

OPTIMALISASI STRATEGI PENULISAN BERITA UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN DAN INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL

¹Siti Mariam Ayuni, ²Nur Rima Dzul 'Arsyl, ³Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

¹mariamayuni2@gmail.com, ²ndzularsyl@gmail.com

Abstract

A news writing strategy is essential to ensure news grabs readers' attention, is easy to understand, and can be widely spread on social media. News preparation requires special skills in writing and choosing the right words to convey the message effectively. News characteristics can vary from one media to another. These differences can include format, writing style, news focus, and approach to the audience. In addition, news writing ethics has a central role in maintaining the integrity and professionalism of journalists in carrying out their duties. The method used in this paper is a literature study with a qualitative descriptive approach. The explanation of the methods used in this paper indicates that the research was carried out through literature studies with a qualitative descriptive approach.

Keywords: *Journalism, social media, news*

Abstrak

Strategi penulisan berita sangat penting untuk memastikan berita menarik perhatian pembaca, mudah dipahami, dan dapat tersebar luas di media sosial. Penyusunan berita memerlukan keahlian khusus dalam menulis dan memilih kata-kata yang tepat untuk menyampaikan pesan secara efektif. Karakteristik berita dapat bervariasi antara satu media dengan media lainnya. Perbedaan tersebut dapat mencakup format, gaya penulisan, fokus pemberitaan, dan pendekatan terhadap audiens. Selain itu, etika penulisan berita memiliki peran sentral dalam menjaga integritas dan profesionalisme wartawan dalam menjalankan tugasnya. Metode yang digunakan dalam tulisan ini ialah studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penjelasan tentang metode yang digunakan dalam tulisan ini mengindikasikan bahwa penelitian dilakukan melalui studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Kata kunci: *Jurnalistik, sosial media, berita*

Pendahuluan

Optimalisasi strategi penulisan berita sangat penting untuk memastikan berita Anda menarik perhatian pembaca, mudah dipahami, dan dapat tersebar luas di media sosial. Pembuatan berita merupakan suatu proses jurnalistik yang terstruktur, melibatkan serangkaian langkah yang hati-hati untuk menyajikan informasi kepada pembaca dengan cara yang akurat, jelas, dan relevan. Proses ini dimulai dengan penentuan agenda (agenda setting), di mana media menetapkan topik atau isu yang akan diangkat berdasarkan pertimbangan relevansi, urgensi, dan kepentingan publik. Selanjutnya, reporter terlibat dalam pengumpulan informasi dengan melakukan wawancara, riset.

Penyusunan berita memerlukan keahlian khusus dalam menulis dan memilih kata-kata yang tepat untuk menyampaikan pesan secara efektif. Setelah itu, berita mengalami proses editing untuk memastikan kejelasan, ketepatan, dan gaya penulisan yang sesuai dengan

standar redaks. Tahapan verifikasi fakta pun dilakukan untuk memastikan kebenaran informasi sebelum berita dipublikasikan.

Karakteristik berita dapat bervariasi antara satu media dengan media lainnya. Perbedaan tersebut dapat mencakup format, gaya penulisan, fokus pemberitaan, dan pendekatan terhadap audiens. Perbedaan format pengiriman berita antara media elektronik, media cetak, dan media online memainkan peran penting dalam cara berita dikonsumsi oleh audiens. Etika penulisan berita memiliki peran sentral dalam menjaga integritas dan profesionalisme wartawan dalam menjalankan tugasnya. Pedoman ini memberikan landasan moral yang kuat untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah akurat, seimbang, dan relevan. Wartawan, sebagai pemberi informasi publik, memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat untuk memberikan produk jurnalistik yang berkualitas dan bermutu.

Dewan Pers Indonesia menegaskan pentingnya profesionalitas wartawan sebagai pilar dalam menjaga kemerdekaan pers dan hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar. Landasan moral dan etika profesi menjadi pedoman operasional yang tidak hanya menjaga kepercayaan publik tetapi juga menjamin bahwa wartawan bertindak dengan integritas dan konsistensi. (Dewan Pers, 2011). Penting untuk dicatat bahwa dalam menjalankan tugasnya, wartawan perlu berpegang pada Kode Etik Jurnalistik yang telah ditetapkan. Kode ini mencakup prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran, akurasi, keberimbangan, dan perlindungan hak-hak individu. Keberadaan Kode Etik Jurnalistik memberikan kerangka kerja yang jelas bagi wartawan untuk membuat keputusan etis dan menghadapi dilema moral yang mungkin muncul dalam proses peliputan berita.

