



PENULISAN FEATURES DI MEDIA DARING RADAR MADURA

Ach. Muzammil1*, Syamsuddin RS1 Khoiruddin2

1*Jurusan Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2Jurusan Sejarah Peradaban Islam,

2Jurusan Hubungan Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email: ahmadmuzammil84@gmail.com

ABSTRAK

Media *online* hadir dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan kepada para pembacanya. *Feature* masih termasuk bergaya *soft news* sehingga ringan dan mudah dipahami. Sehingga penulisannya luwes namun tidak terlalu lugas, tidak terlalu kaku. Dalam penyampaian *feature* akan menimbulkan nilai rasa. Peristiwa penting cenderung disampaikan secara cermat, lugas dan langsung pada masalahnya, sehingga orang yang menerima berita segera mampu menangkap apa yang terjadi sedang peristiwa yang kurang penting mungkin disampaikan secara berteka-teki, bahkan sering disertai gurauan. Penelitian ini mengacu pada tingginya minat baca masyarakat Madura di era pandemi *Covid-19* yang mendorong masyarakat melakukan kegiatan di rumah salah satunya untuk mendapatkan informasi. Alasan secara ilmiah mengapa penulis memilih *Feature* untuk dibahas, karena menurut analisa salah satu wartawan Radarmadura.id sendiri, berita *Feature* memiliki peminat yang cukup tinggi karena unsur gaya bahasa beritanya yang bersifat santai dan mudah dipahami semua kalangan masyarakat. Terlebih lagi mengangkat *human interest* lokal Madura akan mendatangkan pembaca dari peminat sosok di *feature* yang diterbitkan.

Kata Kunci : *Feature*, Media Daring, *Human Interest*.

ABSTRACT

Online media comes with a variety of conveniences offered to its readers. The feature still includes a soft news style so it's light and easy to understand. So that the writing is flexible but not too straightforward, not too stiff. In the delivery of features will create a sense of value. Important events tend to be conveyed carefully, straightforwardly and directly to the point, so that people who receive the news are immediately able to catch what is happening, while less important events may be presented in a riddle, often accompanied by jokes. This research refers to the high reading interest of the Madurese community in the era of the Covid-19 pandemic which encouraged people to carry out activities at home, one of which was to obtain information. The scientific reason why the author chooses Feature to be discussed is because according to an analysis by one of Radarmadura.id's own journalists, Feature news has quite a high audience

because of the elements of the style of the news which are relaxed and easily understood by all levels of society. What's more, raising local Madurese human interests will attract readers from those who are interested in the figures in the published features.

Keywords : *Feature, Online Media, Human Interest.*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya media massa terbagi kedalam tiga bentuk yaitu media elektronik, media cetak dan media *online*. Media *online* hadir dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan kepada para pembacanya. Cukup dengan menggunakan laptop atau PC dan *smartphone* yang sudah terhubung dengan internet, pembaca sudah dapat mengetahui informasi tentang apa saja yang sedang terjadi dimana pun. Pergantian informasi juga menjadi lebih cepat dibandingkan dengan media cetak maupun media elektronik. Dengan kondisi infrastruktur yang belum memadai dan menjangkau seluruh daerah di Indonesia, membuat media elektronik tidak bisa diakses oleh semua kalangan dan geografis. Dan kehadiran media *online* semakin eksis berkat kehadiran internet dan teknologi gawai yang semakin canggih.

Media massa terbagi kedalam tiga bentuk yaitu media elektronik, media cetak dan media online. Media online hadir dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan kepada para pembacanya. Feature ini kan masih termasuk bergaya soft news sehingga ringan dan mudah dipahami. Sehingga penulisannya luwes namun tidak terlalu lugas, tidak terlalu kaku. Dalam penyampaian feature akan menimbulkan nilai rasa.

Sehingga produk-produk feature human interest memberi pengaruh pada pembaca untuk menjadi lebih baik. Menjadi sukses dan lainnya. Juga terlihat isu human interest lokal ini mempengaruhi 50 persen dari total feature yang diterbitkan oleh radarmadura.id di bulan januari 2022. 11 feature dari 22 feature tersebut membahas human interest, juga menjadi tanda bahwa Radarmadura.id memperhatikan 'hero' lokal untuk menjadi segmentasi pembaca, kemudian menjadikan media tersebut tetap menjunjung lokal sebagai kepentingan edukatif ataupun informatif.

Semakin berkembangnya media online di Indonesia, menuntut setiap portal berita memberikan konten yang beragam dan memiliki manfaat bagi masing- masing pribadi. Konten yang sudah sangat beragam, tentu memiliki tampilan yang menarik. Hal tersebutlah yang menjadi pembeda di setiap portal berita online, dan menjadi salah satu tolak ukur dari kualitas portal online tersebut. Terlebih, pembaca lebih mudah mengakses berita di media online daripada harus membeli media cetak yang terkesan mahal dan tidak praktis.

Keberadaan pers ditengah-tengah masyarakat mempunyai tugas dan fungsi

yang sangat penting. Hal tersebut dimanifestasikan dalam bentuk tulisan- tulisan maupun berita yang berasal dari wartawan, reporter, redaktur, kolumnis, pengamat, sastrawan, maupun penulis lain.

Fungsi media daring, yaitu memberi informasi, edukasi, hiburan, dan persuasi, maka fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah memberi informasi. Disamping itu, sejarah dibuatnya surat kabar adalah untuk memenuhi keingintahuan khalayak akan setiap peristiwa yang terjadi disekitarnya.

Pada dasarnya media online bertujuan pada kepentingan domestik mulai dari kalangan atas hingga akhirnya berkembang ke semua kalangan yang memiliki nilai komersial yang tinggi dan mencakup jumlah yang besar. Sehingga media online muncul dengan beragam tema dan segmentasi pasar.

Sehingga melalui Radarmadura.id segmentasi feature lokal terlihat dengan mengangkat human interest yang bersifat domestik. Seperti kisah orang- orang di pulau Madura yang berhasil melakukan sesuatu. Karena tidak sedikit orang lokal Madura yang berprestasi, namun belum tersorot ke media.

