera Utara otomatis akan menyebut tempat yang satu ini di samping Salib Kasih di Tarutung. Dalam beberapa tahun belakangan gairah orang HKBP untuk berziarah rohani memang bangkit. Ke Jerusalem kian banyak saja mereka berkunjung. Kalau yang berkantong tebal lebih jauh lagi ziarahnya: sekalian ke Eropa menjejak bumi Lourdes, Vatikan, dan tempat suci lain.

Dari gereja lain, termasuk yang bukan Batak, pun banyak yang datang ke TWI. Keluarga atau perorangan juga. Tak hanya orang Indonesia tapi mancanegara termasuk Malaysia, Brunei, Singapura, dan Jerman. Alhasil pegunjung tempat ini cenderung naik dari tahun ke tahun. Tahun 2005, menurut data Dinas Pariwisata Dairi, 31.776 orang. Tahun 2006 menjadi 171.812 orang dan tahun 2007 menjadi 300.000 orang. Tahun 2008 ditaksir sekitar 500.000 orang. Harga tiket untuk orang dewasa cuma Rp 2.000 per orang dan anak-anak Rp. 1.000. Uang parkir untuk sebuah mobil Rp. 3.000 dan motor Rp. 1000. Jadi objek wisata ini telah menjadi

penyumbang pendapatan asli daerah (PAD) penting Dairi sejak tahun 2005.

Pelbagai bisnis kini tumbuh di lokasi TWI. Antara lain makanan dan minuman, cinderamata, dan fotografi. Kawasan ini pun menjadi lahan cari makan bagi penduduk sekitar dan kaum pendatang. Perekonomian local telah menggeliat. Maka beruntunglah Dairi berbutipkan Master Parulian Tumanggor. Doktor lulusan Perancis inilah penggagas TWI. Dia pula yang tak jemu-jemu melobi pelbagai kalangan agar sudi menjadi donatur untuk proyek kreatif ini.

Merancang Terbitan Komunitas

Oleh P. Hasudungan Sirait*

Kalau diindonesiakan *community paper* bermakna terbitan untuk komunitas. Pada dasarnya yang satu ini adalah media massa yang memberitakan perkembangan terkini di tengah masyarakat tertentu. Dengan demikian pendekatan yang dipakai sama dengan media cetak lainnya. Bedanya dengan *paper* yang lazim (koran, majalah atau tabloid), khalayak yang disasar terbitan ini jauh lebih spesifik dan terbatas, yaitu hanya sebuah komunitas.

Komunitas adalah sebuah kesatuan yang diikat oleh sebuah kesamaan tertentu. Unsur kesamaan ini bisa macam-macam. Di antaranya asal daerah, etnik, agama, profesi, minat atau hobi, alumni dan tempat tinggal atau tempat mencari nafkah. Tergantung calon pengelola media komunitas akan memilih kesamaan yang mana. Biasanya sebuah unsur kesamaan saja yang dijadikan sebagai dasar. Agar mudah membayangkan lebih baik kita bersimulasi saja.

Katakanlah kita akan mendisain sebuah terbitan komunitas berdasarkan kesamaan tempat. Di sana orang berdiam dan mencari nafkah. Sebutlah tempat itu kitaran Cibubur-Cileungsi, di pinggir Jakarta. Penduduk setempat tentu sangat majemuk baik secara sosiografis (usia, jenis kelamin, latar pendidikan, pekerjaan, penghasilan-pengeluaran) dan psikografis (minat atau hobi). Pertanyaan yang perlu kita jawab sekarang adalah

konsep media seperti apa yang tepat untuk kesatuan yang dipertautkan oleh aspek geografis itu.

Sebelum sampai ke sana ada dua pertanyaan yang perlu dijawab. Yaitu, *pertama*, mengapa perlu membuat media untuk mereka yang berdomisili di sekitar Cibubur – Cileungsi itu. Ini berkaitan dengan visi dan misi kita sebagai si penggagas rencana. Visi dan misi ini akan berangkat dari sejumlah konsiderasi atau pertimbangan termasuk yang bersifat bisnis-ekonomi. Lalu, *kedua*, bagaimana agar media yang akan diterbitkan itu benar-benar menjadi eksis, dalam arti ia menjadi milik dari komunitas yang dimaksud? Pertanyaan *pertama* tak sulit untuk dijawab. Tidak demikian dengan pertanyaan *kedua*.

