

Teknik Menulis di Media Online

Pengertian Media Online

1. Media online (*online media*) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet.
2. Media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (*printed media*) -koran, tabloid, majalah, buku-- dan media elektronik (*electronic media*) -radio, televisi, dan film/video.
3. Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online -disebut juga *cyber journalisme*- didefinisikan sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet" (wikipedia).
4. Secara teknis atau "fisik", media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.
5. Isi media online terdiri: Teks, Visual/Gambar, Audio, dan Audio-Visual (Video)

Karakteristik Media Online

1. Kapasitas luas --halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
10. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Jurnalisme Online

1. Kehadiran media online memunculkan "generasi baru" jurnalistik, yakni jurnalisme online (*online journalism*) -disebut juga *cyber journalism*.
2. Per definisi, jurnalisme online merupakan proses penyampaian informasi dengan menggunakan media internet (website). Kamus bebas *Wikipedia* mendefinisikan jurnalisme online sebagai "pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarakan melalui internet" (*reporting of facts produced and distributed via the Internet*).
3. Jurnalisme online adalah "jurnalisme judul" karena perilaku pembaca yang umumnya "headline reader" atau "lead reader" - perilaku yang juga berlaku bagi pembaca koran. Tubuh berita biasanya diformat dalam bentuk singkat dan padat. Kelengkapan informasi tetap terjaga karena ada "berita/tulisan terkait" (*linkage*).

Keunggulan Jurnalisme Online

Keunggulan jurnalisme online secara detail dikemukakan James C. Foust dalam bukunya, *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web* (2005):

1. *Audience Control* --audiens lebih leluasa dalam memilih berita.
2. *Nonlienarity* --tiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan.
3. *Storage and retrieval* --berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah.
4. *Unlimited Space* --memungkinkan jumlah berita jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
5. *Immediacy* --cepat dan langsung.
6. *Multimedia Capability* --bisa menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita.
7. *Interactivity* --memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca.

Jenis Tulisan

Jenis tulisan media online sama dengan jenis tulisan karya jurnalistik pada umumnya, yakni news, views, dan feature (paduan news & news).

1. News, Berita -laporan peristiwa, rekonstruksi kejadian, disusun dengan paduan unsur 5W+1H (What,Who, When, Where, Why, dan How) dan sistematika: Head/Judul, Lead/Alinea Pertama, Body/Isi Berita. [Rumus Standard Penulisan Berita: Who does What Where When Why How).

2. Views, Opini –tulisan berisikan opini, pendapat, atau analisis tentang suatu peristiwa atau masalah. Struktur penulisan: judul, penulis, opening, body, closing.
3. Feature –tulisan berisi paduan antara fakta dan opini. Struktur tulisan: judul, lead, body, closing. Masuk dalam kategori feature a.l. tips, biografi, pengalaman, "curhat", dan catatan perjalanan.

Karakter Pembaca

1. Menilai situs dalam seperduapuluh detik!
2. Melihat, pindai, baru membaca
3. Sekitar 80% memindai (melihat dari kiri atas ke kanan), lalu gambar, grafis, desain.
4. Umumnya ingin membaca tulisan di internet secara cepat – pembaca judul dan lead.
5. Pertama kali melihat teks (78%), bukan foto atau grafik.
6. Secara umum, user pertama kali tertarik pada judul, ringkasan tulisan, atau *caption*.
7. Tidak membaca kata per kata, tetapi lebih banyak memindai (scan) (79%, hanya 16% yang membaca kata per kata) tampilan situs, terutama kata-kata yang di-*highlight*, jenis huruf berbeda, penyajian dengan butir-butir (*numerik/bullet/numbering*).
8. Lebih menyukai judul yang tepat pada sasaran (*straightforward*) dibandingkan judul yang lucu atau cantik.
9. Membaca ringkasan atau tulisan pendek --karena membaca di layar monitor komputer 25% lebih lambat dibandingkan membaca media cetak.
10. Tidak berlama-lama di satu situs. User tidak sabaran, memiliki wewenang penuh untuk pindah atau tetap di satu situs.
11. Kunjungan selama 10 menit sudah termasuk lama.
12. Daya tahan mata di depan layar monitor terbatas.

Gaya Penulisan

1. Menyesuaikan dengan karakter pembaca, gaya bahasa jurnalisme online hendaknya: ringkas, padat, to the point.
2. Judul sederhana dan padat.
3. Tulisan mudah dipindai memindai (*scannable*), misalnya dengan subjudul (maksimum tiap lima paragraf), *highlight* kata-kata penting dengan warna berbeda, cetak tebal, jenis huruf, ukuran huruf, hypertext/hyperlink.
4. Tulisan pendek lebih disukai. Jumlah kata paling banyak 50% dari media cetak.
5. Alinea pendek. Satu alinea idealnya hanya terdiri dari 65 karakter atau maksimal lima baris (*lines*).
6. Gunakan alinea/paragraf pendek dan jarak antar-alinea.

