NILAI *HUMAN INTEREST* DALAM *SOFTNEWS FEATURE* DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* DAN *INSTAGRAM* DISKOMINFO KOTA PADANG PANJANG

SKRIPSI

Ditulis sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

DINA RADIANTI
NIM. 1830303010

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Dina Radianti
NIM	: 1830303010
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Jurnalistik

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul **Nilai *Human Interest*dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Padang Panjang, Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Dina Radianti

NIM.1830303010

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing SKRIPSI atas nama **DINA RADIANTI, NIM : 1830303010** dengan judul, **"NILAI *HUMAN INTEREST* DALAM *SOFTNEWS FEATURE* DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* DAN *INSTAGRAM* DISKOMINFO KOTA PADANG PANJANG",** memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui lanjutkan untuk sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinyaa.

Batusangkar, 12 Juli 2022
Pembimbing

Marhen, S. Sos. I., M. Pd. I
NIP. -

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **DINA RADIANTI, NIM: 1830303010**, judul **"NILAI *HUMAN INTEREST* DALAM *SOFTNEWS FEATURE* DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* DAN *INSTAGRAM* DISKOMINFO KOTA PADANG PANJANG"**, telah diuji dalam Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada hari Rabu, 27 Juli 2022, dan dinyatakan lulus sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

No	Nama/ NIP Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	**Marhen, S. Sos. I. , M. Pd. I** **NIP. -**	**Penguji Pendamping**		16/8-2022
2	**Drs. Ali Nupiah, MA** **NIP. 19600705 199803 1 002**	**Penguji Utama**		15-08-2022
3	**Zafirah Quroatun 'Uyun, S. I Kom., MA** **NIP. 19920229 201903 2 010**	**Anggota Penguji Utama**		01/Agustus 2022

Batusangkar, Agustus 2022
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dr. Akhyar Hanif, M. Ag
NIP. 19680120 199403 1 004

BIODATA PENULIS



Dina Radianti adalah penulis dari skripsi yang berjudul **"Nilai *Human Interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang"** ini. Penulis lahir di Pariaman, 13 Februari 2000 lalu, dan melalui masa kanak-kanak di Kota Kecil Penuh Kenangan, Kota Batam selama 12 tahun lamanya.

Penulis merupakan putri tunggal, anak semata wayang, anak perempuan satu-satunya dari Bapak Zainal Pily dan Ibu Dewi Yanti yang sekarang menetap di Jorong Banda Gadang, Nagari Tiku Selatan, Kabupaten Agam, Sumatera Barat.

Penulis yang akrab disapa Dina ini menyukai dunia kepenulisan seperti aksara dan sajak telah menempuh pendidikan formal di berbagai macam daerah. Dimulai dari Sekolah Dasar di SD Negeri 8 Bengkong, Kota Batam; SMP Negeri 4 Kota Batam; SMP Negeri 1 Tanjung Mutiara, Kab. Agam; MAN 3 Kota Padang Panjang; dan saat ini di UIN Mahmud Yunus Batusangkar dengan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis penuh semangat dan motivasi tinggi agar dapat menuntaskannya. Skripsi ini penulis dedikasikan untuk orangtua, keluarga besar, dan seseorang yang banyak membantu penulis dalam mengerjakannya hingga selesai. Penulis berharap skripsi ini akan bermanfaat, baik bagi penulis sendiri maupun orang-orang yang akan membacanya nanti. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini pertama kali saya persembahkan kepada Yang Maha Satu, dengan melafadzkan Alhamdulillahi Rabbil 'Alamiin, saya ucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Semesta Alam, Allah Subhana Wa Ta'ala yang sudah memberikan nikmat-Nya kepada manusia yang banyak maunya.

Kemudian, saya persembahkan untuk dua malaikat tak bersayap, dalam wujud nyata memberikan cinta dan kasih sayangnya kepada putri semata wayangnya. Saya memanggilnya Ayah dan Ama, tempat saya berkeluh kesah tentang segalanyabahwa skripsi ini adalah hasil yang tidak mengkhianati usaha.

Lalu, saya persembahkan juga teruntuk keluarga besar, sahabat, teman, rekan, partner, dan orang-orang yang pernah membersamai saya dalam suka duka, canda tawa, jatuh bangun, manis pahit, sehingga banyak cerita dan kisah yang bisa kita kenang ketika kita sudah tidak lagi bersama.

Tidak lupa saya persembahkan untuk seseorang yang tidak akan saya sebut namanya tetapi paling melekat dalam penyelesaian skripsi ini, yang sudah bersediasaya repotkan setiap waktu, yang selalu bersedia saya ganggu. Skripsi ini juga bukti bahwa kita pernah berjuang bersama dalam menyelesaikannya.

Dan terakhir, saya persembahkan untuk diri sendiri, Dina Radianti. Manusia yang tidak bisa melakukan apa-apa sendiri, manusia yang tidak menyukai sepi dan sunyi. Ia telah berhasil membuktikan pada dirinya bahwa ia mampu dan tidak ada kata terlambat sampai karya luar biasa ini tercipta.

ABSTRAK

Dina Radianti, NIM 1830303010, dengan judul skripsi **Nilai *Human Interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang.** Program Sarjana Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, UIN Mahmud Yunus Batusangkar.

Karya jurnalistik berupa *softnews* dengan jenis *feature* menjadi tulisan yang cukup banyak disukai oleh para pembaca (masyarakat). Hal ini dikarenakan *softnews feature* dikemas dengan menggunakan bahasa yang ringan dan menghibur, tidak seperti berita dengan jenis lainnya. *Softnews feature* yang menarik minat dan tanggapan masyarakat adalah *feature* yang dibubuhi nilai *human interest* dan memiliki gaya penulisan sastra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ciri khas dan tanggapan masyarakat mengenai postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan memakai dua teori yakninya teori kognitif sosial dan teori jarum hipodermik.

Adapun hasil penelitian ini adalah dari 12 postingan dari bulan Januari-Juni 2022, dengan 2 postingan per bulannya, ada 6 yang sudah memiliki nilai *human interest* dengan jelas dan 6 yang sama sekali tidak memiliki nilai *human interest* namun terselamatkan dengan gaya penulisan yang cukup menarik. Kemudian untuk tanggapan masyarakat, ada 10 postingan yang memiliki tanggapan masyarakat yang lengkap, baik *like*, komentar, dan berapa kali dibagikan. Sementara ada 2 postingan yang hanya memiliki *like* dan berapa kali dibagikan saja, namun tidak memiliki komentar dari pembaca.

Kata Kunci: *Softnews Feature, Human Interest,* Media Sosial

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **"Nilai *Human Interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang."** Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada *Qiyadah* kita yakni Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat Islam kepada alam yang lebih berilmu pengetahuan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan nikmat kesehatan, rezeki dan kemudahan bagi penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis dan keluarga besar, Ayahanda Zainal Pily dan Ibunda Dewi Yanti yang telah berusaha semaksimal mungkin agar penulis dapat melanjutkan pendidikan sampai saat ini, yang juga memotivasi dan berdoa demi kesuksesan penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Marjoni Imamora, M. Sc selaku rektor Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.
4. Bapak Dr. Akhyar Hanif, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
5. Ibu Romi Maimori, S. Ag., M. Pd selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

6. Bapak Drs. Ali Nupiah, MA selaku penguji utama dalam sidang munaqasyah skripsi penulis.
7. Ibuk Zafirah Quroatun ‘Uyun, S. I. Kom., MA selaku anggota penguji utama dalam sidang munaqasyah skripsi penulis.
8. Bapak Marhen, S. Sos. I., M. Pd. I selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sudah memberikan bimbingan kepada penulis.
9. Bapak dan Ibu dosen serta staf dan karyawan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
10. Keluarga kedua penulis, Bapak Jenny Marton dan Ibu Sri Destuti. Adik-adik penulis, Chantika, Salwa, Yumna, Hunafa. Dan keluarga besar J. Marton Family.
11. Partner dan rekan *healing* penulis: Juleee, Berliana, Nabilla, Bang Imam, Rusdi, Bintang, Yafi, Hanif, Rafiq dan Kinu yang selalu *gaskuy* diajak kemana pun. Juga Bayu dan Ayu yang sama-sama punya jiwa petualang.
12. Sahabat-sahabat penulis: Junita, Kak Rike, Riskaww, Weni, Ria, Dera, Tessa, Geno, Ikhsan, Wiwid, dan Kak Susan. Teristimewa Anysa Remona Agusta dan Mona Nofianti sepupu sekaligus *bestie* sebagai tempat bercerita banyak hal dari per-skripsi-an sampai masalah pribadi penulis.
13. Teman-teman seperjuangan toga Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik dan Broadcasting.
14. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung bagi penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
15. Terakhir, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri, Dina Radianti yang tidak pernah berhenti dalam menyelesaikan skripsi ini meski terkadang sering menunda untuk merevisi, namun akhirnya sampai pada tahap ini.

Terima kasih sudah mencintai dan menyayangi diri sendiri. Dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak yang dapat membangun kemampuan penulis dalam menyelesaikan skripsi agar lebih sempurnanya skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan.

Padang Panjang, Juli 2022



Dina Radianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR GAMBAR..... viii

DAFTAR TABEL ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Fokus Penelitian..... 10

C. Sub Fokus Penelitian..... 10

D. Tujuan Penelitian 10

E. Manfaat dan Luaran Penelitian 10

F. Definisi Operasional 12

1. Nilai..... 12
2. Media Sosial..... 12
3. *Softnews* 13
4. *Feature*..... 13
5. *Human Interest*..... 14

BAB II KAJIAN TEORI

A. Nilai 15

1. Pengertian Nilai 15
2. Macam-Macam Nilai..... 16

3. Fungsi Nilai 16
4. Implikasi Nilai 17
B. Media Massa 18
1. Pengertian Media 18
2. Pengertian Media Massa 19
3. Fungsi Media Massa 20
4. Peran Media Massa 20
5. Jenis-Jenis Media Massa 21
6. Media *Online* 22
7. Media Sosial 24
C. *Softnews* 28
1. Pengertian *Softnews* 28
2. Ciri-Ciri *Softnews* 28
D. *Feature* 29
1. Pengertian *Feature* 29
2. Struktur Penulisan *Feature* 30
3. Ciri-Ciri *Feature* 31
4. Jenis-Jenis *Feature* 33
E. *Human Interest* 34
1. Pengertian *Human Interest* 34
2. Unsur-Unsur *Human Interest* 36
F. Diskominfo Kota Padang Panjang 39
1. Sejarah Diskominfo Kota Padang Panjang 39
2. Visi-Moisi Diskominfo Kota Padang Panjang 40
3. Struktur Diskominfo Kota Padang Panjang 41
G. Teori Kognitif Sosial 41
H. Teori Jarum Hipodermik 43

I. Penelitian yang Relevan 45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 48

B. Latar dan Waktu Penelitian 49

C. Instrumen Penelitian 50

D. Sumber Data 51

E. Teknik Pengumpulan Data 52

F. Teknik Analisis Data 54

G. Teknik Keabsahan Data 56

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian 59

1. Ciri Khas dari *Softnews Feature* 60

2. Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature* 65

B. Pembahasan 69

1. Ciri Khas dari *Softnews Feature* 70

2. Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature* 95

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 105

B. Saran 106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Diskominfo Kota Padang Panjang..... 40
Gambar 2.2 Struktur Diskominfo Padang Panjang..... 41
Gambar 4.1 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 96
Gambar 4.2 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 97
Gambar 4.3 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 97
Gambar 4.4 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 98
Gambar 4.5 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 98
Gambar 4.6 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 99
Gambar 4.7 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 99
Gambar 4.8 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 100
Gambar 4.9 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 100
Gambar 4.10 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 101
Gambar 4.11 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 101
Gambar 4.12 *Screenshoot* Tanggapan Masyarakat..... 102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian 50

Tabel 4.1 Ciri Khas dari *Softnews Feature* 61

Tabel 4.2 Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature* 66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era globalisasi, kebutuhan masyarakat akan informasi semakin meningkat. Seiring berkembang zaman pun, kita telah disuguhkan dengan kecanggihan-kecanggihan teknologi. Hal ini dapat dilihat dari mudahnya kita mengakses dan mendapatkan berbagai informasi yang ada dari belahan dunia mana pun. Jika sebelumnya informasi dan berita bisa kita peroleh melalui surat kabar, radio, dan televisi, maka sekarang bisa dengan lebih mudah kita mengaksesnya secara *online* menggunakan ponsel pintar dalam genggaman.

Saat ini, karya jurnalistik berupa *softnews* dengan jenis *feature* menjadi tulisan yang cukup banyak disukai oleh para pembaca (masyarakat). Hal ini dikarenakan *softnews feature* dikemas dengan menggunakan bahasa yang ringan dan menghibur, tidak seperti berita dengan jenis lainnya. *Softnews feature* dianggap sebagai karya sastra karena bergaya penulisan sastra (jurnalisme sastrawi) yang khas, tidak terlalu baku, santai, dan tidak terikat waktu. Padahal, *feature* merupakan salah satu jenis berita dalam kategori *softnews* dengan tetap memenuhi unsur-unsur dalam penulisan berita. Tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung pada informasi dan pemberitaan. Informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Tentunya ini sangat berkaitan erat dengan media penyebarannya, yakninya media massa.