Optimalisasi strategi penulisan berita untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi di media sosial adalah kunci keberhasilan dalam membangun audiens yang terlibat dan setiap Media sosial telah menjadi alat paling efektif dalam dunia pemasaran dan promosi, demikian seperti yang disoroti oleh Juditha (2017). Melalui platform ini, baik individu maupun organisasi dapat membangun profil diri mereka dan membentuk hubungan daring dengan pihak lain, terlibat dalam interaksi, komunikasi, dan berbagi konten dalam jaringan daring. Keunggulan media sosial meliputi keterjangkauan global, memungkinkan pemasar mencapai audiens yang luas dan beragam. Dengan fitur targeting yang canggih, iklan dapat disajikan secara spesifik kepada segmen pasar yang diinginkan.

Media sosial juga memberikan kesempatan untuk interaksi langsung dengan pelanggan, memungkinkan merek untuk membangun hubungan yang lebih mendalam. Dengan kemampuan untuk membangunkesadaran merek melalui konten visual yang menarik, media sosial juga memfasilitasi pemantauan kinerja dan analitika, membantu pengiklan mengevaluasi efektivitas kampanye mereka. Fleksibilitas, kreativitas, dan kemampuan berbagi yang tinggi menjadikan media sosial sebagai sarana yang dinamis untuk menyampaikan pesan pemasaran dengan cara yang inovatif. Meskipun demikian, keberhasilan kampanye di media sosial tetap tergantung pada relevansi, kreativitas, dan keaslian konten agar dapat menarik perhatian pengguna yang semakin kritis terhadap iklan. Data mengenai pengguna media sosial di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang luar biasa. Berdasarkan penelitian Data Report pada Januari 2022, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta, atau sekitar 68,9% dari total jumlah penduduk yang mencapai 277,7 juta jiwa pada periode yang sama. Angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, di mana pada tahun 2021 jumlah pengguna media sosial "hanya" mencapai 170,4 juta, mengalami kenaikan sebesar 21 juta pengguna

atau 21%. Dari jumlah tersebut, platform YouTube mendominasi peringkat dengan jumlah pengguna mencapai 139 juta jiwa, setara dengan 50% dari total populasi Indonesia pada Januari 2022. Facebook menempati urutan kedua dengan 129,9 juta pengguna (48%), diikuti oleh Instagram dengan 99,15 juta jiwa (35,7%), dan TikTok dengan 92,07 juta

pengguna. Platform lain seperti Twitter mencapai 18,45 juta pengguna, dan LinkedIn dengan 20 juta pengguna. (Jemadu & Prastya, 2022).

Data ini mencerminkan betapa dominannya media sosial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, serta perkembangan signifikan dalam penerimaan dan penggunaan platform-platform tertentu. Fenomena ini juga memberikan peluang besar bagi perusahaan dan pemasar untuk mencapai dan terlibat dengan audiens mereka melalui berbagai platform media sosial yang populer di Indonesia. Meskipun demikian, data ini juga menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap tren penggunaan masing-masing platform untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan preferensi pengguna.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam tulisan ini ialah studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penjelasan tentang metode yang digunakan dalam tulisan ini mengindikasikan bahwa penelitian dilakukan melalui studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif. (Moleong, 2021)

Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan isi tetapi tidak berdasarkan akurasi statistik. Penelitian Kualitatif dinilai lebih menggambarkan suatu hal yang terjadi dibandingkan dengan penelitian kuantitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena atau kejadian secara mendalam. Fokus utama adalah dan penjelasan secara rinci tentang topik tertentu. Dalam hal ini, penulis berusaha untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai media sosial dan bagaimana perpustakaan dapat memanfaatkannya untuk kegiatan pemasaran.