Jumlah orang yang terlibat dalam komunikasi, tidak hanya seorang, dua orang saja, tetapi melibatkan ratusan ribu bahkan mencapai ratusan juta orang. Jika sudah begitu, maka media massa memegang peranan yang sangat penting, dan prosesnya disebut dengan komunikasi massa. Menurut Onong Uchjana Effendy (2006: 20), yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah penyebaran pesan yang menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan.

Lebih jelasnya, berikut akan diuraikan beberapa ciri komunikasi massa. Jika dilihat dari unsur komunikasi, maka komunikasi massa ditujukan untuk khalayak yang heterogen dan anonim. Khalayak yang bisa dicapai bukan saja berada pada tempat yang berbeda, namun juga beragam dalam hal umum, pendidikan, pekerjaan, agama, suku bangsa, dan lain sebagainya. Sementara itu, komunikator juga tidak mengenal dengan pasti siapa yang dihadapinya.

Berbicara tentang komunikasi massa tentunya tidak akan terlepas dari peran media massa. Media massa juga mempunyai sifat simultaneity, yaitu keserempakan kontak antara komunikator dengan komunikan yang demikian besar jumlahnya.

Selain itu, pesan yang disampaikan memiliki sifat publik, yaitu tertuju untuk khalayak umum, bukan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

Karena media massa adalah lembaga atau organisasi, maka komunikator pada komunikasi massa seperti wartawan, penyiar, atau sutradara merupakan komunikator terlembagakan.

Secara umum, komunikasi massa dapat diartikan sebagai studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan pembaca/ pendengar/ penonton yang akan coba diraihinya, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif mudah jika dibandingkan dengan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi.

Pembahasan komunikasi yang kian pesat dan kompleks beserta penelitian yang terus-menerus dilakukan, menjadi bukti bahwa ilmu komunikasi massa menjadi bagian penting dalam proses kajian keilmuan. Bahkan kemudian dapat menjadi peran terpenting dalam sejarah perkembangan manusia terutama komunikasi, sebab, masyarakat dewasa ini tidak akan lepas dari peran ilmu komunikasi massa ini.

Pada bulan Januari terdapat 22 feature yang diterbitkan oleh Radarmadura.id. Dari semua feature di bulan tersebut setidaknya 11 feature yang mengangkat isu human interest. Sehingga segmentasi serta tema lokal hero ataupun local story menjadi segmen pasar sendiri dari feature Radarmadura.id.

Nilai penting atau daya tarik suatu peristiwa menentukan bagaimana suatu berita ditulis. Peristiwa penting cenderung disampaikan secara cermat, lugas dan langsung pada masalahnya, sehingga orang yang menerima berita segera mampu menangkap apa yang terjadi sedang peristiwa yang kurang penting mungkin disampaikan secara berteka-teki, bahkan sering disertai gurauan.

Cara penyampaian berita tentang peristiwa yang penting juga mengikuti aturan seperti itu. Berita dapat ditulis dengan berbagai cara, tergantung pada apakah peristiwa yang diberitakan perlu segera diketahui pembaca atau tidak. Karena itu di dunia jurnalistik, penulisan berita dapat dilakukan dengan cara yang berbeda, tergantung pada nilai penting informasi yang hendak disampaikan. Perbedaan cara penyampaian (dalam format penyajian) inilah yang kemudian melahirkan ragam berita. Salah satunya adalah feature.

Dalam bukunya, Haris Sumadiria (2010) menyatakan bahwa feature adalah: Secara sederhana, feature adalah cerita atau karangan khas yang berpijak pada fakta dan data yang diperoleh melalui proses jurnalistik. Disebut cerita atau karangan khas, karena feature bukanlah penuturan atau laporan tentang fakta secara lurus atau lempang sebagaimana dijumpai pada berita langsung (straight news). Feature ini biasanya adalah merupakan pengembangan dan pendalaman (News analysis) dari sebuah Straight News atau issue yang masih menjadi perhatian publik.

Dalam proses penyusunan penelitian ini penulis mengumpulkan berbagai sumber dengan library research serta informasi dari penelitian sebelumnya, dilengkapi oleh jurnal, artikel serta tulisan terkait Penulisan Feature, menemukan beberapa skripsi yang membahas Jurnalisme Bencana secara terpisah dengan Analisis Framing, diantaranya: Pertama, Penelitian tentang karangan khas atau feature, pernah ditulis oleh Nugraha R., Kurnia pada tahun 2013, dengan judul “Pola penulisan feature pada surat kabar harian umum Bandung Ekspres: Studi deskriptif pola penulisan feature pada surat kabar harian umum Bandung Ekspres edisi Mei 2012”. Perbedaan dengan penelitian ini pada media lokal dan bentuk feature yang ditampilkan oleh radarmadura.id. Kedua, Penelitian dari Asep Saepuloh pada 2014 dengan judul “Berita Remaja Harian Umum Pikiran Rakyat (Analisis Isi Penulisan Feature pada Rubrik ‘Belia’ Edisi Februari s/d Maret 2014).” perbedaan dengan penelitian ini gaya bahasa yang digunakan pada tahun 2012. Pada saat modern ini feature berubah bentuk dari cetak menjadi daring/ online. Ketiga, Skripsi Salsabila Sheila (2020). Dengan judul “Analisis isi feature kuliner di Media Ayo Bandung Edisi Februari 2020.”. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada bentuk feature yang khusus pada kuliner, sedangkan peneliti menggunakan general issue. Keempat, Pada tahun 2012, Ahmad Taufik, mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung menulis skripsi dengan judul “Penulisan feature di harian umum Pikiran Rakyat: Feature di harian umum Pikiran Rakyat edisi November 2012.” Perbedaan dengan penelitian ini tidak menggunakan analisis isi akan tetapi fokus pada gaya penulisan dan aktualitas issue. Kelima, Skripsi Suryana Yurhi Khoerunnisa (2019) menulis tentang “Strategi peliputan Feature Travelog: Studi deskriptif pada media Ayobandung.com.”. Perbedaan dengan penelitian ini persis dengan sebelumnya, dimana topik feature pada penelitian ini dikhususkan pada tema tulisan. Sedangkan peneliti fokus pada gaya penulisan

Penelitian ini dilakukan di Radar Madura (online) sedangkan waktu penelitian dilakukan di bulan Januari 2022.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut: (1). Gaya bahasa apa yang digunakan dalam penulisan feature pada media daring Radarmadura.id. (2). Apa saja kategori feature yang terdapat pada media daring Radarmadura.id. (3). Bagaimana fungsi feature di Media dari Radarmadura.id. (4). Apakah ada isu lokal yang menarik di feature Radarmadura.id. Selain itu, terdapat fokus pembahasan penulis yang meneliti tentang rencana pembangunan besar-besaran Madura yang akan memisahkan

dari provinsi Jawa Timur. Karena untuk saat ini persiapannya belum matang untuk menjadi sebuah provinsi, maka penulis hanya menganalisa sebagian data yang ada.