Salim, dkk (2002: 954) berpendapat bahwa media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar. Cangara dalam

buku Pengantar Ilmu Komunikasi, mengatakan bahwa media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sedangkan pengertian media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat- alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. (Cangara, 2010: 123-126)

Media massa dikelompokkan menjadi 3 jenis, di antaranya media cetak, media elektronik, dan media *online*. Dari ketiga jenis media massa tersebut, media *online*-lah yang saat ini menjadi media paling populer di kalangan masyarakat. Media *online* dianggap lebih memudahkan pembaca dalam mengakses informasi dimana pun dan kapan pun. Meski kehadirannya belum terlalu lama, media *online* saat ini menjadi media yang tergolong memiliki pertumbuhan yang paling spektakuler. (Suryawati, 2011: 46) Romli (2012: 12) mengatakan bahwa media *online* tergolong media yang bersifat khas, dikarenakan pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Media *online* didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya *website* portal berita dan blog. Media *online* digunakan sebagai media informasi bagi penggunanya. Seperti yang kita ketahui, bahwa pemberitaan dan informasi dari mana pun bisa kita ketahui dalam sekejap. Kategori pemberitaan dan informasi yang paling menarik minat pembaca adalah berita dan informasi yang berisikan hiburan, isu sosial, dan mengandung nilai-nilai, baik positif maupun negatif. (Romli, 2012:12)

Media *online* pada saat ini tidak bisa lepas dari banyaknya pengguna media sosial. Media sosial menjadi salah satu pilihan masyarakat (khalayak) sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan pemberitaan secara cepat dan mudah. Media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis

web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi *public* dalam sistem terbatasi, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem. Beberapa jenis situs media sosial populer saat ini antara lain adalah *Facebook* dan *Instagram.* (Henderi, 2007: 3)

Facebook adalah sebuah layanan media sosial yang diluncurkan pada Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg yang telah memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam untuk mengaksesnya. Disini pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan teman, bertukar pesan serta berbagi informasi. Sedangkan *Instagram* adalah *platform* aplikasi media sosial yangmemungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital, dan mengunggahnya dengan berbagai fitur, seperti kolom komentar, dan fitur *DM* atau *direct message* yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar pesan. (Puntoadi, 2011: 34)

Media sosial tidak hanya dijadikan sebagai alat bertukar pesan dan mengekspresikan diri bagi seseorang, tetapi juga sebagai media untuk menyebarkan informasi maupun pemberitaan secara cepat. Misalnya saja, banyak ditemukan saat ini akun media sosial *Facebook* dan *Instagram* yang bergerak dan menyuguhkan hal-hal seputar informasi, berita, isu dan fakta, pengetahuan *(knowledge),* dan segala hal yang berkaitan dengan dunia jurnalistik lainnya.

Dalam ilmu jurnalistik sendiri, terdapat dua tipe penulisan yaitu *hardnews* dan *softnews. Hardnews* adalah berita penting yang harus disampaikan langsung ke publik. Berita jenis ini tidak bisa ditunda pemberitaanya karena akan cepat basi, harus tepat waktu, kontroversial,

dan memiliki dampak yang luas sehingga masyarakat membutuhkan informasi segera karena mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Sedangkan berita *softnews* adalah berita yang dari segi struktur penulisan relatif lebih luwes, dan dari segi isi tidak terlalu berat. *Softnews* umumnya tidak terlalu lugas, tidak kaku, atau ketat, khususnya dalam soal waktu. Biasanya lebih banyak mengangkat aspek kemanusiaan (*human interest*). (Potter, 2006: 8)

Pada umumnya, masyarakat lebih menyukai berita dan informasi dengan bahasan yang ringan dan menghibur. Berita dengan jenis dan karakter seperti ini dapat ditemukan dalam *feature*. *Feature* tergolong ke dalam *softnews,* bisa berupa berita dan bisa berupa karangan dengan syarat- syarat tertentu yang dibuat menarik dan dibubuhi unsur *human-touch. Feature*bukan karya fiksi, tapi karya jurnalistik karena *feature* harus memiliki satu makna, satu arti, tidak seperti karya sastra yang banyak arti tergantung si pembacanya. *Feature* juga disebut karya sastra jurnalistik karena sangat bertumpu pada kekuatan deskripsi yakni mampu menggambarkan situasi dan suasana secara rinci, hidup, beraroma, sehingga imajinasi pembaca terbawa ketempat peristiwa. (Kusumaningrat, 2006: 219)

Softnews dengan jenis *feature* ini hampir ditemukan di seluruh media massa, baik di koran, internet dan media sosial, bahkan di televisi pun juga banyak menyiarkan *feature* meskipun dikemas dalam audio-visual, namun tetap memiliki nilai *human interest* bagi para pembaca. *Feature* merupakan karangan khas yang didasarkan pada fakta dan data yang ditulis secara ringan,mendidik dan menjadi tulisan hiburan bagi pembaca. Bahkan ada juga yang menyebut *feature* sebagai karangan *non-fiction story*, yaitu jenis karangan yang bebas dari pendapat dan perasaan pribadi penulisnya. (Barus, 2010: 172)

Dalam tulisan berita, baik *hardnews* maupun *softnews* harus memiliki nilai-nilai berita yang menjadi ukuran dalam menentukan kelayakan berita. Nilai yang terkandung dalam sebuah berita merupakan pertimbangan khusus bagi para wartawan dalam mencari dan mengangkat suatu kejadian. Sumadiria (2006: 80-91) menyebutkan bahwa ada 11 nilai berita, diantaranya: keluarbiasaan *(unusualness),* kebaruan *(newsness),* akibat *(impact),* aktual *(timeliness),* kedekatan *(proximity),* informasi *(information),* konflik *(conflict),* orang penting *(public figure, news maker),* kejutan *(surprising),* ketertarikan manusiawi *(human interest),* dan seks *(sex)*. Pada berita yang memiliki nilai *human interest* pembaca akan ditarik dan ditenggelamkan rasa manusiawinya melalui kisah-kisah cinta, kebencian, keingintahuan, ketakutan, humor atau tema-tema aneh. Walaupun berita tersebut tidak mempunyai nilai berita yang aktual, kedekatan, keterkenalan dan dampak bagi orang tersebut. (Sumadiria, 2008: 161)

Feature memberikan sebuah dampak yang menarik minat seseorang, atau lebih dikenal dengan sebutan *human interest* (ketertarikan manusiawi). Suatu peristiwa dapat dikatakan memiliki unsur *human interest* apabila langsung menjadi pusat perhatian bagi orang-orang yang mengetahui dan membacanya. Tom E Rolnicki mengatakan bahwa *human interest* adalah penekanan (biasanya) pada orang yang berusaha mengungkap sisi emosional untuk pembaca. Selain itu, *human interest* juga disebutkan sebagai kejadian yang membuat sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar yang berada dalam situasi biasa. Jadi, *human interest* bisa diartikan sebagai rasa kemanusiaan. (Rolnicki, dkk: 2008)

Sedangkan Sumadiria (2014: 161) beranggapan bahwa *human*

interest tidak hanya memberikan perhatian pada kehidupan manusia saja, melainkan dunia flora dan fauna pun turut menjadi perhatian. Karena dalam kehidupan sehari-hari sering kita amati bahwa hewan memiliki kasih sayang terhadap keluarganya. *Feature* dengan nilai *human interest* dimaksudkan untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, dan bahkan menguras air mata khalayak. *Human interest feature* termasuk yang paling efektif dalam menyentuh wilayah intuisi, emosi dan psikologi khalayak yang anonim dan heterogen. (Sumadiria, 2014: 161)

Salah satu media sosial yang dapat ditemukan tulisan *softnews* dengan jenis *feature* adalah di akun milik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang (Diskominfo). Diskominfo Kota Padang Panjang adalah sebuah instansi pemerintah dengan wilayah kerja Kota Padang Panjang, Provinsi Sumatera Barat. Diskominfo ini bergerak aktif memberikan informasi dan pemberitaannya setiap hari melalui media sosial yang cukup populer, yakninya *Facebook* dan *Instagram.* Halaman *Facebook* dengan nama Kominfo Padang Panjang ini memiliki 18 rb pengikut, dan *Instagram* dengan nama *@kominfopadangpanjang* yang telah memiliki 21,3 rb pengikut *(followers),* yang masing-masing sudah bercentang biru.

Saat ini, media berlomba-lomba memberikan informasi dan pemberitaan yang hampir serupa, kadang hanya berbeda judul dengan isi yang sama. Kebanyakan informasi dan pemberitaan yang diangkat hanya bercorak komersial tanpa mengedepankan nilai *human interest*. Untuk itu, Diskominfo Kota Padang Panjang melalui media sosialnya mengangkat *feature* yang menyentuh nilai *human interest* sehingga mudah dipahami dan diterima oleh pembaca. Biasanya informasi dan pemberitaan yang diposting terkait Kota Padang Panjang itu sendiri serta tempat, benda,

maupun kisah-kisah inspiratif dari orang-orang yang berasal dari daerah tersebut.

Sejalan dengan visi-misi Diskominfo Kota Padang Panjang poin 1, bahwa meningkatkan pengelolaan dan pelayanan infomasi yang bekualitas, benar, dan betanggung jawab. Begitu juga dengan penyebaran informasi berupa *softnews feature*, meski tulisan dengan jenis ini dikemas dengan tatanan bahasa yang ringan dan menghibur *softnews feature*, tetaplah harus mengedepankan informasi dan berita yang berdasarkan fakta dan data yang ditemukan di lapangan serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Oleh karena itu, tulisan softnews feature yang menarik minat masyarakat mampu memberikan dampak berupa tanggapan masyarakat atau pembaca.

Konten atau postingan yang dipublikasikan memiliki keunikan dan ciri khasnya tersendiri. Khususnya untuk tulisan kategori *softnews*, Diskominfo Kota Padang Panjang sering menerbitkan *feature* yang mengandung nilai *human interest* berupa hal-hal positif dan membangun yang bertujuan untuk memberikan inspirasi dan motivasi yang membangun bagi para pembaca dimana pun berada. Tidak hanya itu, postingan antara *Facebook* dan *Instagram* adalah dua hal yang selaras. Dimana apa saja yang dipublikasikan di *Facebook*, juga akan ditemukan di *Instagram*, begitu juga sebaliknya. Misalnya *feature* tentang "Dirintis Puluhan Tahun Lalu, Mie Ayam Pangsit Pak Kumis Semakin Laris", "Selamat Jalan Pak Pinin, Petugas Kebersihan yang Rajin dan Alim", dan "Garuda, Arena Permainan Era 80-an yang Masih Bertahan".

Survey sementara peneliti terhadap tulisan *softnews feature* di media sosial *Instagram* dengan judul "Dirintis Puluhan Tahun Lalu, Mie Ayam Pangsit Pak Kumis Semakin Laris" oleh Rifki Mahendra yang diposting

pada 30 Januari 2022 lalu ini memiliki 694 *like* dengan 33 komentar dari para pembacanya. Sama halnya dengan akun *Facebook*-nya, postingan ini memiliki 114 *like*, 12 komentar, dan 6 kali dibagikan. Komentar yang diberikan oleh pembaca memberikan *support* dan apresiasi, baik kepada postingan Diskominfo Padang Panjang itu sendiri maupun orang-orang yang terlibat dalam kisah inspiratif tersebut. Budiono selaku Kepala Seksi Pengelolaan Informasi dan Opini Publik (1/5), mengatakan bahwa tulisan yang banyak menarik minat masyarakat adalah postingan yang terkait masyarakat Kota Padang Panjang itu sendiri.

Dalam penelitian ini, penulis akan menguraikan nilai *human interest* pada tulisan *softnews feature* menggunakan 2 teori, yaitu teori kognitif sosial dan teori jarum hipodermik. Albert Bandura (dalam Muliati, 2019:85) mengatakan bahwa teori kognitif sosial didasarkan atas proposisi bahwa proses sosial dan proses kognitif adalah sentral bagi pemahaman mengenai motivasi, emosi, dan tindakan manusia. Dan teori jarum hipodermik yang dikemukakan oleh Harold Laswell memandang dan menempatkan media sebagai sesuatu yang perkasa sehingga mampu mempengaruhi orang. Teori ini memiliki asumsi bahwa pengelola media lebih pintar dibandingkan dengan khalayak sehingga khalayak dapat ditundukkan dan dibentuk sedemikian rupa. (Mukarom, 2020:141)

Berdasarkan hasil observasi awal dengan pihak Diskominfo Kota Padang Panjang yang bertanggungjawab dalam keredaksian, tulisan *feature* yang diposting di media sosial *Facebook* dan *Instagram* melalui beberapa proses. Diawali dengan jurnalis yang melakukan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan, kemudian menuliskannya berdasarkan hasil yang diperoleh dan tentunya memiliki nilai *human interest* yang mampu menarik dan memotivasi bagi para pembacanya.

Setelah tulisan selesai oleh jurnalis, barulah tim redaksi bagian editor bertugas menyunting naskah atau *script* yang diberikan oleh jurnalis tadi sebelum akhirnya diposting di akun media sosial *Facebook* dan *Instagram* milik Diskominfo Kota Padang Panjang.