Penelitian ini dirancang dengan pendekatan holistik yang menggabungkan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi langsung di lokasi penelitian, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang situasi dan kondisi yang diamati.

Wawancara mendalam (in-depth interview) juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif langsung dari pihak terkait, memberikan informasi yang detail dan kontekstual. Sementara itu, pengumpulan data sekunder melibatkan studi literatur dari buku-buku dan literatur terkait, serta penelusuran sumber informasi melalui internet. Kombinasi data primer dan sekunder memberikan keunggulan dalam menyajikan gambaran yang komprehensif dan terdiversifikasi terkait objek penelitian. Analisis data, yang melibatkan teknik-teknik kualitatif, akan menjadi landasan untuk menyusun temuan dan kesimpulan penelitian ini, memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman fenomena yang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Penggunaan sosial media menjadi kebutuhan memasuki area ekologi media. Dimana persaingan antar media yang saat ini semakin tinggi karena persaingan tidak hanya media konvensional melainkan persaingan media digital yang jumlahnya terus meningkat. Rata-rata sosial media yang dimiliki oleh portal berita antara lain Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan saat ini yang menjadi trend saat ini adalah Tik Tok.

Media sosial merupakan media kedua portal berita untuk mendistribusikan berita kepada audien. Selain itu, masyarakat memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi. Sosial media tidak hanya sebagai media pencarian informasi tetapi juga sebagai tempat untuk berekspressi dalam menuangkan ide dan kritikan terhadap isu yang sedang berkembang saat ini. Kolom komentar menjadi media bagi masyarakat untuk mengutarakan pendapat mereka, meskipun komentar tidak mendapatkan feedback dari follower lain maupun admin akun. Bahkan dari kolom komentar menjadikan sumber berita tersendiri bagi redaksional portal berita.

Selain melalui kolom komentar, redaksional berita harus berpegang pada unsur penulisan yang mengacu pada standar atau kaidah jurnalistik pada umumnya. menulis di

media sosial seperti seorang jurnalis diperlukan sisi kepekaan, sudut pandang dan kreativitas dalam mengolah bahan yang ada menjadi berita yang menarik dan mudah dibaca. Berbagai strategi penulisan berita sangat penting untuk memastikan berita Anda menarik perhatian pembaca, mudah dipahami, dan dapat tersebar luas di media sosial. Pertama, perlu memahami jenis dan isu berita yang akan ditulis. Kedua, menulis judul berita harus yang menarik namun tidak terlalu panjang. Penulis dapat menggunakan teknik piramida terbalik agar pembaca tertarik untuk membaca kelanjutan dari hal yang ditulis serta memperhatikan jumlah kalimat yang digunakan. Ketiga, menuliskan dengan kalimat pendek, deskriptif agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. Kemudian sertakan juga kutipan langsung untuk memperkuat isi berita. Keempat, perhatikan jumlah kata. Kelima, membuat tampilan media yang menarik, contohnya adalah infografis. Dengan membuat poin-poin tertentu dalam infografis dan tetap menuliskan tulisan lengkapnya.

Judul adalah iklan bagi berita. Judul yang menarik, sama artinya judul bisa dipakai untuk konten di media sosial untuk menaikkan traffic. Dorong pembaca melakukan klik dengan judul yang menarik. Tulis lead berita yang menarik dan taruh kata kunci di bagian ini. Fungsi lead berita adalah meringkas isi berita dan mempromosikan isi berita kepada pembaca. Unsur siapa, apa, kapan, dimana dan bagaimana setidaknya sudah ada di lead berita. Panjangnya cukup 1-2 paragraf. Kemudian untuk body berita berisi informasi tambahan. Umumnya ada kutipan langsung dan tidak langsung. Kutipan ini bisa didapatkan dari wawancara, pidato, sambutan dan sebagainya.

Strategi penulisan berita sangat penting untuk memastikan berita Anda menarik, namun hal lain yang perlu diperhatikan saat pembuatan berita yaitu membuat berita yang berkualitas. Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2001), dalam bukunya *The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (New York: Crown Publishers), membuat rumusan tentang prinsip-prinsip penulisan berita yang berkualitas. Rumusannya disebut Sembilan Elemen Jurnalisme.