LANDASAN TEORITIS

Komunikasi massa memiliki peran yang sangat signifikan dalam merubah keadaan masyarakat, merubah pola pikir mereka dan dengan mudah menggiring sudut pandang mereka terhadap sesuatu. Pada masa COVID-19 kepercayaan masyarakat terhadap virus tersebut sangat dipengaruhi oleh hal-hal yang diinformasikan oleh media massa.

Virus tersebut bahkan pada awal kemunculan nyaris tidak diyakini oleh masyarakat keberadaannya, namun saat media massa menampilkan berbagai hal yang dapat meyakinkan masyarakat tentang fenomena *pandemic* tersebut, sehingga masyarakat lebih bersiap melakukan antisipasi dan penanggulangan terhadap COVID-19 tersebut. Begitu pula dengan proses antisipasi dan penanggulangannya, yang mana pemerintah menerapkan sistem wajib vaksin dalam rangka penanggulangannya, namun hal tersebut pada mulanya mendapatkan spekulasi yang berbeda-beda bahkan penolakan dari berbagai kalangan, namun dengan peran yang dimainkan oleh media massa sehingga membentuk paradigma baru, pengakuan kearah positif adanya vaksin tersebut, melihat fenomena tersebut, dapat disimpulkan, bahwa peran komunikasi massa di tengah pandemi COVID-19 ini, memiliki peran yang sangat signifikan dalam penanggulangannya.

Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, Internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Laporan berita merupakan tugas profesi wartawan, saat berita dilaporkan oleh wartawan laporan tersebut menjadi fakta/ide terkini yang dipilih secara sengaja oleh redaksi pemberitaan/media untuk disiarkan dengan anggapan bahwa berita yang terpilih dapat menarik khalayak banyak karena mengandung unsur-unsur berita.

Dikutip dari Buku "Dasar-Dasar Jurnalistik" A.M. Hoeta Soehoet (2002) Berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan seseorang yang menurutnya perlu diketahui untuk mewujudkan filsafat hidupnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa berita merupakan sebuah pemberitahuan yang mengungkap tentang sebuah kejadian atau hal yang terjadi pada waktu tertentu. Berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini.

Straight News dipilih lagi menjadi dua macam: (a). *Hard News*, yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan. (b). *Soft News*, nilai

beritanya dibawah *Hard News* dan lebih merupakan berita pendukung.

Depth News: Berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. (1). *Investigation News*: Berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. (2). *Interpretative News*: Berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian penulisnya/reporter. (3). *Opinion News*: Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa dan sebagainya.

Secara bahasa, "*feature*" artinya menonjolkan atau menampilkan. Di surat kabar, *feature* biasanya menampilkan sisi lain dari sebuah peristiwa yang menjadi berita utama (*headline*). Dalam jenis-jenis *feature* yang akan diulas di bagian akhir tulisan jenis ini disebut "sidebar *feature*".

Misalnya, berita utama tentang bencana gempa. *Feature*nya menampilkan kisah perjuangan orang yang selamat dari bencana tersebut. Biasanya, ceritanya menyentuh atau menggugah emosi. *Feature human interest* adalah penuturan mengenai peristiwa atau kisah yang menarik perhatian pembaca atau menyentuh perasaan khalayak sehingga pembaca seolah-olah merasakan bahkan melihat secara langsung apa yang digambarkan oleh penulis atau wartawan (Zain, 1993:99).

Per definisi, *feature* adalah tulisan jurnalistik atau laporan wartawan yang bersifat memberikan informasi, mendidik, menghibur, meyakinkan, serta menggugah simpati atau empati pembaca dengan gaya berkisah (*story telling*) seperti cerpen atau novel. Nick Morrison dikutip dalam Pape dan Featherstone (2006:2) mengatakan, *feature* sering digunakan untuk memberikan informasi latar belakang sebuah berita yang ada dan untuk masuk lebih dalam. Artikel *feature* dapat dikenali dari panjangnya yang bisa berkisar dari 600 hingga 2000 kata - dan penggunaan fakta, gambar, grafik dan ilustrasi.

Dalam buku *Jurnalistik Praktis*, saya menyebutkan, para ahli jurnalistik belum menemukan kesepakatan soal pengertian *feature*. Yang jelas, *feature* adalah sebuah tulisan jurnalistik juga, namun tidak selalu harus mengikuti rumus klasik 5W + 1 H dan bisa dibedakan dengan berita, artikel (*opini*), kolom, dan analisis berita. "Kita punya kisah atas fakta-fakta telanjang," kata William L Rivers (1967), "dan itu kita sebutkan sebagai "berita".

Disamping berita, lanjut Rivers, kita jumpai lagi tajuk rencana, kolom, dan

tinjauan, yang kita sebutkan "artikel" atau "opinion pieces". Sisanya yang terdapat dalam lembaran surat kabar, itulah yang disebutkan karangan khas (*feature*).

Media *online* adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. sebagai media massa, media *online* juga menggunakan kaidah- kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Internet sebagai media online ialah sebagai media baru, internet memiliki beberapa karakteristik, seperti media yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, potensi interaktif, berfungsi secara privat dan publik, memiliki aturan yang rendah, dan berhubungan. Internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia. Karakteristik interaktif dari internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan sayang saling menguntungkan jika web digunakan dengan benar.