Hal ini bertujuan untuk memeriksa tulisan yang *typo* atau pemilihan diksi yang kurang tepat. Meskipun *softnews feature* tidak memiliki tatanan bahasa yang baku seperti tulisan *hardnews*, *feature* harus tetap mengandung dan memiliki nilai *human interest* yang mampu menarik dan menyentuh intuisi dan emosi para pembacanya. Tentulah setiap tulisan harus mudah dicerna sehingga nilai dan makna dalam tulisan tersebut tepat sasaran dan tidak bertele-tele. Tidak ada berapa batasan maksimal dan minimal yang harus diposting setiap harinya, atau bahkan bisa tidak ada sama sekali apabila memiliki hal-hal *urgent* di protokoleran Kota Padang Panjang.

Feature yang mengandung nilai *human interest* menjadi daya tarik sendiri bagi para pembacanya. Terlebih jika menceritakan kisah inspiratif yang mengundang decak kagum dan haru, tentunya ini membuat masyarakat (khalayak) ikut merasakan dampak positif yang diberikan bahkan secara tidak langsung mengajak untuk melakukan hal-hal positif juga. Seperti kisah tentang pekerja keras dan pantang menyerah, pembaca akan ikut tergugah perasaannya untuk melakukan hal yang sama, dan masih banyak motivasi- motivasi lainnya yang menyentuh emosional para pembacanya. Hal ini dapat dilihat dari komentar dan respon dari para pembaca yang lebih banyak dibandingkan postingan dengan jenis berita dan informasi lainnya.

Dengan melihat latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti **"Nilai *Human interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial**

***Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang."**

B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan kepada Nilai *Human Interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang.

C. Sub Fokus Penelitian

1. Bagaimana ciri khas tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest* di media sosial Diskominfo Kota Padang Panjang?
2. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung niai *human interest* di media sosial Diskominfo Kota Padang Panjang?

D. Tujuan

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan ciri khas tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest* di media sosial Diskominfo Kota Padang Panjang.
2. Mengetahui tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest* di media sosial Diskominfo Kota Padang Panjang.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif untuk berbagai pihak, baik peneliti maupun pembaca pada umumnya,

atau mereka yang membutuhkan pengetahuan tentang hal ini, adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

1) Memberikan gambaran bagaimana ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest.*
2) Memberikan pengetahuan tentang ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest*.
3) Menambah khazanah kepustakaan terkait ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest* bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Batusangkar.

b. Manfaat Praktis

1) Masyarakat: menambah pengetahuan terkait ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest*.
2) Peneliti: menambah ilmu pengetahuan terkait masalah yang diangkat.
3) Pembaca: menambah ilmu pengetahuan tentang ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest.*

2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk dijadikan proposal skripsi, dan minat dalam memperoleh ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandungnilai *human interest* lebih ditingkatkan lagi agar pengetahuan

bertambah.

F. Definisi Operasional

1. Nilai

Dalam Kamus Bahasa Indonesia, nilai adalah harga, taksiran, angka. Artinya nilai adalah sesuatu yang berharga, keyakinan yang dipegang sedemikian rupa oleh seseorang sesuai dengan tuntutan hati nuraninya. Pada dasarnya setiap masyarakat memiliki nilai-nilai yang dijunjung dan dipegang teguh. (Ahmad, 1996: 264)

Mulyana (2004: 11) berpendapat bahwa nilai adalah rujukan dan keyakinan dalam menentukan pilihan. Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan sehingga melahirkan tindakan pada diri seseorang. Sedangkan Frankel mengatakan bahwa nilai adalah standar tingkah laku, keindahan, keadilan, kebenaran, dan efesiensi yang mengikat manusia dan sepatutnya untuk dijalankan dan dipertahankan (Kartawisastra, 1980: 32-35).

Dalam penelitian ini, nilai yang dimaksud oleh penulis adalah sesuatu yang dapat diambil dan dipelajari dari sebuah tulisan *softnews feature*. Maksudnya, bagaimana sebuah tulisan mampu menyentuh dan memberikan dampak bagi setiap para pembacanya.

2. Media Sosial

Arsyad (2011: 3) mengatakan bahwa kata media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Dalam bahasa arab, *medoe* yang artinya perantara antara pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Sementara kata sosial berasal dari bahasa latin yaitu *'socius'* yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh dan berkembang dalam kehidupan bersama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sosial adalah berkenaan dengan masyarakat. Istilah lainnya dari sosial adalah suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong, menderma, dan sebagainya).

Media sosial merupakan situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi *public* dalam sistem terbatasi, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem. (Henderi, 2007: 3)

Dalam hal ini, media sosial yang dimaksud oleh penulis adalah sarana yang digunakan sebuah instansi atau lembaga pers untuk menyampaikan informasi dan pemberitaannya melalui sebuah *platform* "media sosial" yang paling populer saat ini adalah *Facebook* dan *Instagram.*

3. *Softnews*

Softnews adalah berita yang dari segi struktur penulisan relatif lebih luwes, dan dari segi isi tidak terlalu berat. *Softnews* umumnya tidak terlalulugas, tidak kaku, atau ketat, khususnya dalam soal waktu. Misalnya, tulisan untuk menggambarkan kesulitan yang dihadapi rakyat kecil akibat krisis ekonomi akhir-akhir ini. Selama krisis ekonomi ini masih berlanjut, berita itu bisa diturunkan kapan saja. Atau tulisan tentang artis Meriam Bellina, yang memiliki hobi baru mengkoleksi pot bunga antik. Biasanya lebih banyak mengangkat aspek kemanusiaan (*human interest*). (Potter, 2006: 8)

Softnews yang dimaksudkan penulis disini adalah sebuah tulisan dengan bahasa yang santai dan ringan. Selain itu, tulisannya pun tidak mudah basi dan ketinggalan seperti berita *breaking news* kebanyakan. *Softnews* bisa dikonsumsi publik kapan saja oleh para pembaca.

4. *Feature*

Feature merupakan karangan khas yang didasarkan pada fakta dan data yang ditulis secara ringan, mendidik dan menjadi tulisan hiburan bagi pembaca. Bahkan ada juga yang menyebutnya sebagai karangan *non- fiction story,* yaitu jenis karangan yang bebas dari pendapat (seperti berita) dan perasaan pribadi penulisnya. (Barus,

2010: 172)

Dalam penelitian ini, *feature* yang dimaksudkan oleh penulis adalah sebuah tulisan di akun media sosial Diskominfo Kota Padang Panjang yang mengangkat tema mengenai kehidupan sehari-hari. Misalnya saja, kisah-kisah inspiratif dari orang-orang yang bertempat tinggal dan menetap di Kota Padang Panjang.

5. *Human Interest*

Kata *human interest* secara harafiah dapat diartikan sebagai menarik minat orang. Berita dengan jenis *human interest news* ini dimaksudkan untuk mengguncang perasaan dan suasana. Jenis berita ini dapat menyentuh wilayah intusisi, emosi, dan psikologi khalayak yang membaca dan melihatnya. (Kusumaningrat dkk, 2006: 64)

Dalam hal ini, penulis menggambarkan *human interest* adalah hal-hal yang menarik minat manusia, baik itu secara emosional bahkan tindakan sekali pun. Dikarenakan disini penulis meneliti di Diskominfo Padang Panjang terkait tulisan *softnews feature*, maka bagaimana sebuah tulisan tersebut dikemas hingga mengandung nilai *human interest* yang tepatsasaran bagi para pembaca.

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Nilai

1. Pengertian Nilai

Nilai adalah standar atau ukuran (norma) yang kita gunakan untuk mengukur segala sesuatu. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, nilai adalah sifat-sifat (hal-hal) yang penting dan berguna bagi kemanusian. Atau sesuatu yang menyempurnakan manusia sesuai dengan hahikatnya. Misalnya nilai etik, yakni nilai untuk manusia sebagai pribadi yang utuh, seperti kejujuran, yang berkaitan dengan akhlak, benar salah yang dianut sekelompok manusia. (DPN, 2012: 963)

Mulyana (2004: 11) dalam buku Mengartikulasikan Pendidikan Nilai memberikan definisi nilai sebagai rujukan dan keyakinan dalam menentukan pilihan. Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan sehingga melahirkan tindakan pada diri seseorang. Sedangkan menurut Frankel, nilai adalah standar tingkah laku, keindahan, keadilan, kebenaran, dan efesiensi yang mengikat manusia dan sepatutnya untuk dijalankan dan dipertahankan. (Kartawisastra, 1980: 32-35)

Menurut Amril Mansur, tidak mudah untuk mendefinisikan tentang nilai dan keberadaannya. Namun paling tidak pada tataran prasis, nilai dapat disebut sebagai sesuatu yang menarik, dicari, menyenangkan, diinginkan dan disukai dalam pengertian yang baik atau berkonotasi positif. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa nilai merupakan sebuah ide atau konsep tentang sesuatu yang penting dalam kehidupan seseorang dan menjadi perhatiannya. Sebagai standar perilaku, tentunya nilai menurut seseorang untuk melakukannya. (Mansur, 2006: 46)

Dengan demikian, nilai pada dasarnya melekat pada diri manusia yang patut untuk dijalankan dan dipertahankan. Sebagai makhluk cipataan Tuhan, manusia mempunyai akal, perasaan, hati nurani, kasih sayang, moral, budi pekerti, dan etika yang menjadi karakter

khas manusia dibandingkan dengan makhluk yang lainnya. Dan karakter inilah yang melekat pada diri manusia sebagai bentuk dari nilai itu sendiri.

2. Macam-Macam Nilai

   Berdasarkan teori Spranger, ada 6 nilai yang sering dijadikan rujukan manusia dalam kehidupan, diantaranya:

   a. Nilai teoritik melibatkan pertimbangan logis dan rasional dalam memikirkan dan membuktikan kebenaran sesuatu.
   b. Nilai ekonomis, terkait dengan perimbangan nilai yang berkadar untung dan rugi, yang berarti mengutamakan kegunaan sesuatu bagi manusia.
   c. Nilai estetik, disebut juga sebagai nilai keindahan yang sangat tergantung pada subjektif seseorang.
   d. Nilai sosial, berakumulasi pada nilai tertinggi yakni kasih sayang antarmanusia.
   e. Nilai politik, kadar nilainya bergerak dari pengaruh yang rendah menuju tinggi, atau sering disebut sebagai nilai kekuasaan.
   f. Nilai agama, merupakan nilai yang bersumber dari kebenaran tertinggiyang datangnya dari Tuhan. (Mulyana, 2004: 32-35)

3. Fungsi Nilai

   Setiap manusia memiliki sikap positif terhadap nilai tertentu, dan sikap tersebut merupakan cermin dari orientasinya terhadap nilai tersebut. Enamfungsi nilai di antaranya:

   a. Nilai berfungsi sebagai standar, yaitu standar yang menunjukkan tingkah laku dari berbagai cara, yaitu: membawa individu untuk mengambil posisi khusus dalam masalah sosial, mempengaruhi individu dalam memilih suatu ideology politik atau agama, menunjukkan gambara-gambaran self terhadap orang lain, menilai dan menentukan kebenaran dan kesalahan atas diri sendiri maupun orang lain, menentukan individu bermoral dan berkompeten, mempengaruhi orang lain atau mengubahnya, nilai

sebagai standar dalam proses rasionalisasi.

b. Nilai berfungsi sebagai rencana umum *(general plans)* dalam penyelesaian konflik dan pengambilan keputusan.
c. Nilai berfungsi motivasional. Nilai memiliki komponen motivasional yang kuat seperti halnya komponen kognitif, afektif, dan behavional.
d. Nilai berfungsi penyesuaian. Isi nilai tertentu diarahkan secara langsung kepada cara bertingkah laku serta tujuan akhir yang berorientasi kepada penyesuaian.
e. Nilai berfungsi *ego defensive.* Nilai dapat berfungsi membantu proses rasionalisasi yang merupakan salah satu bentuk dari *ego defence mechanism.* Dalam fungsi ini, nilai sama halnya dengan sikap yang berfungsi ego *defensive* dalam melayani kebutuhan, perasaan, dan perbuatan yang secara pribadi dan sosial tidak dapat diterima. Kemudian hal tersebut disalurkan melalui proses rasionalisasi dan pembentukan reaksi ke dalam langkah-langkah yang lebih dapat diterima.
f. Nilai berfungsi sebagai pengetahuan atau aktualisasi diri. Nilai instrumental dan terminal tertentu secara eksplisit ataupun implisit melibatkan fungsi aktualisasi diri. Fungsi pengetahuan berarti pencarian arti kebutuhan untuk mengerti, kecendrungan terhadap kesatuan persepsi dan keyakinan yang lebih baik untuk melengkapi kejelasan dan konsistensi. (Adisubroto, 1993: 31-32)

4. Implikasi Nilai

Karakterisrik nilai memiliki 3 implikasi atau keterlibatan di dalam kehidupan manusia sebagai subjek nilai, yakni:

a. Berkaitan dengan tanggung jawab, manusia sebagai makhluk bebas. Nilai moral tentunya sangat berkaitan dengan manusia. Pribadimanusia yang bertangung jawab dikarenakan moral pada prinsipnya merupakan aktualisasi tanggung jawab manusia sebagai makhluk bebas itu sendiri. Hubungan nilai dengan

tanggung jawab manusia dimisalkan umpamanya keadilan sebagai nilai moral, akan kehilangan nilai moralnya manakala tidak didasari oleh keputusan bebas manusia yang mesti dipertanggungjawabkannya.