Sekali lagi, yang kita sasar adalah komunitas di sepanjang lintasan Cibubur – Cileungsi. Kita akan menerbitkan media untuk mereka karena beberapa pertimbangan sekaligus. Katakan misalnya pertimbangan kemasyarakatan, komunikasi, dan bisnis. Realitas yang kita lihat yang kemudian telah mengilhami kita untuk menerbitkan sebuah media misalnya: belum ada media sejenis di sana, padahal selama ini sesama anggota komunitas memiliki kendala dalam berkomunikasi. Dengan adanya sebuah media massa, harapan kita, kendala komunikasi itu akan bisa teratasi. Lalu, kita juga melihat adanya peluang bisnis yang bisa kita manfaatkan lewat pengadaan media komunitas. Jadi pertanyaan *pertama* telah terjawab. Kini kita mencoba menjawab

pertanyaan *kedua*: bagaimana agar media komunitas itu eksis.

Milik komunitas

Nasib sebuah media komunitas ditentukan oleh derajat rasa memiliki (*sense of belonging*) khalayak yang disasar terbitan itu. Semakin tinggi rasa itu makin besarlah peluang media tersebut untuk eksis. Pun, sebaliknya. Seyogyanya sebuah media komunitas lebih berpeluang membangun kedekatan emosional dengan khalayak sasarannya dibanding sebuah media umum. Sebab interaksinya jauh lebih intens. *Community paper* yang terbit di Bumi Serpong Damai (BSD) seyogyanya lebih dekat dengan pembaca setempat dibanding *Kompas*, misalnya. Sebab, *Kompas* jarang memberitakan dinamika kehidupan keseharian di kawasan tersebut terutama dari kaum awam. Kalaupun mewartakan niscaya aspek makronya saja, tidak akan membicarakan yang pernik-pernik. Lain halnya dengan media komunitas bernama *BSD News*, misalnya.

Liputan media semacam *BSD News* di ranahnya seharusnya intens betul. Tapi kenyataannya tak selalu demikian. Tak niscaya kedekatan geografis bisa dimanfaatkan oleh sebuah *community paper* untuk memerangkap emosi pembacanya. Penyebabnya, yang lazim, adalah karena pengelola terbitan itu tidak atau kurang mengerti hakekat sebuah media komunitas. Selain itu juga tidak atau kurang mengenal khalayak yang menjadi sasaran mereka.

Media massa adalah jembatan komunikasi. Dalam konteks komunitas, ia merupakan wahana komunikasi sekaligus mediator warga setempat. Sebagai wahana dan mediator ia akan dimanfaatkan dengan sepenuh hati oleh

khalayak sasaran kalau dipandang netral dan terpercaya. Karena itu dalam sajian informasinya media harus senantiasa memperhatikan kaidah dasar jurnalistik seperti jujur, akurat, meliput dua sisi (*cover both-sides*) dan pelbagai sisi (*cover all-sides*), dan tak menguntungkan satu pihak (imparsial). Karena tujuannya adalah merekatkan komunitas maka informasi yang menjadi sajian seharusnya konstruktif, tidak memecah belah. Dengan posisi seperti itu mau tak mau media akan selalu dituntut proaktif.

Seperti media massa lainnya paling tidak ada tiga fungsi yang harus dijalankan media komunitas. Yaitu fungsi informasi, edukasi dan hiburan. Biasanya fungsi ini bisa dijalankan sekaligus. Jadi ketika menggarap sebuah artikel si pengelola media bisa menjalankannya secara bersamaan.