Pertama, Kewajiban para jurnalis adalah menyampaikan kebenaran, sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi yang mereka perlukan untuk berdaulat. Bentuk kebenaran jurnalistik yang ingin dicapai ini bukan sekadar akurasi, namun merupakan bentuk kebenaran yang praktis dan fungsional.

Kedua, loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga (citizens). Organisasi pemberitaan dituntut memberi layanan kepada berbagai kepentingan konstituenya: lembaga komunitas, kelompok kepentingan lokal, perusahaan induk, pemilik saham, pengiklan, dan banyak kepentingan lain. Semua itu harus dipertimbangkan oleh organisasi pemberitaan yang sukses. Namun, kesetiaan pertama harus diberikan kepada warga, bukan kepada perusahaan dan negara. Ini adalah implikasi dari perjanjian dengan publik.

Ketiga, esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi yang menjadikan beda antara jurnalisme dengan hiburan (entertainment), propaganda, fiksi, atau seni, adalah disiplin verifikasi. Disiplin verifikasi tercermin dalam praktik-praktik seperti mencari saksi-saksi peristiwa, membukasebanyak mungkin sumber berita, dan meminta komentar dari banyak pihak. Disiplin verifikasi berfokus untuk menceritakan apa yang terjadi sebenar-benarnya. Dalam kaitan dengan apa yang sering disebut sebagai —obyektivitas dalam jurnalisme, maka yang obyektif sebenarnya bukanlah jurnalisnya, tetapi metode yang digunakannya dalam meliput berita.

Keempat, Jurnalis harus selalu menjaga sikap independen dari faksi-faksi. Independensi semangat dan pikiran harus dirawat oleh jurnalis yang bekerja di ranah opini, kritik, dan komentar. Jadi, yang harus lebih dipentingkan adalah independensi, bukan netralitas. Jurnalis yang menulis tajuk rencana atau opini, tidak bersikap netral. Namun, ia harus independen, dan kredibilitasnya terletak pada dedikasinya pada akurasi, verifikasi, kepentingan publik yang lebih besar, dan hasrat untuk memberi informasi.

Kelima, Jurnalis harus berada dan bertindak sebagai pemantau independen terhadap

kekuasaan. Jurnalis tidak hanya sebagai pemantau pemerintahan, namun juga pemantau kepada semua lembaga kuat di masyarakat. Pers percaya dapat melakukan pengawasan dan mendorong para pemimpin agar mereka tidak melakukan hal-hal buruk, yaitu hal-hal yang tidak boleh mereka lakukan sebagai pejabat publik atau pihak yang menangani urusan publik. Jurnalis juga mengangkat suara pihak-pihak yang lemah, yang tak mampu bersuara sendiri.

Keenam, jurnalis harus menjalankan fungsi menciptakan forum di mana publik diingatkan pada masalah-masalah yang benar-benar penting, sehingga mendorong warga untuk membuat penilaian dan mengambil sikap.

Ketujuh, jurnalis harus memiliki tujuan yang jelas, yaitu menyediakan informasi yang dibutuhkan orang untuk memahami dunia, dan membuatnya bermakna, relevan, dan menarik. Dalam konteks ini, terkadang ada godaan ke arah infotainment dan sensasionalisme.

Kedelapan, jurnalis harus menjaga agar beritanya komprehensif dan proporsional. Jurnalisme itu seperti pembuatan peta modern. Ia menciptakan peta navigasi bagi warga untuk berlayar di dalam masyarakat. Maka jurnalis juga harus menjadikan berita yang dibuatnya proporsional dan komprehensif. Dengan mengumpamakan jurnalisme sebagai pembuatan peta, kita melihat bahwa proporsional dan komprehensivitas adalah kunci akurasi. Kita juga terbantu dalam memahami lebih baik ide keanekaragaman dalam berita.