b. Berkaitan dengan hati nurani, pada prinsipnya nilai moral menuntut perealisasian dalam tindakan manusia. Tuntutan seperti ini langsung atau tidak melahirkan desakan dari hati nurani manusia untuk mewujudkannya. Manusia akan merasa bersalah manakala ia melecehkan nilai-nilai yang sudah dimilikinya namun dilanggarnya, sebaliknya manusia merasa puas dan lega manakala nilai-nilai itu dapat diaktualisasikan dalam tindakan.

c. Berkaitan dengan kewajiban, pada prinsipnya nilai moral seperti nomor dua di atas akan melahirkan apa yang disebut dengan kewajiban moral. Kewajiban moral sebagai hasil dari tuntutan nilai moral seperti ini pada prinsipnya merupakan sesuatu yang tidak dapat ditawar-tawar, manusia akan sealalu memiliki kecenderungan untuk melakukan nilai-nilai moral selain sesuai dengan fitrah yang telah dimilikinya sebagai makhluk bermoral, juga nilai moral tersebut merupakan substansi dari perilaku moral itu sendiri, misalnya pada perilaku jujur, nilai moral pada perilaku ini memang ada pada perilaku jujur itu sendiri, tidak di luar atau konsekuensi dari perilaku itu sendiri. (Bertens, 1994: 143-146)

B. Media Massa

1. Pengertian Media

Media adalah alat saluran komunikasi. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak kata medium. Secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (a source) engan enerima psan (a receiver). Beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televise, diagram,

media cetak (printed material), computer, dan lai sebagainya. (Indriana, 2011:13)

Media merupakan alat yang dapat membantu dalam keperluan dan aktivitas, yang dimana sifatnya dapat mempermudah bagi siapa saja yang memanfaatkannya. Secara lebih khusus, pengertian media dalam prses mengajar cenerung diartikan sebagai alat-alat garafis, photografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal. (Rasyad, 2011:3)

2. Pengertian Media Massa

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer menjelaskan bahwa media massa adalah sarana informasi untuk menyampaikan berita kepada masyarakat luas baik yang menggunakan alat cetak maupun elektronik. Sedangkan menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah "sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar". (Salim dkk, 2002: 954)

Menurut Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, menjelaskan bahwa media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. (Cangara, 2010: 123-126)

Media massa sendiri termasuk pada kajian ilmu yang berasal dari ilmu komunikasi. Dimana menjelaskan tentang sebuah informasi yang berasal darikomunikator yang memberikan informasi kepada komunikan. Dalam proses penyampaian informasi tersebut membutuhkan sebuah sarana yang bernama media massa. (Peterson dkk, 2008: 30)

Istilah media massa sendiri berkembang penggunaanya ketika digunakan untuk menjelaskan bahwa komunikasi digunakan dalam

skala yang lebih besar. Melalui media masa, setiap individu atau kelompok dapat termasuk ke dalam lingkup sebagai pemberi informasi ataupun penerima informasi. (McQuail, 2000: 41)

3. Fungsi Media Massa

   Menurut Dominick (2001), ada beberapa fungsi media massa bagi masyarakat, antara lain adalah:

   a. Fungsi keterkaitan (*linkage*)

      Media massa dapat menjadi alat pemersatu anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

   b. Fungsi penyebaran nilai (*transmission of values*)

      Fungsi ini disebut juga sosialisasi, dimana media massa memperlihatkan kepada khalayak tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.

   c. Fungsi hiburan (*entertainment*)

      Fungsi hiburan selalu dijalankan oleh setiap media massa. Media yang sangat jelas menjalankan fungsi ini adalah televisi dan majalah. (Natasha, 2015: 617)

4. Peran Media Massa

   Mengenai peran media massa dalam bukunya yang berjudul *Mass Communication Theory,* Denis McQuail menyatakan ada enam hal yang menjadi peran media, yakni:Media massa sebagai *window on event and experience.* Media massa dianggap sebagai sebuah jendela yang memungkinkan masyarakat untuk mengetahui berbagai kejadian yang berada di dalam ataupun di luar ruang lingkupnya. Selain itu media massa juga dianggap sebagai sebuah sarana pembelajaran untuk menambah wawasan ataupun mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi.

   a. Media massa sebagai *a mirror of event in society and world, implyinga faithful reflection.* Media massa juga berperan sebagai cermin dari berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat

maupun dunia, serta media juga merefleksikan apa adanya.

b. Media massa sebagai *filter* atau *gatekeeper*. Media massa sebagai sebuah tempat untuk menyeleksi berbagai kejadian atau hal yang perludiberi perhatian atau tidak.
c. Media massa sebagai penunjuk dan penerjemah atas berbagai ketidakpastian yang beragam.
d. Media massa sebagai sebuah forum untuk mempresentasikan bebagai informasi dan ide-ide kepada khalayak. Sehingga memungkinkanadanya tanggapan atau umpan balik.
e. Media massa sebagai *interlocutor.* Dimana media massa tidak hanya sekedar tempat bertukarnya informasi, tapi juga sebagai *partner* komunikasi yang memungkinkan terjadinya sebuah komunikasi yang interaktif. (McQuail, 2000: 66)

5. Jenis-Jenis Media Massa

Jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis, yakni antara lain:

a. Media cetak Media cetak adalah media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920-an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masayarakat, sehingga membawa masyrakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa. Namun sekarang sudah sangat kebebasan pers, seperti timbal balik dari audiens.
b. Media elektronik Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepetatan dan ketepatan waktu dalam penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa

audio visual.

c. Media internet *(online)* Baru populer di abad 21, google lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui website. Banyak kelebihan media maassa internet dibanding media yang lain. Namun akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi pengguna yang belum mengerti. Misalnya penipuan, pornografi dsb. Media internet tidak harus dikelola sebuah perusahaan layaknya media cetak dan elektronik, melainkan bisa juga dilakukan oleh individu. (Cangara, 2010: 74)

6. Media *Online*

Era globalisasi ditandai dengan masuknya teknologi yang disebut internet yang mulai menggeser eksistensi media konvensional dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai penyedia informasi. Media *online* yang kini banyak hadir telah menyebabkan berubahnya sistem konsumsi masyarakat terhadap media massa.

Suryawati (2011: 46) berpendapat bahwa media *online* atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Sedangkan internet sendiri adalah sebuah jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia secara terus menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk *e-mail,* transmisi *file,* dan komunikasi dua arah antar individu atau *computer.* (Severin, 2011: 6)

Asep Syamsul M. Romli (2012: 34) menjelaskan bahwa media *online* secara khusus dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.

Media *online* dapat diartikan sebagai media yang dapat diakses melalui internet. Asep Syamsul M. Romli (2012), membagi beberapa karakteristik media online yaitu:

a. Multimedia, dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
b. Aktualitas, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatanpenyajian.
c. Cepat, saat berita diposting atau di-*upload*, berita dapat langsungdiakses oleh semua orang.
d. *Update*, pembaruan *(updating)* informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya dalam kesalahan ketik/ejaan.
e. Kapasitas luas, halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
f. Fleksibilitas, pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit *(update)* bisa kapan saja, setiap saat. (Romli, 2012: 34)

Di zaman serba canggih saat ini, media *online* memiliki senjata utama yang dengan sukses sedikit menggeser eksistensi media konivensional seperti koran, majalah, bahkan televisi dengan kelebihan utamanya. Kecepatan yang ditawarkan oleh media berbasis internet ini mampu menjaring masyarakat untuk beralih mencari informasi di internet. Masyarakat tidak perlu menunggu untuk mendapatkan berita terbaru. Hanya dengan menggunakan komputer dan koneksi internet bahkan telepon selular saja, kini informasi sudah dapat diakses dengan mudah oleh pembaca.

Media *online* merupakan sebuah jenis media yang menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet sebagai wadah untuk mengakses ataupun memproduksi berita. Walaupun terbilang sebagai sebuah media baru, jenis media ini dianggap

memiliki pertumbuhan yang pesat dan sangat digemari oleh masyarakat.

Media *online* sendiri merupakan salah satu jenis media yang popular dan bersifat khas. Kekhasan media jenis ini terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer disamping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses sebuah berita. Keunggulan pada media ini adalah informasi yang bersifat *up to date, real time,* dan praktis. (Yunus, 2010: 32)

7. Media Sosial
   a. Pengertian Media Sosial

      Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunanya dalam menggali berbagai informasi.

      Media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi *public* dalam sistem terbatasi, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007: 3)

      Phillip Kotler dan Kevin Keller (2012: 586) menjelaskan bahwa media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan denganperusahaan dan sebaliknya Media sosial adalah media *online* yang menduduki interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa jenis situs media sosial populer saat ini antara lain *Instagram*, Twitter, *Facebook*, TikTok, hingga Youtube.

b. Manfaat Media Sosial

Ada 6 manfaat atau dampak positif dari penggunaan media sosial, di antaranya:

1) Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang. Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti *Facebook* dan Twitter.
2) Memperluas pergaulan. Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal iniberdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.
3) Jarak dan waktu bukan lagi masalah. Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh.
4) Lebih mudah dalam mengekspresikan diri. Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas.
5) Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja.
6) Biaya lebih murah. Bila dibandingkan dengan media lainnya, makamedia sosial memerlukan biaya yang lebih murah karena kita hanya perlu membayar biaya internet untuk dapat mengakses media sosial. (Cahyono, 2016: 153-154)

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Terdapat beberapa macam jenis media sosial, yaitu sebagai berikut:

1) *Bookmarking*

Bookmarking memberikan sebuah kesempatan untuk me-*share link*dan *tag* yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.

2) *Wiki*

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs *knowledge sharing, wikitravel* yangmemfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.

3) *Flickr*

Situs yang dimiliki *yahoo,* yang mengkhusukan sebuah *image sharing* dengan *contributor* yang ahli pada setiap bidang fotografi di seluruh dunia. *Flickr* menjadikan sebagai *photo catalog* yang setiap produknya dapat dipasarkan.

4) *Creating opinion*

Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.

5) Media sosial

Melalui situs-situs konten *sharing* tersebut orang-orang mencptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Berikut beberapa contoh dari aplikasi media sosial tersebut:

a) *Facebook,* layanan media sosial yang diluncurkan pada Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam untuk mengaksesnya. Disini pengguna dapat membuat profil pribadi,

menambahkan teman, bertukar pesan serta berbagi informasi.

b) *WhatsApp*, merupakan aplikasi pesan lintas platform sejak kemunculanya tahun 2009 hingga saat ini, yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena menggunakan data internet. Menggunakan WhatsApp kita dapat dengan mudah untuk berinterikasi melalui pesan teks maupun suara dan hingga saat ini dilengkapi dengan fitur *video call*, yang mana kita dapat bertatap muka ketika telpon.

c) *Line*, hampir serupa dengan *Whatsapp, Line* diluncurkan pada tahun 2011 oleh perusahaan Jepang. Yang membedakannya jika *Whatsapp* tidak memiliki karakter-karakter emoji dalam pesan, maka *Line* memiliki fasilitas tersebut. Sehingga terlihat lebih seru ketika menggunakannya dalam menyampaikan pesan.

d) *Youtube*, sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh mantan karyawan *PayPal* pada Februari 2005 ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton serta berbagi video. Konten video positif apapun bisa diakses melalui aplikasi tersebut.

e) *Twitter*, layanan media sosial dan *microblog daring* yang hampir serupa dengan *Facebook*, yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 280 karakter. Didirikan pada Maret 2006 oleh Jack Dorsey.

f) *Instagram*, adalah platform aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital, dan mengunggahnya dengan berbagai fitur, seperti kolom komentar, dan fitur *DM* atau *direct message* yang memungkinkan

penggunanya untuk bertukar pesan. (Puntoadi, 2011: 34)

C. Softnews

1. Pengertian *Softnews*

Rolnicki, Tom E (2008: 420) menjelaskan pengertian *softnews* sebagai berita yang memuat hiburan, meskipun kadang juga memuat informasi. Secara umum, *softnews* adalah berita yang dari segi struktur penulisan relatif lebih luwes, dinamis, dan dari segi isi tidak terlalu berat seperti berita lainnya. *softnews* pun juga tidak terlalu lugas, tidak kaku atau ketat. Khususnya dalam soal waktunya dan terkadang tidak akan mudah basi, bisa dibaca kapan saja.

Softnews adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam *(indepth)* namun tidak bersifat harus segera ditayangkan atau diterbitkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri di luar program berita. (Morissan, 2008: 27)

Dalam dunia jurnalistik, *softnews* adalah salah satu bentuk berita yang disajikan lewat media yang bisa diakses oleh masyarakat. *Softnews* adalah cerita yang ditampilkan pada media untuk kepentingan audiens, merupakan sebutan untuk jurnalisme yang berfokus pada target audiens tertentu. *Softnews* juga menyampaikan berita atau informasi terkini, dan bisa membuat topik-topik yang pernah dibahas sebelumnya dengan sisi yang berbeda. *Softnews* dianggap sebagai berita ringan yang menyoroti *human interest* yang tidak terikat waktu atau.