Dalam menjalankan fungsi informasi yang dilakukan si pengelola adalah memasok informasi apa saja ihwal komunitas tersebut. Termasuk dinamikanya dan sumber daya apa saja yang ada di kitaran mereka. Lewat media komunitas pembaca diharapkan akan mengetahui apa saja yang ada di sekitar mereka serta apa saja yang baru, sedang dan akan terjadi di sana. Singkatnya, media komunitas adalah semacam *city guide* beraspek sosial, ekonomi, budaya, politik, hukum, dan yang lain.

Sajian informasi

Banyak dan rupa-rupa informasi yang bisa disajikan media komunitas secara teratur dalam setiap edisinya. Asal pengelolanya kreatif informasi ini tak akan habis untuk digali. Dengan kemasan yang menarik dan dengan pendekatan jurnalistik yang standar informasi ini akan

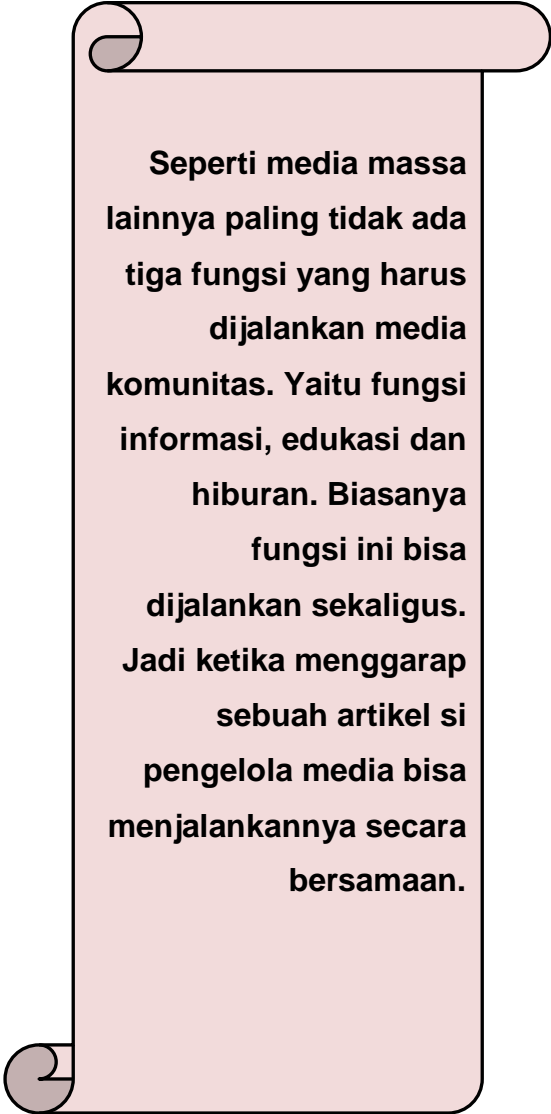
menjadi bahan yang berfaedah bagi pembaca. Kalau kembali merujuk media komunitas Cibubur-Cileungsi tadi, secara reguler kita bisa mengangkat ihwal ragam fasilitas dan jasa yang ada di kitaran komunitas tersebut, misalnya. Antara lain berikut ini.

- *Fasilitas*: rumah sakit, taman, kolam renang, pusat kebugaran, sekolah perbelanjaan, transportasi, PAM, PLN, Telkom
- *Jasa*: bank, restoran, bengkel, reparasi, tukang, servis kendaraan, kredit barang, taman dan tanaman, *baby sitter*, minyak dan gas, les privat, salon, *fashion*, butik, klinik, pengacara, notaris, akuntan
- *Perdagangan*: bahan bangunan, perlengkapan rumah tangga dan hobi, rental (mobil, komputer, perlengkapan pesta, dll), wartel-warnet, dsb.

Yang kita angkat mulai dari soal ketersediaan, mutu pelayanan hingga tarif atau biayanya.

Agar sajian lebih bernas dan menarik perlu ada beberapa rubrik tetap. Misalnya *Bursa* (rumah, tempat kos, tanah, barang bekas, tenaga kerja, lowongan kerja), *Info harga*, *Peluang bisnis*, *Kiat*, *Profil* (individu, lembaga atau korporasi), dan *Regulasi* (peraturan-peraturan dari otoritas lokal). Peruntukan rubrik-rubrik ini tergantung berapa tebal media ini akan dicetak.