Dengan media massa manusia memenuhi kebutuhannya akan berbagai hak. Salah satunya dengan media *online* yang tergolong media paling baru. Media massa *online* tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubtusinya. Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur- fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan- kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

Subjektivitas penulisan *feature human interest* dipaparkan agar penulis atau wartawan dapat menggambarkan peristiwa secara detail dan mendalam daripada *news* sehingga informasi yang disampaikan lebih lengkap. Selain itu, dalam memaparkan subjektivitas penulisan *feature human interest* penulis dituntut untuk kreatif bahkan dapat mempengaruhi emosi pembaca berdasarkan fakta sosial. Menurut Lesmana (2017:6) tulisan *feature human interest* harus tetap mengedepankan fakta. Oleh sebab itu, penulis atau wartawan tidak dapat merekayasa peristiwa yang tidak benar-benar terjadi di lingkungan masyarakat. Menurut Arianti (2016) salah satu keterampilan menulis adalah dalam menulis *feature*. Dalam penulisannya, *feature* menekankan unsur kreativitas penulis, informasi dari segi isinya, gaya penulisannya menghibur, dan dapat ditulis berdasarkan subjektivitas penulisannya. Pada dasarnya *feature* cenderung menyajikan karangan yang memaparkan permasalahan kehidupan sehari-hari dengan permasalahan yang unik dan berbeda daripada umumnya sehingga menimbulkan kesan dan nilai rasa bagi

Penulis bahkan menginspirasi pembaca. Teknik penulisan *feature* dipakai untuk mensiasati agar tulisan tidak lekas basi sehingga dapat dinikmati dalam waktu yang relatif panjang. Selain itu, menurut Sulandjari (2009), tulisan *feature* tergolong jenis berita *soft news* yang berarti dari segi struktur penulisannya relatif

lebih luwes, tidak terlalu lugas, dan tidak terkesan kaku, serta dapat ditulis lebih detail daripada *news* dan bersifat komprehensif. Tulisan *feature* biasanya lebih mengangkat aspek kemanusiaan (*feature human interest*).

Feature human interest adalah penuturan mengenai peristiwa atau kisah yang menarik perhatian pembaca atau menyentuh perasaan khalayak sehingga pembaca seolah-olah merasakan bahkan melihat secara langsung apa yang digambarkan oleh penulis atau wartawan (Zain, 1993:99). Dalam penulisan *feature human interest* ditemukan paparan deskripsi yang menimbulkan nilai rasa, meliputi, deskripsi objek, deskripsi subjek, deskripsi suasana, dan deskripsi kronologi yang menimbulkan nilai rasa agar tulisan lebih detail, terdapat paparan harapan agar tulisan menimbulkan kesan bagi pembaca, serta terdapat ungkapan emotif agar tulisan dapat menghibur pembaca dan berbeda dengan produk jurnalistik lainnya.

Penelitian yang relevan antara lain juga dilakukan oleh Izzah (2017) dan Mustofa (2017). Penelitian Izzah berjudul Karakteristik Tema dan Sudut Pandang *Feature* Karya Mahasiswa Peserta Paket Jurnalistik Jurusan Sastra Indonesia Angkatan 2012 Universitas Negeri Malang menyimpulkan (1) karakteristik tema yang paling banyak digunakan adalah perjuangan seorang wanita dalam melakukan pekerjaan untuk mencukupi kebutuhan hidup, (2) sudut pandang yang banyak digunakan adalah orang ketiga. Penelitian Mustofa berjudul Nilai Kemanusiaan dalam *Feature* Harian Kompas Edisi Januari 2016 menyimpulkan (1) terdapat 14 jenis nilai-nilai kemanusiaan pada *feature* harian Kompas edisi Januari 2014, (2) strategi representasi kemanusiaan pada *feature* harian Kompas edisi Januari 2017 menggunakan dialog dan lakuan atau tindakan tokoh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Isi (*Content Analysis*) adalah teknik penelitian kualitatif dengan menekankan keajekgn isi komunikasi, makna isi komunikasi, pembacaan simbol-simbol dan pemaknaan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi (Bungin, 2011). Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik simbol *coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Dahulu, analisis konten digunakan untuk menjelaskan karakteristik konten majalah pop (Lowenthal, 1962) atau dokumen-dokumen lain. Analisis isi

dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Hampir semua disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai teknik/metode penelitian. Holsti menunjukkan tiga bidang yang banyak mempergunakan analisis isi, yang besarnya hampir 75% dari keseluruhan studi empirik, yaitu penelitian sosio antropologis (27,7 persen), komunikasi umum (25,9%), dan ilmu politik (21,5%). Analisis konten merupakan teknik yang berorientasi kualitatif, ukuran kebakuan diterapkan pada satuan-satuan tertentu biasanya dipakai untuk menentukan karakter dokumen-dokumen atau membandingkannya (Berelson, 1952; Kracauer, 1993).

Pada halaman pembahasan ini, peneliti menemukan beberapa berita yang akan dibahas dengan menggunakan sebagian dari teori yang telah dirinci pada bagian analisis konten. Di era modern saat ini, media online dan media sosial menjadi sesuatu yang tidak dapat terpisahkan karena masih berada dalam jaringan yang sama, yakni menggunakan jaringan internet (Desti, 2018: 41). Kelima berita yang akan dirangkum dalam pembahasan ini, peneliti akan mengelompokkan menjadi satu agar bisa dibuktikan secara akurat bahwa berita tersebut benar-benar sudah bersumber dari Radarmadura.id.

Feature 1: Anisa Sekar Kumala, Mahasiswi yang Mahir Bahasa Inggris



Sumber: Radar Madura, Waktu Terbit *Feature*: 31 January 2022 19:32 PM. Penulis:

Zeinal Abidin

Feature 2: Moh. Tohari, Produksi Batik Pajjher Untuk Biaya Nikah



Penulisan Features Di Media Daring Radar Madura
Sumber: Radar Madura, Waktu Terbit *Feature*: 26 January 2022 19:32 PM, Penulis:
Moh. Busri.

Feature 3: Erlina Novita Sari, Penulis yang Demen dengan Dunia Public Speaking.



Waktu Terbit *Feature*: 24 Januari 2022 18:28 PM Penulis: Zeinal Abidin.

Feature 4: Sadey Gozal, Bassist Saltis Band Era 80-an.



Waktu Terbit *Feature*: Waktu Terbit *Feature*: 18 January 2022 16:27 PM Penulis:
Moh. Junaidi.

Feature 5: Khilma Anis, Penulis Novel Hati Suhita yang Segera Difilmkan.