7. Uraian panjang dipecah-pecah menjadi beberapa judul, sambungkan melalui multiple hyperlink.
8. Pembaca tidak suka tulisan panjang dan harus men-scroll jauh ke bawah.
9. Gunakan tabel atau poin/angka urut ke bawah (*bullets or numbering*). Pembaca lebih mudah dan lebih nyaman membaca uraian berurut ke bawah daripada membaca alinea panjang.
10. Terapkan prinsip Piramida Terbalik -- yang penting di atas, uraian selanjutnya.
11. Gunakan bahasa sederhana dan "informal" untuk tulisan opini (artikel) dan feature.
12. Pendekatan "Piramida Terbalik" lebih intens digunakan dalam penulisan berita online, yaitu benar-benar mengedepankan yang paling penting dan mendesak diketahui pembaca.
13. Bahasa Jurnalistik (*language of mass media*) juga kian penting berperan mengingat karakter bahasa jurnalistik yang lugas, ringkas, sederhana, dan mudah dipahami.

The 10 Commandments of Internet Writing

By Garth A. Buchholz, *Webpronews.com*

1. Online content is informally written.
2. Online content is not just about words.
3. Words are graphical images, too.
4. Layout and design are critical in a visual medium like the Web.
5. Chunk it out, chunk it down. (broke into smaller blocks of text separated by a break) or "chunked down" (shortened).
6. Write strong meta-content (headlines, subheads, cutlines, labels, etc).
7. Don't reinvent the wheel - just link to it.
8. Use the traditional newspaper structure of "inverted pyramid" writing.
9. Make the writing compelling, personal and energetic.
10. Know your Internet community.

Writing Well for the Web

Webreference.com

1. Be Yourself. Write Conversationally. It's the most natural way to write -- try writing the same way you speak to a friend.
2. Write Short, Tight Paragraphs.
3. Chunk the Information Into Bite-sized Bits. Nobody likes to scroll through a long narrative looking for the "good stuff."
4. Draw a line between each unique "thought". Write a headline for each thought (even if the thought is just one paragraph).

5. Better yet, avoid narrative paragraphs whenever possible. Try using a bulleted list or a table instead. It's a lot easier on the eye.
6. Use Action Verbs.
7. Catch Their Attention.
8. Be Descriptive. Include the key elements of the "thought" in your headline.

Tips1

Robert Niles, "How to write for the Web", The Online Journalism

Review:

1. Short -ringkas, the shorter the better.
2. Active voice -gunakan kalimat aktif.
3. Strong verbs -pilih kata kerja yang kuat.
4. Contextual hyperlinking -lengkapi dengan tautan informasi terkait; memungkinkan pembaca memperkaya pengetahuan dan informasi pendukung.
5. Use formatting -gunakan variasi tampilan huru atau kalimat (), misalnya dengan menggunakan daftar (list), header tebal, dan kutipan (blockquotes).
6. Easy to read - mudah dibaca; jangan ada blok teks/alinea yang lebih dari lima baris. "No block of text more than five lines on the screen."

Tips2

1. Layout Sederhana.
2. Tidak terlalu dinamis dengan animasi berlebihan.
3. Gunakan foto atau video terkait.
4. Tempatkan iklan dengan tepat agar tidak mengganggu pembaca.
Hindari font aneh dan berwarna terang.
Gunakan EYD/kata baku.
5. Hindari background musik automatic play.
6. Hindari Windows Pop Up.
Informasi kontak/contact form.
7. Kolom komentar
8. Cerita apa pun dapat diceritakan dalam 800 kata — pedoman yang baik untuk tulisan online.

SEO Friendly

1. EYD/Baku
2. Logis/SPOK
3. Panjang 300-500 kata. Maks. 800 kata.
4. Satu paragraf terdiri atas 3-5 kalimat

5. Hindari bahasa slank/bahasa gaul.
6. Akurat, tidak salah ketik.

Tata Bahasa: Beberapa Kesalahan

1. "Dan" di awal kalimat.
2. Kata Mubazir: sementara itu, dalam rangka, perlu diketahui, seperti kita ketahui, dapat ditambahkan, selanjutnya, adapun.
3. "Sehingga" di awal kalimat.
4. Bahasa Indonesia tidak mengenal bentuk "di mana" (padanan dalam bahasa Inggris adalah "who", "whom", "which", atau "where") atau variasinya ("dalam mana", "dengan mana", "hal mana", "dalam pada itu", "yang mana" dan sebagainya).
5. Angka di awal judul --12 Orang Tewas Tertimbun Longsor. Mestinya, "Dua Belas Orang Tewas...", "Belasan Orang Tewas Tertimbun Longsor", atau "Longsor Tewaskan 12 Orang".
6. Pasangan kata: baik... maupun....; tidak hanya.... tapi juga....; tidak.... tetapi; bukan... melainkan....

Formula Menulis Berita: 5W+1H

1. WHO does WHAT When Where Why How (SIAPA melakukan APA di mana, kapan, kenapa, bagaimana)
2. WHO says WHAT WWWH
3. WHAT said by WHO WWWH