**penulis adalah jurnalis, trainer jurnalistik, dan konsultan media.*



Seperti media massa lainnya paling tidak ada tiga fungsi yang harus dijalankan media komunitas. Yaitu fungsi informasi, edukasi dan hiburan. Biasanya fungsi ini bisa dijalankan sekaligus. Jadi ketika menggarap sebuah artikel si pengelola media bisa menjalankannya secara bersamaan.

Mekanisme Kerja Terbitan Komunitas

Oleh P. Hasudungan Sirait*

Irama kerja media harian (koran atau surat kabar) tak sama dengan terbitan bukan harian (mingguan, bulanan, kwartalan, atau semesteran). Yang terakhir—biasanya dalam format majalah, tabloid, atau buletin—periode terbitnya sehari-hari bahkan bisa bulanan sehingga mekanisme kerja di lingkungan redaksinya memiliki ritme sendiri.

Harian senantiasa menekankan aktualitas (kebaruan) berita. Berita yang sudah lewat sehari bagi mereka sudah basi kecuali sifatnya susulan (*follow-up news*). Halnya lain bagi terbitan bukan harian.

Majalah, tabloid, atau buletin—merupakan format umum media [cetak] komunitas—tak bisa menggaris bawahi aktualitas sebab mereka terbitnya paling lekas sepekan sekali biasanya. Sajian mereka lazimnya adalah materi yang telah hampir sepanjang minggu sebelumnya diturunkan harian. Jadi bukan baru, untuk tak mengatakan sudah basi. Sajiannya baru hanya kalau mereka keluar dari *trend* berita dan mengembangkan isu sendiri; sesuatu yang jarang dilakukan di negeri kita ini.

Pembaca, di belahan jagat mana pun, tentu saja tak suka bacaan basi. Kalau demikian apa yang harus dilakukan orang mingguan supaya tetap bisa memerangkap mata pembacanya? Tak ada pilihan lagi selain **pendalaman** dan **pengayaan** (pemerayaan) informasi. Jadi menyajikan berita yang mendalam (*indepth*) dan lengkap (komprehensif) menjadi keharusan. Kalau sekadar menggunakan sudut pandang

(*angle*) yang berbeda tak cukup. Satu lagi: menghindari pewartaan bergaya langsung (*straight news*); sebagai gantinya memakai pendekatan bercerita (*story telling*). Maka tulisannya berupa berita kisah (*feature*). Kalau masih berbentuk *straight news* (berpola piramida terbalik dengan prinsip makin ke bawah nilai beritanya kian berkurang) pasti tak akan pas karena fakta keras yang akan ditonjolkan itu sudah bertebaran di koran dan media yang tenggat pewartannya lebih pendek lagi (televisi-radio-portal/situs berita).

Berita yang dalam dan lengkap: bagaimana kita dapat menyajikannya? Bisakah hanya menunggu perkembangan arus berita atau *trend* berita seperti yang umumnya dilakukan orang harian di Republik ini?

Sedikit catatan tentang cara kerja orang harian. Mengikuti perkembangan isu di lapangan itulah yang lazim dilakukan orang harian. Apa perkembangan terbaru hari ini itulah yang akan mereka sajikan untuk edisi besok. Yang mengetahui perkembangan di lapangan tentu adalah wartawan peliput; sebab itu merekalah tumpuan media harian. Redaktur di kantor biasanya tinggal menyunting laporan mereka saja.

Orang majalah, tabloid, atau bulletin seperti kita dari terbitan komunitas ini tidak pada tempatnya kalau menggunakan cara kerja orang harian. Kalau caranya sama sajiannya kemungkinan besar akan basi: hanya mengulang berita yang sudah dimuat koran atau telah diwartakan TV, radio, dan situs berita. Seperti di dunia

sepakbola, orang mingguan sebaiknya tidak menunggu melainkan harus menjemput bola. Pendalaman dan pelengkapan berita, itulah yang harus dilakukan. Untuk itu **perencanaan liputan** menjadi mutlak.