Waktu Terbit *Feature*: 13 January 2022 17:28 PM Penulis: Anis Billah.

Analisis Berdasarkan Gaya Bahasa

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring Kemendikbud, gaya bahasa adalah cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulis atau

lisan. Gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah style. Kata style diturunkan dari kata Latin stylus, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian dalam menggunakan alat ini sangat mempengaruhi jelas tidaknya tulisan di dalam lempengan tadi. Indikatornya akan terlihat dari penyajian berita yang memiliki kualitas tinggi (Novita, 2018:81). Seiring berkembangnya jaman, penekanan pada keahlian menulis pada lempeng lilin ini bergeser maknanya menjadi keahlian menulis atau mempergunakan kata-kata dengan indah.

Metode *Content Analysis* merupakan analisis ilmiah tentang isi pesan suatu komunikasi. Dalam hal ini, *content analysis* mencakup: klasifikasi tanda-tanda yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria sebagai dasar klasifikasi, dan menggunakan teknik analisis tertentu sebagai pembuat prediksi. Deskripsi yang diberikan para ahli sejak Janis (1949)

Persoalan gaya bahasa meliputi semua hierarki kebahasaan: pilihan kata secara individual, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan mencakup sebuah wacana secara keseluruhan. Gaya bahasa ditekankan oleh Gorys Keraf (1981:113) sebagai cara mengungkapkan pikiran secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa).

Keraf (dalam Tarigan, 2013: 5) memaparkan gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa yang khas. Selain itu, gaya bahasa memperlihatkan jiwa kepribadian penulis (pemakai bahasa). Sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung kejujuran, sopan-santun, dan menarik.

Gaya bahasa dapat dijadikan untuk menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang dalam menggunakan bahasa. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya. Semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaiannya diberikan kepadanya (Keraf, 2007:113).

Menurut Pradopo (2012: 93) gaya bahasa memiliki fungsi, yakni menghidupkan kalimat dan memberi gerak pada kalimat. Kemudian, gaya bahasa menimbulkan reaksi tertentu untuk menimbulkan tanggapan pikiran kepada pembaca.

Keraf (2007: 112-145) membagi jenis-jenis gaya bahasa menjadi empat. Pertama, gaya bahasa berdasarkan pilihan kata. Kedua, gaya bahasa berdasarkan nada. Ketiga, gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat. Keempat, gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna (gaya bahasa retoris dan gaya bahasa kiasan).

Hiperbola, adalah macam-macam gaya bahasa yang hiperbola termasuk sebagai salah satu majas perbandingan. Macam-macam gaya bahasa yang

hiperbola ini biasanya digunakan untuk mengungkapkan sesuatu dengan cara yang berlebihan, bahkan sering tidak masuk akal. Contoh macam-macam gaya bahasa yang hiperbola: (a). Pria itu memiliki semangat yang keras seperti baja, tentu ia akan menjadi orang sukses. (b). Orang itu setinggi rumah. (c). Kulitmu lebih lembut dari sutra.

Eufimisme, adalah macam-macam gaya bahasa yang eufimisme merupakan gaya bahasa yang digunakan untuk menggantikan kata-kata yang kurang baik dengan kata-kata yang lebih halus. Contoh macam-macam gaya bahasa yang eufimisme: (a). Orang itu telah meninggal. (Meninggal = mati). (b). Tuna netra itu berjalan menggunakan tongkat. (Tuna netra = buta)

Metanomia, adalah macam-macam gaya bahasa metanomia berupa majas yang menyandingkan istilah sesuatu untuk mengacu pada benda umum. Bila haus, minumlah Aqua. Kata Aqua di sini dikenal sebagai sebuah merek dagang air mineral yang sudah cukup terkenal. Contoh macam-macam gaya bahasa yang metanomia: (a). Elpiji 12 kg seringkali langka di pasaran dan harganya semakin mahal. (b). Penjualan daikin melonjak tajam sejak iklannya bisa membunuh bakteri di udara. (c). Promo *Sumco* beli 2 gratis 1 di mal itu, laris manis di borong para ibu

Simile, adalah macam-macam gaya bahasa yang simile. Macam-macam gaya bahasa satu ini termasuk majas perbandingan yang menyandingkan suatu aktivitas dengan suatu ungkapan. Contoh macam-macam gaya bahasa simile: (a). Anak kecil itu menangis bagaikan anak ayam kehilangan induknya. (b). Wanita itu bagaikan bunga mawar yang baru mekar. (c). Pertemanan kami layaknya rantai yang kokoh .

Alegori, Adalah macam-macam gaya bahasa perbandingan yang alegori. Macam-macam gaya bahasa yang alegori digunakan untuk menyandingkan suatu objek dengan kata kiasan. Contoh macam-macam gaya bahasa yang alegori: (a). Mencari wanita yang sempurna seperti mencari jarum dalam tumpukan jerami. (b). Perpisahan adalah upacara menyambut hari-hari penuh rindu.

Personifikasi, adalah macam-macam gaya bahasa yang personifikasi biasanya digunakan untuk menggantikan fungsi benda mati yang dapat bersikap seperti manusia. Contoh macam-macam gaya bahasa personifikasi: (a). Daun papaya itu melambai-lambai seolah mengajak ku bermain bersama. (b). Rumput itu bergoyang di tengah padang safana. (c). Bendera merah putih itu melambai

setelah dikibarkan.

Metafora, adalah macam-macam gaya bahasa yang biasanya digunakan sebagai kiasan yang secara eksplisit mewakili suatu maksud lain berdasarkan persamaan atau perbandingan. Contoh macam-macam gaya bahasa metafora: (a). Pria yang sukses itu dulunya dianggap sampah masyarakat. (b). Si jago merah berhasil melahap hampir semua perumahan yang ada di Depok.

Asosiasi, macam-macam gaya bahasa yang asosiasi adalah membandingkan dua objek berbeda, namun disamakan dengan menambahkan kata sambung bagaikan, bak, atau seperti. Contoh macam-macam gaya bahasa yang asosiasi: (a). Wajah ayah dan anak itu bagaikan pinang dibelah dua. (b). Perangnya keras seperti batu, percuma saja menasihatinya. (c). Jumlah hutangnya bak tali yang melilit leher, entah bagaimana dia melunasinya.