2. Ciri-Ciri *Softnews*

Salah satu ciri *softnews* yang membedakannya dengan jenis berita lainnya ialah sifatnya yang tidak terikat pada waktu *(timeless).* Sifat *timeless* ini memungkinkan *softnews* bisa

dibaca atau disaksikan kapan saja, dan tidak mengharuskan pihak media untuk segera menyampaikannya kepada publik.

Melansir dari buku TV Programming: Sebagai Satu Kesisteman untuk Meraih Jumlah Audiens secara Optimal (2017) karya Hidajanto Djamal, ciri *softnews* lainnya, yakni tidak harus aktual. Artinya berita yang disampaikan dalam *softnews* tidak selalu berupa peristiwa terbaru atau aktual, melainkan bisa bersumber dari peristiwa yang sudah terjadi beberapa waktu lalu, atau kejadian lainnya yang bersifat unik serta menarik. Selain itu, ciri lain dari *softnews* adalah menekankan pada detail pemberitaannya. Detail tersebut disampaikan dengan gaya bahasa yang ringan dan mengalir seperti layaknya sebuah cerita. (Djamal, 2017)

D. Feature

1. Pengertian *Feature*

Menurut Daniel R. Williamson sebagaimana dikutip oleh Sudarman mengungkapkan bahwa *feature* adalah artikel yang kreatif, kadang-kadang subjektif, yang dirancang terutama untuk menghibur dan memberitahu pembaca tentang suatu peristiwa atau kejadian, situasi atau aspek pada kehidupan seseorang. (Sudarman, 2008: 179)

R. Masri Sareb Putra dalam buku yang berjudul *Teknik Menulis Berita dan Feature* mengatakan bahwa cerita *feature* merupakan sebuah jenis artikel yang kreatif, kadang-kadang subjektif, yang terutama dimaksudkan untuk membuat senang dan memberi informasi kepada pembaca tentang suatu kejadian, keadaan, atau aspek kehidupan. (Putra, 2006: 28)

Sementara Richard Weiner mendefinisikan *feature* adalah suatu artikelatau karangan yang lebih ringan, atau lebih umum, tentang daya pikat manusiawi atau gaya hidup,

daripada berita lempang yang ditulis dari peristiwa yang masih hangat. Tulisan *feature* berbeda dengan berita. Jika dalam penulisan dan penerbitan berita identik dengan kecepatan, yang mana semakin cepat semakin *up to date*, semakin lama maka berita semakin basi. Sedangkan untuk menulis *feature*, si penulis (jurnalis) harus memiliki kepekaan untuk memilih objek dan membawakannya secara memikat. Penulis harus memilih bagian yang paling kuat untuk tulisannya. Kalaupun beropini, maka tulisan itu tidak kentara mengemukakan opininya.

Feature merupakan karangan khas yang didasarkan pada fakta dan data yang ditulis secara ringan, mendidik dan menjadi tulisan hiburan bagi pembaca. Bahkan ada juga yang menyebutnya sebagai karangan *non- fiction story*, yaitu jenis karangan yang bebas dari pendapat (seperti berita) dan perasaan pribadi penulisnya. Suatu karangan non fiksi yang muatan utamanya ialah *human interest* dapat disebut *feature*.

Feature dapat disebut tulisan bercerita yang dapat mendalami suatu hal, baik dari suatu peristiwa atau dalam permasalahan yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Richard Wainer mengatakan bahwa *feature* sebagaisuatu artikel karangan yang lebih ringan dan umum tentang *human interest* atau gaya hidup ketimbang *straight news* yang ditulis dari peristiwa yang masih hangat. (Barus, 2010: 172)

2. Struktur Penulisan *Feature*

Meskipun berada diluar dari patokan-patokan penulisan berita atau tulisan lain sebagaimana umumnya, *feature* juga dikembangkan mengikuti struktur penulisan biasa yang memiliki bagian pembuka, bagian pengembangan (isi), dan penutup. Ketentuan komposisi, bahasa, pemilihan kata, dan istilah juga mengikuti bahasa jurnalistik. Karena media yang

digunakan adalah surat kabar, majalah atau media elektronik, bahasanya pun harus popular, komunikatif, lugas, sederhana, dan mudah dipahami. Walau teknik menulisnya diluar teknik penulisan berita, setidaknya *feature* juga bisa disebut mengandung informasi mengenai suatu keahlian, cerita tokoh, perjalanan, ilmu pengetahuan, keterampilan, bahkan sejarah.

3. Ciri-ciri *Feature*

   Dari sejumlah pengertian *feature* yang ada dapat ditemukan beberapa ciri khas tulisan *feature,* antara lain:

   a. Mengandung segi *human interest*

      Tulisan *feature* memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi, menghibur, memunculkan empati dan keharuan. Dengan kata lain, sebuah *feature* juga harus mengandung segi *human interest* atau *human touch*, menyentuh rasa manusiawi. Karenanya, *feature* termasuk kategori *softnews* (berita lunak atau ringan) yang pemahamannya lebih menggunakan emosi. Berbeda dengan *hardnews* (berita keras) yang isinya mengacu kepada dan pemahamannya lebih banyak menggunakan pemikiran.

   b. Mengandung unsur sastra

      Satu hal penting dalam sebuah *feature* adalah ia harus mengandung unsur sastra. *Feature* ditulis dengan cara atau gaya menulis fiksi. Karenanya, tulisan *feature* mirip dengan sebuah cerpen (cerita pendek) atau novel, bacaan ringan dan menyenangkan namun tetap informatif dan faktual. Karenanya pula, seorang penulis *feature* pada dasarnya atau pada prinsipnya adalah seorang yang bercerita. (Juwito, 2008: 81)

Berdasarkan batasan yang dibuat oleh Goenawan Mohammad, bahwa *feature* memiliki enam karakteristik, sebagai berikut:

a. Kreatif

   Untuk menulis *feature*, tidak sama seperti menulis berita pada umumnya. Reporter menuliskan berita dalam bentuk cerita, yang masih terikat pada keharusan akurat, dan etika lain. Reporter *feature* diuji kreatifitasnya dari kemampuannya mengembangkan berita biasa menjadi tulisan yang lebih enak dibaca dan tetap menjadi penting. Dengan kata lain, berita biasa dapat dibuat tulisan *feature* dengan kepiawaan reporternya.

b. Subjektif

   Ada keistimewaan dalam penulisan beberapa *feature,* yakni memungkinkan reporter untuk mengambil sudut pandang "aku". Sehingga tulisan dapat menambahkan pemikiran dan emosi dari reporter, karakter ini jarang didapati dalam penulisan berita dalam bentuk biasanya. Meskipun begitu, reporter harus tetap mewaspadai kesalahan yang sering terjadi, seperti reporter terlalu banyak menonjolkan diri sendiri melalui gaya penulisan "aku". Asas penulisan karya jurnalistik yang "objektif" tidak boleh dilupakan.

c. Informatif

   Karakter informatif dalam penulisan *feature* lebih mendalam dan juga lengkap. *Feature* membantu pembaca untuk merasakan situasi kejadian atau aspek kehidupan. Dalam hal ini, aspek informatif bisa dibuat untuk memusatkan perhatian kepada keadaan suatu wilayah akibat bencana, atau dapat menerjemahkan sebab akibat suatu bencana yang melanda umat manusia.

d. Menghibur

Untuk menjadi tambahan referensi pembaca *feature* dijadikan alat di surat kabar maupun media elektronik selain berita biasa. *Feature* menjadi pilihan lain aau selingan setelah membaca berita skandal, bencana, politik, pembunuhan yang selalu disajikan dalam kolom berita. Dengan membaca *feature,* pembaca dapat menjadi terharu, turut bersemangat atau justru menahan tawa.

e. Awet

Berita-berita di koran akan kadaluarsa dalam jangka waktu 24 jam. Unsur berita penting yang ada didalamnys hanya berlaku di hari kemarin. Namun, *feature* bisa tetap awet dalam berhari-hari, berminggu-minggu, atau berbulan-bulan karena tulisannya dikupas secara mendalam.

f. Panjang Tulisan

Panjang tulisan *feature* seharusnya sepanjang sebuah cerita masih dianggap menarik, tapi tidak berarti penulisannya dibuat menjadi bertele-tele. Ketertarikan dari pembaca yang menjadi patokan, setidaknya dengan komputer tulisan *feature* bisa dibuat 500 sampai 50000 karakter. (Asti, 2005: 3-8)

4. Jenis-jenis *Feature*

Berdasarkan jenisnya, *feature* terdiri dari:

a. *Feature* Sejarah

Feature sejarah menyajikan hal-hal yang berkaitan dengan peristiwa sejarah dengan gaya bercerita yang menarik, enak, segar, dan mengandung sesuatu yang baru. Misalnya menceritakan sesuatu yang tidak sempat dicatat penulis sejarah mengenai sebuah peperangan disebuah desa ketika melawan belanda dimasa revolusi.

b. *Feature* Tokoh

Feature tokoh atau *feature* biografi singakat seorang tokoh

yang memiliki pengaruh besar dalam masyarakat, dengan kata lain orang yang ditokohkan itu memiliki pandangan hidup, berkepribadian, teguh memegang keyakinannya, serta mempunyai determinasi mengatasi persoalan.

c. *Feature* Perjalanan

Feature ini sering disebut dengan *feature* pariwisata atau travelog *feature* yang berisikan suatu kisah perlawatan, perjalanan, dan hasil kunjungan kesuatu tempat yang menarik untuk diceritakan.

d. *Feature* Ilmiah

Feature ilmiah ialah sebuah tulisan yang maksudnya menyampaikan informasi ilmiah dengan bahasa popular.

e. *Feature Human interest*

Feature ini lebih menekankan segi-segi daya pikat manusianya dalam substansi masalah yang diangkat. (Barus, 2010: 192)

E. Human Interest

1. Pengertian *Human interest*

Kata *human interest* secara harafiah dapat diartikan sebagai menarik minat orang. Tulisan dengan jenis *human interest news* ini dimaksudkan untuk mengguncang perasaan dan suasana. Jenis berita ini dapat menyentuh wilayah intusisi, emosi, dan psikologi khalayak yang membaca dan melihatnya. (Kusumaningrat, 20016: 64)

Tom E Rolnicki menjelaskan bahwa *human interest* adalah penekanan (biasanya) pada orang yang berusaha mengungkap sisi emosional untuk pembaca. Selain itu *human interest* juga disebutkan sebagai kejadian yang membuat sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar yang berada dalam situasi

biasa. Jadi *human interest* bisa diartikan sebagai rasa kemanusiaan. (Rolnicki, dkk: 2008)

Namun, Sumadiria (2005: 161) beranggapan bahwa *human interest* tidak hanya memberikan perhatian pada kehidupan manusia saja, melainkan dunia flora dan fauna pun turut menjadi perhatian. Karena dalam kehidupan sehari-hari sering kita amati bahwa hewan memiliki kasih sayang terhadap keluarganya. Misalnya kisah mengenai Hachiko yang merupakan seekor anjing sebagai lambang kesetian terhadap pemiliknya. Setelah pemiliknya meninggal dunia Hachiko tetap setia menunggu pemiliknya yang tak kunjung pulang di Stasiun Shibuya, Tokyo. (Sumadiria, 2005: 161)

Kategori berita *human interet* dapat menjadi sebuah berita karena keanehannya, unsur menyedihkannya, dan memiliki unsur hiburan. Bukan dikarenakan kontribusinya bagi ilmu pengetahuan dalam kehidupan masyarakat yang sedang berlangsung. Suatu peristiwa dapat dikatakan memiliki unsur *human interest* apabila langsung menjadi pusat perhatian bagi orang-orang yang mengetahuinya. Walaupun berita tersebut tidak mempunyai nilai berita yang aktual, kedekatan, keterkenalan dan dampak bagi orang tersebut. Pada berita yang memiliki nilai *human interest* pembaca akan ditarik dan ditenggelamkan rasa manusiawinya melalui kisah-kisah cinta, kebencian, keingintahuan, ketakutan, humor atau tema-tema aneh. (Sumadiria, 2008: 161)

Feature dengan nilai *human interest* dimaksudkan Sumadiria (2014:161) adalah untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, dan bahkan menguras air mata khalayak. *Human interest feature* termasuk yang paling efektif dalam menyentuh wilayah intuisi, emosi dan psikologi khalayak yang anonim dan heterogen. Selain itu, tulisan *feature* menarik bukan hanya dalam

hal cara penyajiannya dan teknik-teknik penulisannya yang diselingi humor-humor segar seperti *feature* lain, tetapi justru dari *topic* yang dibicarakannya pun mulai menyentuh perasaan. (Barus, 2010: 186)

Feature human interest mendapat daya tarik tersendiri di kalangan pembaca, karena manusia menyukai hal-hal yang berkaitan tentang dirinya, teman dekat, keluarganya, atau orang lain. Selain itu pembaca dapat dengan bebas mengekspresikan dirinya terhadap berita tersebut.*Feature human interest* memiliki daya tarik tersendiri, yakni tulisan *feature* menggunakan unsur *human interest.*

Feature human interest (human interest feature), ialah *feature* yang langsung menyentuh keharuan, kegembiraan, kejengkelan atau kebencian, simpati, dan sebagainya. Atau juga dapat dikatakan bahwa *feature human interest* adalah *feature* yang berusaha mengungkap sisi emosional pembaca, misalnya cerita tentang penjaga mayat di rumah sakit, kehidupan seorang petugas kebersihan di jalanan, liku-liku kehidupan seorang guru di daerah terpencil, suka-duka menjadi dai di wilayah pedalaman, atau kisah seorang penjahat yang dapat menimbulkan kejengkelan.

Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpilkan bahwa *feature human interest* yang disebut sebagai tulisan yang menekankan segi emosional manusia dimaksudkan sebagai tulisan yang menekankan segi yang bisa menyentuh rasa kemanusiaan pembacanya.

2. Unsur-unsur *Human Interest*

   Kusumaningrat menyatakan 10 unsur *human interest* yakni ketegangan, ketidaklaziman, minat pribadi, konflik, simpati, kemajuan, seks, usia, binatang, dan humor.

   a. Ketegangan *(Suspanse)*

Ketegangan atau suspanse terkait dengan kejadian yang membuat jantung seseorang berdegub kencang. Biasanya mengenai pembunuhan, 12 pertandingan final antara kesebelasan, penculikan, bencana alam, dan lain sebagainya.

b. Ketidaklaziman *(Unusualness)*

Ketidaklaziman berarti kejadian yang aneh atau sesuatu yang tidak lazim akan tetapi memiliki daya tarik yang kuat untuk dibaca. Semisal saja tentang seorang ibu yang memiliki anak kembar sembilan, atau pemulung yang menemukan uang sepuluh juta di tempat sampah, atau juga seorang ibu yang terpisah dengan anaknya kini bertemu lagi setelah anaknya berumur 30 tahun.

c. Minat Pribadi *(Personal Interest)*

Minat pribadi mengenai berita yang membahas tentang seorang ahli gigi yang tidak bergelar dapat membuka praktek, atau tentang tukang urut yang dapat melangsingkan badan seseorang selama dua minggu.

d. Konflik *(Conflict)*

Konflik yakni suatu peristiwa yang mengandung pertentangan yang menarik pembaca. Biasanya seseorang akan tertarik untuk membaca berita kriminalitas, perang, atau olahraga, karena di dalamnya yang mengandung unsur konflik atau drama.

e. Simpati *(Sympathy)*

Unsur simpati ini dibuat agar seseorang yang membacanya merasa simpati, atau memiliki rasa kasih, dan rasa haru. Salah satu peristiwanya mengenai anak yang kehilangan anggota keluarganya karena longsor, atau nenek merawat anaknya yang gila.

f. Kemajuan *(Progress)*

Unsur kemajuan yakni menunjukkan suatu perkembangan

mengenai sesuatu hal. Misalnya tentang jembatan layang Yogyakarta Magelang telah selesai dibangun, atau sebuah pesawat antariksa berhasilmendarat di planet Mars.

g. Seks *(Sex)*

Berita dengan unsur seks yakni yang menunjukkan adanya hubungan spesial antara laki-laki dan perempuan. Umumnya mengenai perceraian, perselingkuhan, dan perkawinan yang terdapat unsur dramatis. Misalnya seorang artis cantik yang menceraikan suaminya yang tua untuk menikah dengan bujangan, atau seorang bupati yang memiliki istri muda berumur 18 tahun.

h. Usia *(Age)*

Berita dengan unsur usia yakni mengenai peristiwa yang berlatar belakang umur atau usia. Misal saja, seorang anak umur 7 tahun telah hafal Alquran, atau rahasia usia panjang kakek yang berumur 100 tahun.

i. Binatang *(Animals)*

Berita dengan unsur binatang mengenai hewan atau binatang. Contohnya, seekor harimau yang melahirkan pertama kalinya di kebunbinatang menarik perhatian pengunjung, atau seekor anjing yang menyelamatkan majikannya yang buta dalam suatu peristiwa kebakaran.

j. Humor *(Humor)*

Berita dengan unsur humor mengenai sesuatu hal yang lucu, atau yang membuat tertawa. Misalnya, seorang perdana menteri sedang berpidato tiba-tiba 14 mikrofonnya mati, atau penjaga gawang yang tidak menangkap bola tetapi menangkap sepatu sang pencetak gol. (Kusumaningrat, 2016: 64-66)

Pentingnya nilai *human interest* bagi tulisan *feature* tidak bisa dipandang sebelah mata. Hal ini juga membuat para jurnalis semakin

dituntut untuk dapat mengemas sebuah berita yang dapat memiliki nilai *human interest* (ketertarikan manusia). Dengan kata lain para jurnalis diharuskan untuk dapat menentukan angle (sudut pandang) dalam berita dan tulisan sehingga dapat menarik perhatian pembaca dan berbeda dengan media yang lain.

F. Diskominfo Kota Padang Panjang

1. Sejarah Diskominfo Kota Padang Panjang

   Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang ini terletak di Jl. M. Yamin SH, No. 2, Kelurahan Pasar Usang, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. Diskominfo Padang Panjang merupakan instansi yang bergerak dalam bidang dokumentasi dan publikasi kegiatan Kota Padang Panjang yang memiliki 2 bidang, diantaranya Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) dan Bidang E-Government dan Teknologi Informasi. Secara umum tugas dari IKP yaitu penyebarluasan informasi publik dan E- Government layanan aplikasi terintegrasi dan memberikan layanan akses internet.

   Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Padang Panjang adalah sebuah instansi pemerintah dengan wilayah kerja di Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang memiliki tugas membantu Walikota dalam melaksanakan urusan pemerintahan di berbagai bidang yang berhubungan dengan penyampaian dan pelayanan informasi kepada publik dalam lingkup Kota tersebut. Bidang-bidang tersebut antara lain bidang komunikasi dan informatika, bidang statistik, dan bidang persandian yang menjadi kewenangan daerah, di mana dalamhal ini daerah yang dimaksud adalah Kota Padang Panjang.

   Dinas Kominfo Kota Padang Panjang dahulunya hanya

merupakan salah satu bidang dari Dinas Perhubungan. Diskominfo sudah berdiri sejak tahun 2017, dan telah menjadi organisasi perangkat daerah (OPD) tersendiri yang terdiri atas 2 bidang yaitu bidang Informasi dan Komunikasi Publik dan bidang E-Government dan Teknologi Informasi beserta satu sekretariat. Dinas Kominfo Kota Padang Panjang merupakan penyelenggara urusan pemerintahan dan mempunyai tugas di bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian.

Diskominfo Padang Panjang mengelola sosial media yang meliputi *Facebook* dan *Instagram* sebagai wadah publikasinya. Konten yang disebarluaskan berupa naskah berita *hardnews* dan *softnews* yang memiliki teknik dan kekhasannya dalam cara penulisan. Berita yang diposting di sosial media adalah fakta dan data yang berasal dari dalam Kota Padang Panjang yang berisi nilai positif guna menunjang dan membangun citra yang baik di Kota Padang Panjang sendiri.

2. Visi-Misi Diskominfo Kota Padang Panjang



Gambar 2.1 Logo Diskominfo Kota Padang Panjang

Visi:

Terwujudnya pelayanan informasi yang transparandan akuntabel untuk memenuhi hak memohon informasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Misi:

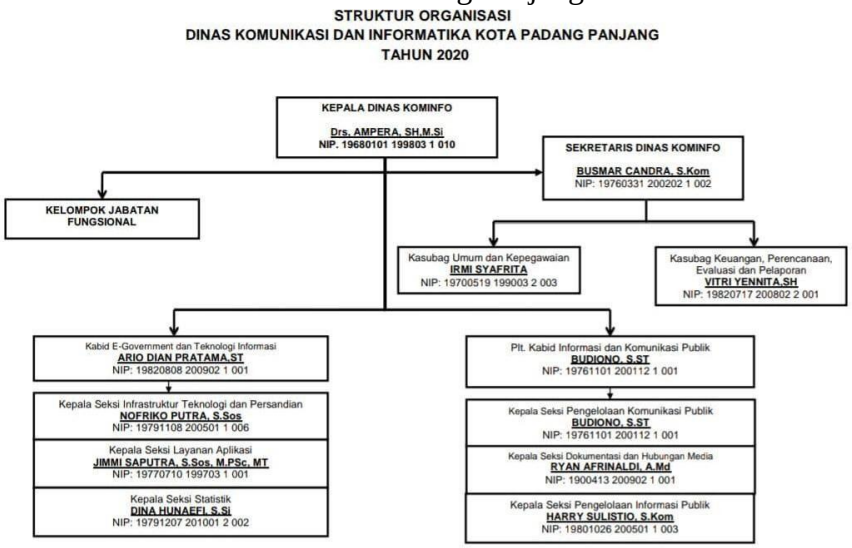
a. Meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi yang

berkualitas,benar danbertanggung jawab.

b. Membangun dan mengembangkan sistem penyediaan dan layananinformasi.

c. Mewujudkan keterbukaan informasi Pemerintah Kota Padang Panjang dalam proses yang cepat, tepat, mudah dan sederhana.

3. Struktur Diskominfo Kota Padang Panjang



Gambar 2.2 Struktur Diskominfo Padang Panjang

G. Teori Kognitif Sosial

Albert Bandura merumuskan Teori Kognitif Sosial dengan mengakomodasi kemampuan kognitif manusia dalam berpikir dan belajar melalui pengamatan sosial. Teori ini didasarkan atas proposisi bahwa proses sosial dan proses kognitif adalah sentral bagi pemahaman mengenai motivasi, emosi, dan tindakan manusia. Perspektif teori ini memandang perilaku manusia merupakan komponen dari sebuah model yang berinteraksi saling memperngaruhi dengan komponen situasi lingkungan, serta komponen personal manusia yang meliputi afeksi / emosi dan kognitif individu.

Bandura (1986) melabel teorinya sebagai teori kognitif sosial didasarkan atas beberapa alasan. Tidak hanya menempatkan manusia mempunyai kemampuan kognitif yang berkontribusi pada proses motivasi manusia, afeksi dan aksi/tindakan, tetapi juga bagaimana mereka memotivasi dan meregulasi perilaku mereka dan membuat sistem-sistem sosial untuk mengorganisasi dan menstrukturisasi kehidupan mereka. (Muliati, 2019: 85- 86)

Ada empat kapabilitas kognitif dasar yang dimiliki manusia, yaitu kemampuan simbolisasi, kemampuan memosisikan diri pada orang orang lain atau *vicarious*, kemampuan pengaturan diri (*self-regulatory*), dan kemampuanrefleksi-diri (*self-reflective*).

1. Kemampuan simbolisasi terkait dengan kemampuan mengubah pengalaman menjadi simbol, lalu memproses simbol tersebut untuk menciptakan ide-ide yang melampaui pengalaman penginderaannya.
2. Kemampuan *vicarious* menyangkut kemampuan mengamati perilaku orang lain. Sebab, hampir seluruh kegiatan belajar pada manusia itu bukanmelalui pengalaman langsung, melainkan hasil pengamatan perilaku orang lain beserta dampaknya.
3. Kemampuan pengaturan diri (*self-regulatory*) terkait dengan kemampuan untuk mengembangkan standar internal yang digunakan untuk mengevaluasi perilakunya sendiri. Kemampuan untuk mengatur diri sendiri ini memengaruhi perilaku di masa mendatang.
4. Kemampuan refleksi diri (*self-reflective*) ini menyangkut analisa berbagai pengalaman dan mengevaluasi apakah proses berpikirnya sudah memadai. Teori kognitif sosial adalah teori yang menonjolkan gagasan bahwa sebagian besar pembelajaran manusia terjadi dalam sebuah lingkungan sosial. Dengan mengamati orang lain, manusia memperoleh pengetahuan,

> aturan-aturan, keterampilan-keterampilan, strategi-strategi, keyakinan-keyakinan, dan sikap-sikap. Individu-individu juga melihat model-model atau contoh- contoh untuk mempelajari kegunaan dan kesesuaian prilaku-prilaku akibat dari prilaku yang dimodelkan, kemudian mereka bertindak sesuai dengan keyakinan tentang kemampuan mereka dan hasil yang diharapkan dari tindakan mereka. (Schunk, 2012: 161-162)

Dalam penelitian ini, penulis akan menguraikan nilai *human interest* dalam *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang menggunakan teori kognitif sosial. Teori ini didasarkan atas pemahaman mengenai motivasi, emosi, dan tindakan. Kemudian, teori ini juga sebagai model yang mempengaruhi antara manusia dengan lingkungannya (media sosial). Hal ini sejalan dengan nilai *human interest* dalam tulisan *softnews feature,* dikarenakan *human interest feature* ini mampu menyentuh wilayah intuisi, emosi, bahkan psikologi dari para pembacanya.

H. Teori Jarum Hipodermik

Teori jarum suntik atau lebih dikenal dengan teori jarum hipodermik oleh Harold Laswell pada hakekatnya adalah model komunikasi searah, berdasarkan anggapan bahwa komunikasi massa memiliki pengaruh langsung, segera dan sangat menentukan terhadap *audience.* Komunikasi massa merupakan gambaran dari jarum raksasa yang menyuntik *audience* yang pasif. Pada umumnya khalayak dianggap hanya sekumpulan orang yang homogen dan mudah dipengaruhi. Sehingga, pesan-pesan yang disampaikan pada mereka akan selalu diterima, bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat tehadap komunikan.