Liputan Terencana

Idealnya semua sajian berita mingguan merupakan buah dari perencanaan. Jadi tak ada artikel berita yang *nongol* begitu saja tanpa pengujian di rapat redaksi. Perlu demikian adanya untuk menghindari kebasian, kedangkalan, dan kemiskinan informasi. Agar bisa dipertanggungjawabkan redaksi dan adminstrasinya tertib, itu alasan lain.

Lantas, bagaimana sebaiknya merencanakan liputan?

Katakanlah kita, orang mingguan dari terbitan komunitas, tidak sedang mengembangkan isu sendiri melainkan mem*follow-up* sebuah berita yang sedang ramai diberitakan pers. Agar sajian nanti lebih dalam dan lengkap serta bukan pengulangan sebaiknya kita memulai dengan mengikuti pemberitaan isu tersebut oleh media massa sejauh ini. Membacai klipng koran, majalah, dan tabloid (juga memantau berita TV dan radio) merupakan cara praktis untuk itu. Kalau perpustakaan kantor kita tak bisa menyiapkan klipng kita bisa mengandalkan internet. Bukalah situs berita atau memanfaatkan mesin pencari macam *Google*. Niscaya berlimpah bahan disana. Setelah membacai bahan kita akan segera tahu peta masalah dan bisa melihat bolong-bolong dalam pemberitaan sejauh ini. Bolong-bolong ini misalnya berkaitan dengan narasumber (ada yang kurang kompeten, komposisi kurang berimbang,

informasi dari mereka kurang digali), fakta lapangan (kurang atau tak relevan, tak ada dokumen otentik), penggambaran realitas di lapangan, atau gaya ungkap.

Langkah berikutnya: petakan sendiri masalah itu (*mapping*) sedemikian rupa sehingga menjadi lebih detil serta jelas tali-temalnya. Dalam bahasa orang media, uraikan unsur beritanya (**5W+1H**-nya) dan perjelas hubungan antara unsur berita tersebut. Yang dimaksud dengan **5W+1H** adalah **what** (apa peristiwa atau pokok masalahnya), **who** (siapa saja yang tersangkut dalam peristiwa atau masalah itu), **when** (kapan kejadiannya), **where** (dimana kejadiannya atau peristiwanya), **why** (mengapa peristiwa atau masalah terjadi), dan **how** (bagaimana proses kejadian atau bagaimana masalah itu bermula dan kemudian membesar seperti sekarang).

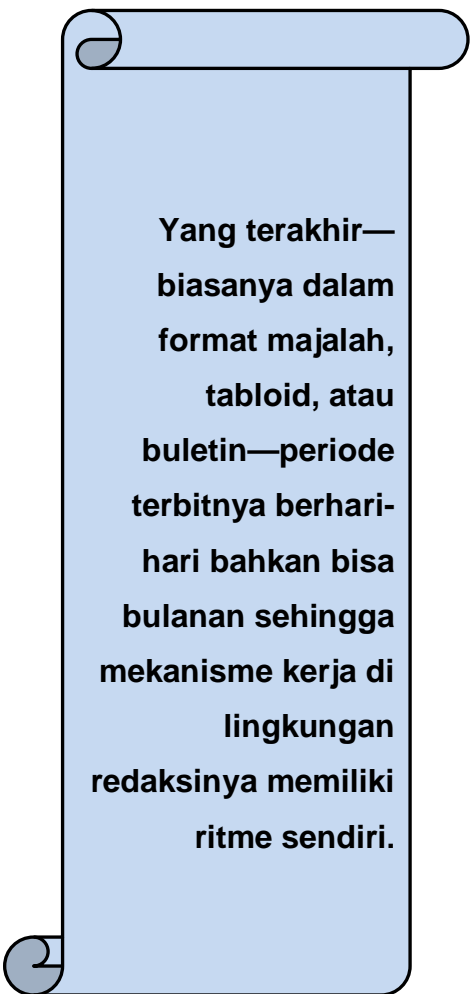
Kalau perlu, bertolak dari hasil pemetaan buatlah semacam hipotesis untuk dibuktikan di lapangan nanti. Jadi kita tak sekadar meronstruksi peristiwa tapi juga menganalisa dan membuktikan hipotesis.