Sinekdok, macam-macam gaya bahasa yang sinekdok adalah terbagi menjadi dua yaitu sinekdok pars pro toto dan sinekdok totem pro parte. Contoh macam-macam gaya bahasa yang sinekdok: (a). Untuk masuk ke dalam bioskop perkepala harus membayar Rp45.000

Simbolik, macam-macam gaya bahasa yang simbolik adalah bentuk ungkapan yang membandingkan antara manusia dengan sikap makhluk hidup lainnya. Contoh macam-macam gaya bahasa yang simbolik: (a). Warna putih adalah warna kesukaan ibu karena melambangkan kesucian. (b). Warna merah pada bendera negara Indonesia melambangkan keberanian.

Pleonasme, macam-macam gaya bahasa yang pleonasme adalah menggunakan kata-kata dengan makna sama, terkesan tidak efektif tapi disengaja untuk menegaskan sesuatu. Contoh macam-macam gaya bahasa yang pleonasme: (a). Ayo cepat naik ke atas, sebelum makananmu menjadi dingin. (b). Dia naik ke atas bangunan tersebut.

Repetisi, macam-macam gaya bahasa yang repetisi adalah mengulang kata-kata dalam suatu kalimat. Contoh macam-macam gaya bahasa yang repetisi: (a). Pria itu pencopetnya, dia pelakunya, dia yang mengambil dompet saya. (b). Ia akan terus bekerja, bekerja dan bekerja untuk melunasi utang keluar hanya pada rentenir. (c). Aku akan selalu bersamamu, selalu bersamamu, selalu bersamamu dan akan terus selalu bersamamu disetiap kehidupan yang Tuhan ciptakan.

Retorik, macam-macam gaya bahasa yang retorik adalah dalam bentuk kalimat Tanya tetapi sebenarnya tidak perlu dijawab. Majas ini biasanya dipakai untuk penegasan sekaligus sindiran. Contoh macam-macam gaya bahasa yang retorik: (a). Kalau kamu sholat subuh setiap kapan saja? (b). Jadi ini orang yang selama ini kamu sukai?

Klimaks, macam-macam gaya bahasa yang klimaks menjelaskan lebih dari dua hal secara berurutan dimana tingkatannya semakin lama semakin tinggi. Contoh macam-macam gaya bahasa yang klimaks: (a). Pada saat itu semua orang, mulai dari bayi, anak-anak, remaja, orang dewasa, hingga lansia pergi mengungsi akibat gempa. (b). Rapat hari ini dihadiri oleh karyawan, manager, dan direktur utama. (c). Ratusan, ribuan, bahkan puluhan ribu suporter telah memadati Stadion Si Jalak Harupat. (d). Perayaan Hari Kemerdekaan ini diikuti oleh anak-anak, remaja, dan orang dewasa.

Antiklimaks, macam-macam gaya bahasa yang antiklimaks menjelaskan lebih dari tingkatan tertinggi ke tingkatan terendah. Contoh macam-macam gaya bahasa yang antiklimaks: (a). Setiap hari senin, mulai dari staff dan karyawan rutin melaksanakan upacara bendera. (b). Semua anak di Indonesia berhak mendapat pendidikan yang layak, entah itu anak presiden, pejabat, orang kaya, bahkan anak miskin sekali pun.

Pararelisme, macam-macam gaya bahasa yang pararelisme adalah mengulang-ulang sebuah kata untuk menegaskan makna kata tersebut dalam beberapa definisi yang berbeda. Biasanya jenis majas ini digunakan pada sebuah puisi. Contoh macam-macam gaya bahasa yang pararelisme: (a). Kasih pasti murah hati, kasih pasti lemah lembut, kasih pasti memaafkan. (b). Seorang sahabat yang baik akan selalu ada untuk sahabatnya dalam kesusahannya maupun kesenangan.

Tautologi, macam-macam gaya bahasa yang tautologi mengulang kata yang bersinonim untuk menegaskan suatu kondisi atau maksud tertentu. Contoh macam-macam gaya bahasa yang tautologi: (a). Sejarah masa lalu pria itu sangat kelam. (b). Pasangan pengantin baru itu mengikrarkan sebuah janji untuk selalu bersama dalam susah atau senang, dalam suka maupun duka.

Analisis Berdasarkan Kategori Feature

Mappototo (1999: 65-82) membagi jenis *feature* ke dalam dua kelompok, yakni kelompok penjelasan dan kelompok bujukan (argumentasi). Berikut akan dipaparkan jenis-jenis *feature* sesuai dengan kelompoknya.

Karkhas Berita (*News Feature/Sidebars*), adalah berita biasa juga disebut sidebars, yaitu karangan/tulisan yang mempunyai cantelan pada berita lempang (*news-peg*). Sebagai media massa dengan cakupan yang luas, sangat wajar bila hukum dan peraturan tentang *pers* harus diatur sedemikian rupa (Zulaikha,

2018:96). Artinya, tulisan ini merupakan suplemen dari berita lempang tetapi lebih banyak bercerita tentang manusia, pandangannya, perasaannya, penderitaannya, ketabahaannya, harapannya, dan sebagainya sehubungan dengan hal-hal fisik yang dialaminya seperti jumlah korban jiwa dan harta benda atau peresmian proyek-proyek besar di sekitar permukimannya.

Dokumen mampu diampu oleh piranti *computer* dan perangkat-perangkat lunak tertentu misalnya *General Enquirer* (Stone, Dunplhy, dan Kirsch, 1967). Penggunaan analisis konten yang berbasis pada peranti komputer (beserta perangkat lunaknya) sangat populer pada penelitian studi *cultural* dan komunikasi massa.

Pendekatan etnometodologi memahami konteks sebagai pengetahuan yang dimanfaatkan dalam pengetahuan yang dibawa ke dalam pengalaman sehari-hari dan diperlihatkan melalui ucapan (Levinson, 1983).

Tulisan *sidebars* bisa pendek, juga bisa panjang, sampai-sampai bisa menjadi *in-depth report*. Teknik penulisannya dapat bersifat humoristis, ironis dan dapat juga menciptakan kesan tegang (*suspense*).