Anwar Arifin (2003: 41) dalam buku Komunikasi Politik

menjelaskan bahwa teori jarum suntik merupakan teori yang didalamnya memiliki sebuah proses, seperti ban berjalan yang berputar secara mekanis, dengan unsur-unsur yang jelas, yaitu sumber (mediator), pesan (komunike), saluran (media), penerima (khalayak) dan umpan balik (efek). Artinya sumber pengirim pesan kepada penerima melalui saluran tentu menimbulkan akibat atau efek. (Arifin,2003: 41)

Hypodermic Needle Theory memiliki arti bahwa apa yang disajikan media massa (koran, televisi dan online) secara langsung atau kuat memberi rangsangan pada diri *audience. Audience,* anggota dari masyarakat dianggap mempunyai ciri khusus dan tidak mempunyai sedikit kontrol. Dengan kata lain, tidak ada campur tangan di antara pesan yang disampaikan dengan penerima. Artinya, pesan yang sangat jelas dan sederhana akan jelas dan sederhana pula direspon oleh masyarakat. Jadi, antara penerima dengan pesan yang disebarkan oleh pengirim tidak ada perantara dan tidak ada umpan balik dari penerimanya. (Nurudin, 2011)

Hal ini digambarkan sebagai teori jarum hipodermik *(hypodermic needle theory)* atau teori peluru *(bullet theory).* Alasannya, isi senapan (dalam hal ini diibaratkan pesan) langsung mengenai sasaran tanpa perantara. Hal ini artinya, pesan yang dikirimkan akan langsung mengenai sasarannya yakni penerima pesan, seperti peluru yang langsung mengenai sasaran. Teori ini di samping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media (koran, televisi dan online) dianggap sebagai orang yang lebih pintar dibanding *audience.* Akibatnya, *audience* bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya. Teori ini mengasumsikan media massa mempunyai pemikiran *audience* bisa ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki

media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori Jarum Hipodermik mempunyai efek langsung "disuntikkan" ke dalam ketidaksadaran *audience*. (Nurudin, 2011)

Selain teori kognitif sosial, penulis juga menggunakan teori khalayak pasif yakninya teori jarum hipodermik. Teori yang beranggapan bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek bagi khalayak. Khalayak disini adalah para pembaca dari tulisan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang. Teori ini layaknya jarum yang menyuntikkan pesan-pesan yang disampaikan oleh media sehingga pembacanya menjadi tidak berkutik dan tanduk terhadap apa yang disampaikan.

I. Penelitian yang Relevan

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal mengenai Nilai *Human interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang, maka peneliti melihat beberapa hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya berupa skripsi yang mendukung terhadap penelitian ini

Pertama, skripsi Aragea Norrma Gustina (2017) Mahasiswa Konsentrasi Jurnalistik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul **"Kebijakan Redaksional Republika Online Dalam Menentukan Nilai *Human interest* Pada Berita *Feature* Di Kanal Leisure."** Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat memberikan gambaran jelas mengenai bagaimana kebijakan redaksi di Republika Online dalam menentukan nilai *human interest* pada berita *feature* di Kanal Leisure. Metode penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis data dalam penelitian ini terdiri atas dua sumber, yaitu data primer yang

diperoleh dengan teknik wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dalam penelitian ini secara umum, kebijakan redaksional Republika Online (ROL) terbagi menjadi kebijakan dalam menentukan isu, narasumber, dan visual. Dalam menentukan isu, ROL cenderung mengangkat isu yang sedang hangat di masyarakat tapi tetap berpatokan pada visi dan misi medianya.

Kedua, skripsi Okta Puspita Sari (2016) Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul **"Analisis Wacana *Feature Human interest* Pada Koran Harian Riau Pos (Edisi Januari-Februari 2016)"** dengan menggunakan teori analisis wacana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis wacana *feature human interest* dalam surat kabar harian umum Riau Pos. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kualitatif. Hasil penelitian ini adalah struktur makro *feature human interest* pada surat kabar harian Riau Pos, semua topik tentang keadaan mengandung segi *human interest* yang memberikan penekanan pada fakta-fakta yang menggugah emosi, menghibur, memunculkan empati dan keharuan.

Ketiga, skripsi Fitria (2020) Mahasiswa Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan judul **"Studi Komparasi Pola Penulisan Berita *Feature* pada Media Online Liputan6.com dan Tribunsumsel.com"** dengan menggunakan teori studi komparasi. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan pola penulisan berita *feature* pada jenis *feature human interst* dan *feature* ilmiah yang dimuat dalam portal berita *daring* www.liputan6.com dan www.TribunSumsel.com tersebut, dalam rentang waktu terbitan Oktober 2019 hingga Maret 2020. Jenis penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah menemukan perbedaan untuk dibandingkan yang kemudian di tarik makna, manfaat dan menemukan persamaan pada objek yang diteliti antara Liputan6.com dan Tribunsumsel.com.

Persamaan skripsi peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mengangkat mengenai tulisan *softnews feature* dengan sisi *human interest* di media massa baik itu media cetak dan media online dengan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu teori dalam mengemukakan penelitian skripsinya sementara dalam skripsi penelitian ini menggunakan dua teori sekaligus yakninya teori kognitif sosial dan teori jarum hipodemik

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam Krisyantono (2006: 66) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode riset yang menggunakan sumber data (sebanyak mungkin data) yang digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komperhensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa sistematis. Memilih pendekatan tertentu dalam kegiatan penelitian harus didasari bahwa ia memiliki konsekuensi tersendiri sebagai sebuah proses yang harus diikuti secara konsisten. Sebuah pendekatan mengisyaratkan sebuah kriteria untuk menyeleksi data yang dianggap relevan. (Bungin, 2007: 18)

Nugrahani (2014: 96) mengatakan bahwa penelitian kualitatif pendekatan deskriptif memusatkan suatu kegiatan pada ontologis (keberadaan). Data yang dikumpulkan dalam pendekatan ini terutama adalah kata-kata, kalimat, atau gambar yang memiliki makna mampu mengacu untuk timbulnya pemahaman yang lebih nyata dari pada sekedar angka atau frekuensi. Ia juga menjelaskan untuk peneliti agar lebih menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, dan mendalam yang menggambarkan situasi yang sebenarnya untuk mendukung penyajian data. Peneliti berusaha menganalisis data berbagai macam nuansa sesuai bentuk aslinya seperti pada waktu dicatat atau dikumpulkan.

Penelitian deskriptif adalah studi untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat. Desain studi deksriptif ini, termasuk desain untuk studi formulatif dan eksploratif yang berkehendak hanya untuk mengenal fenomena-fenomena untuk keperluan studi selanjutnya. Dalam studi deskriptif juga termasuk di dalamnya, studi untuk

melukiskan secara akurat sifat-sifat dari beberapa fenomena kelompok atau individu. Tidak hanya itu, studi untuk menentukan frekuensi terjadinya suatu keadaan untuk meminimaliskan bias dan memaksimalisasikan realiabilitas. (Nazir, 2003: 89)

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pendekatan kualitatif dalam penelitian sosial adalah suatu pendekatan utama yang pada dasarnya adalah sebuah label atau nama yang bersifat umum saja dari sebuah rumpun besar metodologi penelitian, tetapi aspek-aspek yang bersifat kemetodean dalam arti yang dapat dipraktikan dalam kegiata penelitian kualitatif, terdapat berbagai variasi atau jenis-jenis metode. Masing- masing jenis studi memiliki karakteristik kemetodeannya dan teknik-teknik spesifik tersediri dalam mendekati dan menelaah suatu fenomena sosial.

Jadi dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan bagaimana Nilai *Human interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Waktu obsevasi awal pada Agustus-Oktober 2021 lalu dan penelitian pada bulan Juni-Juli 2022, dan latar penelitian ini adalah nilai *human interest* dalam *softnews feature* di media sosial *facebook* dan *instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang. Sedangkan tempat penelitian ini ini dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika di Jalan M. Yamin SH, No. 2, Pasar Usang, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat, 27118 dengan judul "Nilai *Human Interest* dalam *Softnews Feature* di Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang." Adapun

rincian data latar dan waktu dalam penelitian yang peneliti buat dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian

No.	Deskripsi Kegiatan	Tahun 2021			Tahun 2022						
		Agus	Sep	Okt	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Observasi awal										
2.	Pengajuan judul ke dosen PA										
3.	Acc judul dan perbaikan BAB I-III										
4.	Bimbingan proposal skripsi										
5.	Seminar Proposal										
6.	Mengurus surat Penelitian										
7.	Melakukan Penelitian										
8.	Bimbingan Skripsi										
9.	Sidang Munaqasyah										

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya. (Hardani dkk, 2020: 118)

Peneliti kualitatif sebagai *human* instrumen berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data,

melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas semuanya. Dalam penelitian kualitatif instrumennya peneliti itu sendiri, namun jika fokus penelitian sudah jelas, maka akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan untuk melengkapi data yang ditemukan melalui observasi dan wawancara. (Sugiyono, 2013: 222)

Dari paparan di atas instrumen dalam penelitian ini yaitu peneliti sendiri dan bisa dikatakan sebagai instrumen utama. Sebagai instrumen utama, peneliti akan melakukan pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, dan analisis data. Dalam melakukan kegiatan tersebut, peneliti perlu dibantu dengan instrumen pendukung, seperti: pedoman wawancara, alat perekam, hp, arsip *script*/naskah tulisan *softnews feature*, dan *insight* serta kolom komentar dari media sosial *Facebook* dan *Instagram* milik Diskomifo Kota Padang Panjang.

D. Sumber Data

Menurut Lofland (dalam Moleong, 2006: 157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Yang dimaksud kata-kata dan tindakan disini yaitu kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama (primer). Sedangkan sumber data lainnya bisa berupa sumber tertulis (sekunder), dan dokumentasi seperti foto. Sumber data yang digunakan peneliti di sini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi langsung dan tidak langsung di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan dalam melakukan penelitian dengan menggunakan instrument. Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan adalah:

1. Observasi

   Menurut Usman dan Purnomo (2004) Observasi ialah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti. (Hardani dkk, 2020: 123).

   Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi dilakukan terhadap interaksi dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diteliti. Hal yang terpenting dalam observasi ini adalah pengamat harus menguasai ilmu tentang objek secara umum dari apa yang hendak diamati. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran yang sebenarnya dari suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

   Dalam penelitian ini, penulis melakukan obervasi awal secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung, dengan turun lapangan ke Diskominfo Kota Padang Panjang dan melihat bagaimana tulisan *softnewsfeature* dikemas dan diposting di media sosial miliknya. Secara tidak langsung, dengan melakukan pengamatan dan analisa di media sosial *Facebook* dan *Instagram* terkait postingan *softnews feature* yang dipublikasikan.

2. Wawancara

   Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk melihat

lebih dalam lagi mengenai masalah yang akan diteliti. Wawancara dapat dilakukan langsung secara tatap muka *(face to face)* di Kantor Diskominfo Kota Padang Panjang atau hanya melalui telepon saja, dalam hal ini peneliti juga melakukan wawancara melalui media sosial *WhatsApp.* Dalam melakukan wawancara selain membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, maka pengumpulan data melalui wawancara ini dapat dibantu dengan membawa *voice recorder smartphone,* catatan, kamera dan material lainnya yang dapat membantu kegiatan wawancara. (Sugiyono, 2015: 231)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak Diskominfo Kota Padang Panjang, Bapak Budiono, S. ST selaku Kepala Seksi Pengelolaan Informasi dan Opini Publik dan Bapak Mayulis Max, S. Sos., M. I. Kom selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, tulisan, atau karya-karya dari tempat penelitian. Teknik dengan dokumen merupakan teknik pelengkap dari penggunaan teknik observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Teknik dokumentasi dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari bahanbahan dokumentasi yang ada di lapangan serta dapat dijadikan bahan dalam pengecekan keabsahan data. (Sugiyono, 2015: 240).

Tidak cukup demikian, penulis juga menyimpan arsip

wawancara secara *online* melalui *WhatsApp* sebagai dokumentasi penulis telah melakukan obervasi awal. Kemudian, *Screenshoot* postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota PadangPanjang itu sendiri. Serta bukti dokumentasi ketika peneliti melakukan wawancara bersama dua orang informa yang ahli dalam bidangnya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data berakhir. Analisis data merupakan salah satu langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh temuan-temuan hasil penelitian. Data yang telah dikumpulkan akan menuntun peneliti ke arah temuan ilmiah, bila dianalisis dengan teknik-teknik yang tepat. Menurut Miles dan Huberman dalam buku Pujileksono (2016: 152), analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi Data

   Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Tahapan-tahapan reduksi data yaitu: membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus- gugus, membuat partisi, dan menulis memo. Pada tahapan reduksi data, peneliti akan mengumpulkan data dari lapangan dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada seluruh informan. Seluruh data yang diperoleh peneliti akan dicatat dan dikumpulkan, kemudian peneliti akan dengan objektif merangkum dan mengambil hasil yang sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti.