Jika sudah siapkanlah **rancangan liputan** bertolak dari pemetaan masalah tadi. Wujudnya nanti adalah kerangka (*outline*) penugasan yang sering juga disebut *term of reference* (TOR). Setiap media mempunyai model *outline* atau TOR sendiri. Terlepas dari perbedaan model, isinya biasanya mencakup: judul, latar masalah (sebaiknya disertai argumen apa pentingnya masalah itu kita wartakan), sudut pandang (*angle*), pembagian tulisan, narasumber, daftar pertanyaan untuk setiap narasumber, data riset, objek observasi, rancangan foto, dan *deadline*.

Redaktur-lah (terkadang bisa juga Redaktur Pelaksana bahkan Pemimpin Redaksi) yang merancang *outline*. Yang mengeksekusinya para reporter lapangan. Inilah bedanya dengan redaktur harian. Kalau redaktur harian praktis lebih mengandalkan hasil liputan reporternya, redaktur mingguan sebaliknya: merekalah **otak** atau *master mind* di jajaran redaksi. Merupakan koki yang akan menentukan lezat tidaknya sajian nanti, mereka.

Reporter mingguan selalu berbekal *outline* penugasan atau TOR yang dirancang redaktornya. Itulah bedanya dengan reporter harian. Yang terakhir ini jamaknya tak dibekali TOR sehingga dengan sendirinya harus selalu berinisiatif mencari dan mengembangkan isu. Aktualitas menjadi prioritas mereka. Tapi akhir-akhir ini cara kerja wartawan harian juga mulai berubah. Mereka tak bisa lagi mengandalkan sekadar aktualitas melainkan perlu mengeksplorasi ruang kedalaman dan kelengkapan berita. Pasalnya, media mereka bukan lagi pewarta tercepat. Dari segi waktu pemberitaan mereka kini telah kalah jauh dibanding radio-TV-portal berita (terutama *Elshinta*, *MetroTV* dan *detik.com*) yang bisa melaporkan langsung (*live report*). Bahkan dibanding TV umum pun yang sekarang bisa memunculkan *running text* setiap saat. Maka mengerjakan penugasan terencana pun sudah mulai mereka lakukan. Kian mendekati cara kerja orang mingguan, jadinya.

**penulis adalah jurnalis, trainer jurnalistik, dan konsultan media.*



**Yang terakhir—
biasanya dalam
format majalah,
tabloid, atau
buletin—periode
terbitnya berhari-
hari bahkan bisa
bulanan sehingga
mekanisme kerja di
lingkungan
redaksinya memiliki
ritme sendiri.**



Satu hal yang perlu dicatat dan senantiasa diingat berkait dengan aktivitas tulis-menulis adalah: dengan menulis (yang kemudian dimuat di suatu media), kita dapat menebar hal-hal yang baik dan mudah-mudahan dapat mempengaruhi sebanyak-banyaknya orang. Apalagi, mengingat sifat tulisan itu sendiri yang “tak lekang oleh waktu” (bisa dibaca kapan saja) dan “tak terbatas oleh ruang” (bisa dibaca di mana saja) serta relatif murah dan mudah membuatnya.

Victor Silaen

Media gereja akan lebih hidup kalau digarap dengan pendekatan media komunitas. Media Komunitas (MK) sebaiknya lebih banyak mewartakan perkembangan dari hari ke hari di tengah komunitas yang menjadi khalayaknya. Sebab ‘kabar dari tengah kita’ itulah yang paling ditunggu khalayak tadi. Jadi prioritas Media Komunitas adalah berita.

P. Hasudungan Sirait



Yakoma – PGI

Jl. Cempaka Putih Timur XI No. 26, Jakarta – 10510

Telp. 021-4205623, Faks. 021-4253379

Yakoma

Email : yakoma@cbn.net.id, website: www.yakomapgi.org