Sejarah (*Historical*), Tulisan karkhas ini mengacu kepada keterkaitan masa lampau dengan masa kini. Maksud dari upaya memasakinikan sesuatu kejadian yang sudah lampau adalah untuk terutama menyegarkan ingatan para pembaca tentang kejadian yang bersejarah. Misalnya pembantaian para Pahlawan Revolusi pada 30 September 1965.

Perayaan (*Seasonal*), Karangan ini mengacu pada peristiwa terutama yang berkenaan dengan perayaan hari-hari raya keagamaan. Kejadian di hari-hari raya bukan keagamaan, misalnya 17 Agustus, dapat mengacu kepada karangan yang bersifat sejarah (*historical*).

Sosok Pribadi (*Personality Profile*), Tulisan ini menyandang dua atau tiga nama. Bisa disebut cerita sukses (*success story*) atau biografi. Intinya adalah uraian tahap-tahap jalan hidup seseorang menuju puncak ketenaran dalam pengertian dikotomis: baik dan buruk. Misalnya seseorang sukses sebagai pengusaha raksasa, atau seorang menjadi pembunuh atau perampok ulung.

Daya Pikat Manusiawi (*Human Interest*), Karangan ini lebih menonjolkan aspek-aspek dramatis, emosional, dan materi latar belakang yang menyangkut manusia sebagai cirinya ketimbang tulisan berita lempang yang materi pokoknya adalah peristiwa, pendapat dan masalah (*news incidents*). Dengan kata lain, *human interest story* memperlakukan sebagai unsur dominan dalam penampilannya hal atau kejadian dibalik peristiwa yang menimpa manusia (*human background event*), seperti tekanan batin (*stress*), beban pikiran (*strains*), keadaan dramatis, gagasan, emosi dan ambisi

seseorang. Ciri utama media massa yang menyebarkan informasi secara masif menjadi lenyap. Arus informasi yang berlangsung pun menjadi semakin personal, karena tiap orang mempunyai kebebasan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan (Lestari, 2018:76).

Tujuannya untuk memberi sentuhan emosional kepada khalayak yang dapat memberikannya perasaan simpati, empati, senang, benci, marah.

Analisis Berdasarkan Fungsi *Feature*

Dengan kedudukan yang sangat penting dan tak tergantikan tersebut, maka fungsi *feature* mencakup lima hal: (1). Sebagai pelengkap sekaligus variasi sajian berita langsung (*straight news*). (2). Pemberi informasi tentang situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi. (3). Penghibur atau sarana rekreasi dan pengembangan imajinasi yang menyenangkan. (4). Wahana pemberi nilai dan makna terhadap suatu keadaan atau peristiwa. (5). Sarana ekspresi yang paling efektif dalam mempengaruhi khalayak. Sebagai pelengkap sekaligus variasi sajian berita langsung (*straight news*).

Baik di Radar Madura cetak ataupun Radarmadura.id, *feature* dianggap sebagai berita menarik dikarenakan sering mengangkat sosok lokal di sisi *human interest* yang kemudian membuat ada khas daerah dan citra yang baik dari *straight news* tersebut.

Pemberi informasi tentang situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi Memang dari 5 *feature* ini hanya dua point sosok dan *human interest* akan tetapi banyak juga *feature* yang mengangkat situasi di Pulau Madura. Lembaga siaran seperti televisi melakukan upaya komodifikasi dan komersialisasi pada berbagai aspek yang dipandang mampu meningkatkan keuntungan bagi media tersebut (Rustandi, 2018: 198).

Penghibur atau sarana rekreasi dan pengembangan imajinasi yang menyenangkan. *Feature* menjadi lebih *entertaint* dan santai, dinikmati dan tidak memiliki sisi batasan waktu. Kapanpun tulisan di *feature* selalu *relate* dengan pembaca serta bermanfaat.

Wahana pemberi nilai dan makna terhadap suatu keadaan atau peristiwa Makna yang dimunculkan oleh *feature-feature* ini lebih kepada meyakinkan pembaca untuk kemudian tidak berhenti berkarya agar suatu saat diliput oleh media Radarmadura. Selain itu kehadiran *feature* juga menjadi motivasi bagi banyak orang, sarana menjadi inspirasi, dan berbagai manfaat lainnya.

Sarana ekspresi yang paling efektif dalam mempengaruhi khalayak. Khalayak menjadi lebih terbuka secara pemikiran, bahwa ke daerah dengan isu lokal menampilkan sosok-sosok asli madura ataupun yang tinggal di Madura untuk mengetahui hal-hal kemanusiaan. Kemudian ini menjadi efektif untuk mengetahui potensi lokal kedaerahan. Kemudian peran media menjadi penting sebagai fungsi *educate* yang sering diabaikan oleh media di kota besar.

Pembahasan Isu Lokal

Kemudian untuk memperkuat pembahasan feature di Radarmadura.id maka adanya observasi wawancara terhadap narasumber akan membuat lebih memahami karakteristik pemilihan feature di suatu media.

Dalam wawancara standar (terstruktur), pertanyaan-pertanyaan, tuntutannya, dan perumusan kata-katanya sudah “harga mati”, artinya sudah ditetapkan dan tak boleh diubah-ubah. Mungkin pewawancara masih memiliki kebebasan tertentu dalam mengajukan pertanyaan, tetapi itu relatif kecil. Kebebasan pewawancara itu telah dinyatakan lebih dulu secara jelas. Wawancara standar mempergunakan tahapan wawancara yang telah dipersiapkan secara cermat untuk memperoleh informasi yang relevan dengan masalah penelitian.

Berdasarkan hasil wawancara via telepon dengan Sari Purwati salah satu wartawan Radarmadura.id, dapat disimpulkan mengapa penulis mengangkat *human interest* sebagai karya tulis ilmiah. Wartawan tersebut menjelaskan panjang lebar tentang perjalanan Radarmadura.id sebagai media rujukan masyarakat Madura untuk membaca berita. Komunikasi dipahami sebagai suatu proses penyampaian pesan antara satu orang kepada orang lain. (Aniatsari, 2018: 50). Salah satu berita yang banyak diminati oleh semua kalangan adalah *Feature human interest*. Karena menurutnya, para pembaca banyak mengambil hikmah dari kisah inspiratif seseorang.