Dan terakhir, jurnalis memiliki kewajiban untuk mengikuti suara nurani mereka. Setiap jurnalis, dari redaksi hingga dewan direksi, harus mempunyai rasa etika dan tanggung jawab personal, atau sebuah panduan moral. Terlebih lagi, mereka punya tanggung jawab untuk menyuarakan sekuat-kuatnya nurani mereka dan membiarkan yang lain melakukan hal yang serupa. Agar hal ini bisa terwujud, keterbukaan redaksi adalah hal yang penting untuk memenuhi semua prinsip jurnalistik. Mudah-mudahan mereka yang bekerja di organisasi berita harus mengakui adanya kewajiban pribadi untuk bersikap beda atau menentang redaktur, pemilik, pengiklan, dan bahkan warga serta otoritas mapan, jika keadilan (fairness) dan akurasi mengharuskan mereka berbuat begitu.

Penutup

Strategi penulisan berita sangat penting untuk memastikan berita Anda menarik perhatian pembaca, mudah dipahami, dan dapat tersebar luas di media sosial. Penyusunan berita memerlukan keahlian khusus dalam menulis dan memilih kata-kata yang tepat untuk menyampaikan pesan secara efektif. Karakteristik berita dapat bervariasi antara satu media dengan media lainnya. Perbedaan tersebut dapat mencakup format, gaya penulisan, fokus pemberitaan, dan pendekatan terhadap audiens. Selain itu, etika penulisan berita memiliki peran sentral dalam menjaga integritas dan profesionalisme wartawan dalam menjalankan tugasnya.

Optimalisasi strategi penulisan berita untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi di media sosial adalah kunci keberhasilan dalam membangun audiens yang terlibat dan setia. Media sosial telah menjadi alat paling efektif dalam dunia pemasaran dan promosi, demikian seperti yang disoroti oleh Juditha (2017). Melalui platform ini, baik individu maupun organisasi dapat membangun profil diri mereka dan membentuk hubungan daring dengan pihak lain, terlibat dalam interaksi.

Selain itu, media sosial merupakan media kedua portal berita untuk mendistribusikan berita kepada audiens. Selain itu, masyarakat memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi. Media sosial tidak hanya sebagai media pencarian informasi tetapi juga sebagai tempat untuk berekspresi dalam menuangkan ide dan kritikan terhadap isu yang sedang berkembang saat ini.

Berbagai strategi penulisan berita sangat penting untuk memastikan berita Anda menarik perhatian pembaca, mudah dipahami, dan dapat tersebar luas di media sosial. Pertama, perlu memahami jenis dan isu berita yang akan ditulis. Kedua, menulis judul berita harus yang menarik namun tidak terlalu panjang. Penulis dapat menggunakan teknik piramida

terbalik agar pembaca tertarik untuk membaca kelanjutan dari hal yang ditulis serta memperhatikan jumlah kalimat yang digunakan. Ketiga, menulislah dengan kalimat pendek, deskriptif agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. Kemudian sertakan juga kutipan langsung untuk memperkuat isi berita. Keempat, perhatikan jumlah kata. Kelima, membuat tampilan media yang menarik, contohnya adalah infografis. Dengan membuat poin-poin tertentu dalam infografis dan tetap menuliskan tulisan lengkapnya.

Daftar Pustaka

- AlAwadhi, S., & Al-Daihani, S. M. (2019). Marketing academic library information services using social media. *Library Management* Vol.40 No. 3/4, 228-239.
- Dewan Pers. (2011). Kode Etik Jurnalistik. dewanpers.or.id/kebijakan/peraturan diakses pada pukul 14.00 WIB tanggal 6 Agustus 2018.
- Jemadu, L., & Prastya, D. (2022, Februari 23). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/teknologi/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022?page=1>
- Juditha, C. (2017, April). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital - Understanding Social Media Network Structure as a Strategic Way of Advertising in Digital Economy Era. *Jurnal Pekommas*, Vol. 2 No. 1, 99-114. Retrieved Juni
- Moleong, L. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2003). *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Kuwat. (2008) *Pembelajaran Menulis Teks Berita dengan Teknik 3M*.
- Suriamiharja, Agus dkk. 1997. *Petunjuk Praktis Menulis*: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Aura, J. (2022, Oktober). *Kenali 6 Tips Menulis Berita di Media Digital*. Retrieved from unair.ac.id: <https://unair.ac.id/kenali-6-tips-menulis-berita-di-media-digital/>
- Dr. Fajar Junaedi, S. M. (2021-2022). *Menulis Berita dan Artikel di Media*