Salah satunya yang sempat banyak apresiasi dari banyak pelajar di Madura adalah berita dari Anisa Sekar Kumala, Mahasiswi yang Mahir Bahasa Inggris. Sri menuturkan bahwa dia kenal dekat dengan nama akrab Anisa tersebut. Selain dari latar belakang keluarga yang sederhana, Anisa dikenal dengan sosok yang mudah bergaul dengan siapapun. Bahkan Sari menambahkan, untuk sekedar ditulis menjadi satu berita, belum cukup untuk menjabarkan sosok Anisa dimata teman sebaya dan keluarganya. Belum lagi bagaimana kehidupan Anisa dimata masyarakat Jl. Pintu Gerbang Pamekasan tempat di tinggal. “Pokoknya Anisa itu pemuda yang tangguh dan panjang untuk saya cerita semua tentang Anisa di telepon ini mas” tuturnya.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai penulisan feature di media daring radar madura (subjektivitas penulis feature human interest di radarmadura.id edisi januari 2022, penulis mendapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1). Feature yang ada di Radarmadura.id 50% membahas humans interest dimana 11 dari 22 feature pada edisi Januari 2022. (2). Feature yang ada di Radarmadura.id menerapkan segmentasi lokal pada tulisan yang diterbitkan mereka. (3). Menilai minat pembaca Radarmadura.id dari perbandingan minat dibanding news. (4). Mengetahui gaya bahasa yang digunakan dalam penulisan feature kategori feature, fungsi feature pada media daring Radarmadura.id

Dibawah ini beberapa poin yang merupakan saran dari peneliti sebagai suatu refleksi hasil penelitian, berikut saran teoritis: (1). Media daring Radarmadura.id melakukan strategi marketing untuk terus mengembangkan dan menjangkau publik melalui pengembangan pada diangkatnya isu lokal pada *feature*. Di masa pandemi ini media harus cerdas untuk terus berkembang. (2). Untuk peneliti selanjutnya harus memahami media secara umum melakukan subjektivitas pada penulisan *feature human interest* diterbitkannya. Dimulai dari tulisan *feature* yang rata-rata membahas hal tersebut, sehingga isu lokal yang diangkat menjadi perhatian khusus dari pembaca. (3). Untuk praktisi media terus berinovasi dalam pengembangan bidang *feature* terutama media *online*, hal ini merupakan hubungan timbal-balik saling menguntungkan antara media dan narasumber.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, H. D. 1982. *Jurnalistik Masa Kini*. Ghalia Indonesia : Jakarta.
- Aniatsari, I. (2018). Pemberitaan Konflik FPI dan GMBI pada Pikiran Rakyat, Republika dan Tribun Jabar dalam *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik* Volume 3 (1), 46-66.
- Ardianto, E. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. & Lukiati, K. E 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Cahyana, Y dan Bagong, S 1996, *Kajian Komunikasi dan Seluk Beluknya*, Surabaya: University Press.
- Cangara, H. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Desti, N. M. 2018. Strategi Wartawan Online dalam Mencegah Berita Hoax dalam Annaba Jurnal Ilmu Jurnalistik Volume 3 (4).
- DeVito, 1997, Komunikasi Antar Manusia, Edisi Kelima, Bina Rupa, Jakarta
- Effendy, O. U. 2006. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lestari, R. S. (2018). Etos Kerja Wartawan Kontributor MNCGroup Tentang Kebijakan Redaksi Terpadu dalam Annaba Jurnalistik: Jurnal Ilmu Jurnalistik Volume 3(1), 67-8.
- Nurudin, 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta. PT Radja Grafindo Persada.
- Novita, L. (2018). Independensi Wartawan PWI Jawa Barat dalam Berita Keislaman dalam Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 2 (1), 79-96.
- Rakhmat, J, 20037, Metode Penelitian Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rustandi. R (2018). Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Dai dalam Program Televisi, dalam Communicatus: Jurnal Ilmu Jurnalistik. Vol 2 (2), 197-222.
- Santana, K. S. 2005. Jurnalisme Kontemporer. Yayasan Obor Indonesia: Jakarta.
- Zulaikha, N. H. (2018). Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jawa Timur 2018. Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 3 (1), 91-110.
- Sumadiria, A.S. Haris. 2010. Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis . Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Widjaja, A.W. 2000. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Jakarta: Rineka Cipta
- Williamson.1999 Macroscale and Microscale Organic Experiment . USA:Houghton Mifflin Company.
- Zain, Umar Nur. 1993. Penulisan Feature. Pustaka Sinar Harapan: Jakarta
- Arianti, R. 2016. Peningkatan Keterampilan Menulis Feature Dengan Pendekatan. Skripsi. Universitas Negeri Malang: Fakultas Sastra.
- Abdul Rahman. 2013. Semiotika Filosofis: Perspektif Umberto Eco. Skripsi: Program Studi Ilmu Filsafat Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia
- Keraf, Gorys. (1981). Eksposisi dan Deskripsi. Jakarta: Nusa Indah.

- Krisyantono, Rachmat. (2007). Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Siegfried Kracauer and Thomas Y. Levin. 1993. Photography. Jurnal: The University of Chicago Press.
- Stone, P. J.; Dunphy, D.C.; Kirsch, J. (1970). The General Inquirer: A Computer Approach To Content Analysis. Cambridge, Ma: Harvard University Press.
- Tarigan, H. G.(2013). Berbicara sebagai suatu keterampilan berbahasa. Bandung: Angkasa.
- Lesmana, Fanny. (2017). Feature Tulisan Jurnalistik Yang Kreatif. Andi Yogyakarta.
- Nurudin, 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta. PT Radja Grafindo
- Palapah, M.O. dan Atang Syamsudin. 1983. Studi Ilmu Komunikasi, UNPAD
- Poerwadarminta. W.J.S. 2003. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka Persada
- Pradopo, Rahmat Djoko. (2012). Pengkajian Puisi. Bandung: PT Kiblat Buku Utama.
- Rakhmat, Jalaludin, 20037, Metode Penelitian Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Santana K, Septiawan. 2005. Jurnalisme Kontemporer. Yayasan Obor Indonesia : Jakarta
- Sumber Online:
- <https://romeltea.com/teknik-wawancara-jurnalistik/> (diakses pada 11 Juli 2022)
- <https://www.romelteamedia.com/2019/04/pengertian-jenis-jenis-feature.html> (diakses 11 Juli 2022)