Dalam penelitian ini, observasi awal penulis dimulai dengan pengamatan secara langsung di Diskominfo Padang Panjang pada bulan Agustus-Oktober tahun lalu, bagaimana Diskominfo mengemas tulisan *softnews feature* sebelum akhirnya dipublikasikan. Kemudian, penulis juga melakukan beberapa kali wawancara melalui *WhatsApp* dengan pihak Diskominfo sendiri, Bapak Budiono, S. ST selaku Kepala Seksi Pengelolaan Informasi dan Opini Publik. Tidak hanya itu, penulis pun melakukan pengamatan dan analisa berdasarkan postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* milik Diskominfo Padang Panjang, baik dari *like*, komentar, maupun berapa kali postingan dibagikan oleh para pembaca.

2. Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat berupa penjelasan-penjelasan, bagan berupa struktur dan tabel, hubungan antar kategori dari ciri khas *softnews feature* yang dikemas sampai menimbulkan tanggapan masyarakat seperti *like* dan komentar. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Hal ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

Setelah didapatkan beberapa informasi yang dibutuhkan, penulis merangkum dan mendeskripsikannya secara rinci dan akurat. Kemudian penulis menyajikannya berdasarkan pokok permasalahan yang didapatkan dengan merujuk pada pertanyaan-pertanyaan mengenai ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal/interaktif dan hipotesis/teori. Penarikan kesimpulan dilakukan setelah penelitian melakukan penelitian di lapangan.

Dalam memaparkan hasil observasi awal penulis, baik secara langsung maupun tidak mengenai tulisan *softnews feature* yang mengandung nilai *human interest* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang ini penulis menarik kesimpulan hingga terbentuk sebuah hipotesis awal.

G. Teknik Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2015), triangulasi dalam teknik keabsahan data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, waktu dan metode. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, metode/teknik, dan waktu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Contohnya untuk menguji nilai *human interest* suatu tulisan *softnews feature* yang diposting, maka penulis akan melakukan pengamatan melalui *like* dan kolom komentar dari postingan di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang.

2. Triangulasi Waktu

   Triangulasi waktu maksudnya adalah ketika penulis mewawancarai seorang narasumber di waktu yang tepat dengan melihat situasi dan kondisi. Contohnya penulis melakukan wawancara pihak Diskominfo Kota Padang Panjang di pagi hari dalam keadaan masih segar dan belum sibuk, maka data yang diperoleh akan berkemungkinan lebih valid dan benar dibandingkan dengan ketika melakukan wawancara ketika orang tersebut dalam keadaan sibuk.

3. Triangulasi Metode

   Triangulasi metode atau teknik adalah penulis menguji data dengan teknik yang berbeda dari obervasi awal yang telah dilakukan. Contohnya penulis memperoleh data awal melalui observasi secara langsung di Diskominfo Kota Padang Panjang dan tidak langsung melalui media sosial *Facebook* dan *Instagram* miliknya, maka selanjutnya lakukan triangulasi data melalui teknik wawancara kepada pihak Diskominfo, dan dokumentasi sebagai pendukung data. Jika hasil data yang didapatkan berbeda setelah melakukan triangulasi data metode maka peneliti harusnya melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandang yang berbeda. (Sugiyono, 2015: 274)

BAB IV
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Media sosial menjadi sarana dalam menyebarkan pemberitaan dan informasi bagi lembaga dan instansi yang bergerak dalam bidang pers. Media sosial yang paling populer dan banyak penggunanya saat ini adalah *Facebook* dan *Instagram.* Salah satu instansi yang memanfaatkan media sosial sebagai perantara sekaligus penghubung ke masyarakat (khalayak) adalah Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Padang Panjang.

Diskominfo Kota Padang Panjang yang sudah berdiri sejak 2017 lalu ini adalah sebuah instansi pemerintah dengan wilayah kerja Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. Diskominfo memiliki tugas membantu Walikota dalam melaksanakan urusan pemerintahan di berbagai bidang yang berhubungan dengan penyampaian dan pelayanan informasi kepada publik dalam lingkup kota tersebut.

Upaya dan usaha Diskominfo ini terbukti dari akun sosial medianya yang sudah bercentang biru, yang berarti sudah diakui dan terverifikasi. Ini adalah sebuah *reward* bagi pihak-pihak yang sudah terlibat dan berkontribusi hingga akhirnya sosial media milik Diskominfo Kota Padang Panjang diberi label centang biru. Diskominfo juga konsisten terkait segala postingan yang dipublikasikan setiap harinya.

Konten yang dipublikasikan biasanya tidak lepas dari unsur pemerintahan kota, baik karya jurnalistik berupa *hardnews* maupun *softnews.* Diantara keduanya, yang paling banyak menarik minat para pembaca adalah tulisan *softnews* dengan jenis *feature* yang mengandung nilai *human interest* (sisi menarik dari manusia). Hal ini dapat dilihat tanggapan

masyarakat berupa *like* dan komentar para pembaca yang lebih banyak dibandingkan jenis postingan lainnya. *Softnews feature* sudah dipublikasikan sejak Januari 2019 lalu yang bertujuan sebagai pendongkrak atas segala postingan yang ada.

A. Temuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Disini peneliti memaparkan suatu nilai *human interest* dalam tulisan *softnews feature* dengan menggunakan dua teori, yakninya teori kognitif sosial dan teori jarum hipodermik. Data yang didapatkan berupa kata-kata dan tulisan, sehingga peneliti akan mendeskripsikan temuan penelitian yang telah peneliti dapatkan.

Jika mengkaji nilai *human interest* dari *softnews feature*, maka kita tidak hanya sekadar mendapatkan informasi. Tetapi lebih dari itu, kita akan menemukan sisi lain dari sebuah tulisan. Bahwa tulisan mampumemberikan motivasi dan menyentuh intuisi bagi pembacanya. Bahwa tulisan mempunyai efek dan mempengaruhi pembacanya sehingga pesan yang disampaikan bisa dijadikan acuan dalam tindakan sehari-hari.

Kajian kali ini lebih berfokus kepada nilai *human interest* dari *softnews feature* dengan melihatnya dari dua sisi, yaitu: ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap tulisan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang. Sebagai data pelengkap dan data pendukung dalam penelitian ini, peneliti juga menambahkan dari hasil wawancara terstruktur kepada beberapa informan yang peneliti anggap adalah orang yang paham di bidang atau berkaitan dengan tulisan *softnews feature*. Di bawah ini terdapat beberapa temuan yang peneliti temukan:

1. Ciri Khas dari *Softnews Feature*

Dalam penulisan *softnews feature*, selain memperhatikan struktur penulisan yang terdiri dari judul, *lead* (kepala/pembuka), isi, dan penutup, *softnews feature* juga sangat memperhatikan karakteristiknya sehingga bisa dibedakan dengan tulisan jenis lainnya. Enam poin yang menjadi karakteristik *feature,* diantaranya kreatif, subjektif, informatif, menghibur, awet, dan panjang tulisan kisaran 500-5000 karakter. Sementara itu, dua hal yang menjadi pokok ciri khas sebuah tulisan bisa dikatakan masuk dalam kategori *feature:* pertama, mengandung segi *human interest*. Kedua, mengandung unsur sastra. Baik struktur penulisan maupun karakteristik, sebuah tulisan *softnews feature* harus memiliki kelengkapan segala aspek tersebut agar menjadi *feature* yang sempurna. Tidak hanya itu, layaknya berita, *feature* pun juga harus ditulis berdasarkan fakta dan data yang sebenarnya yang ditemukan di lapangan. Supaya *feature* memiliki minat dan daya tarik bagi para pembacanya, hal ini tergantung bagaimana penulis mengemasnya menjadi tulisan yang mampu menghidupkan suasana sehingga si pembaca merasakan seolah-olah berada dalam tulisan tersebut.

Berikut data analisis yang peneliti temukan mengenai ciri khas terkait nilai *human interest* dari *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang pada bulan Januari-Juni 2022.

Tabel 4.1
Ciri Khas dari Softnews Feature

No.	Judul	Tanggal	Peliput	Ciri Khas	Ket
				Human Interest	
1.	Ibnu Mareza, Putra Padang Panjang yang Turut Bawa Batavia FC Juara Liga 3 DKI Jakarta	13 Januari 2022	Andes Maradona	- Sudah memiliki nilai *human interest*. - Kurangnya unsur sastra dalam gaya penulisan	Sisi humanis Tidak terlalu ditekankan dengan gaya penulisan *feature*.
2.	Dirintis Puluhan Tahun Lalu, Mie Ayam Pangsit Pak Kumis SemakinLaris	30 Januari 2022	Riki Mahendra	- Sudah memiliki nilai *human interest*. Kurangnya unsur sastra - dalam gayapenulisan.	Sisi humanis tidak terlalu ditekankan dengan gaya penulisan *feature*.
3.	Perjuangan Penjual Kerupuk Mie di Masa Pandemi	16 Februari 2022	Tim Magang Kominfo	- Kurang memiliki nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra dalam gayapenulisan.	Sisi humanis sedikit tergambarkan melalui gaya penulisan yang sudah memiliki unsur sastra.
4.	Chisty and Camilla Parfume, Isi Ulang Parfum Mewah dengan Harga Terjangkau	20 Februari 2022	Rifki Mahendra	- Tidak menampakkan nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra dalam gaya penulisan.	Tidak menjelaskan sisi humanis dari *feature*, namun gaya penulisan telah memiliki unsur sastra.
5.	Umur 3 Tahun Kumandangakan Adzan, "Syaikh" Cilik itu Bawa Nama Padang Panjang ke	23 Maret 2022	Andes Maradona	- Sudah memiliki nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra dalam gaya penulisan.	Sisi humanis telah tergambarkan melalui gaya penulisan yang sudah memilikiunsur sastra.

	Palembang				
6.	Wako Fadly Amran Semangati Syaikh Cilik untuk Raih Hasil Terbaik	25 Maret 2022	Maryulis Max	- Sudah memiliki nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra dalam gayapenulisan.	Sisi humanis telah tergambarkan melalui gaya penulisan yang sudah memiliki unsur sastra.
7.	Selamat Jalan Pak Pinin, Petugas Kebersihan yang Rajin dan Alim	8 April 2022	Harris Suyata	- Sudah memiliki nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra - dalam gayapenulisan.	Sisi humanis telah tergambarkan melaluigaya penulisan yang sudah memiliki unsur sastra.
8.	Pasa Pabukoan Tanjung Punya Beragam Menu	9 April 2022	Yuli Guslinda	- Tidak menampakkan nilai *human interest*. - Kurangnya unsur sastra dalam gayapenulisan.	Tidak menjelaskan sisi humanis, bahasa baku layaknya berita.
9.	Garuda, Arena Permainan Era 80-an yang Masih Bertahan	21 Mei 2022	Harris Suyata	- Tidak menampakkan nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra dalam gaya penulisan	Tidak menjelaskan sisi humanis dari *feature*, namun gaya penulisan telah memiliki unsursastra.
10.	Farhan Furqan ke Amerika, Berkat Program Beasiswa Guru dan Murid Juara	27 Mei 2022	Harris Suyata	- Sudah memiliki nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra dalam gaya penulisan.	Sisi humanis telah tergambarkan melalui gaya penulisan yang sudah memiliki unsur sastra

11.	Berkat Cuaca Lembab Padang Panjang, Saung Jamur Hasilkan Omzet Puluhan Juta	1 Juni 2022	Shintia Putri Lidya	- Tidak menampakkan nilai *human interest*. Kurangnya unsur sastra dalam gayapenulisan.	Tidak menjelaskan sisi humanis, bahasa baku layaknya berita
12.	Gelanggang Pacuan Kuda Bancalaweh, Latar Nyata dalam Novel Tenggelamnya Kapal Van der Wijck	24 Juni 2022	Harris Suyata	- Tidak menampakkan nilai *human interest*. - Sudah menampakkan unsur sastra dalam gaya penulisan.	Tidak menjelaskan sisi humanis dari *feature*, namun gaya penulisan telah memiliki unsursastra.

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan mengenai ciri khas dari tulisan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang, peneliti melihat bahwa tidak keseluruhan *feature* yang dipublikasikan mengandung nilai *human interest.* Di sini ada 12 tulisan yang peneliti analisis, yang mana masuk ke dalam kategori *softnews* dengan jenis *feature* yang telah dipublikasikan Diskominfo Kota Padang Panjang dari bulan Januari-Juni 2022 dengan minimal 2 tulisan *softnews feature* per bulannya. Memang seharusnya *feature* memiliki sisi humanis yang menarik minat masyarakat, akan tetapi ada beberapa tulisan yang hanya memberikan informasi dengan gaya penulisan yang tidak baku layaknya berita dengan kategori *hardnews.*

Ciri khas tulisan *softnews* dengan jenis *feature* tidak selalu dibubuhkan nilai *human interest.* Hal ini pun harus diselaraskan dengan tema yang diangkat dan apa poin utama

yang akan dibagikan kepada khalayak (masyarakat). Untuk itu, gaya penulisan yang mengandung unsur sastra sangat berpengaruh dalam menyajikan sebuah tulisan *softnews feature.* Tidak hanya itu, *feature* yang baik harus memiliki struktur penulisan yang lengkap. Ciri khas *feature* terletak pada bagaimana peliput menuliskan bahan-bahan yang didapatkan dari narasumber menjadi sebuah tulisan yang mampu membuat para pembaca ikut merasakan dan seolah-olah berada dalam tulisan tersebut.

Namun berdasarkan data wawancara dengan informan I yaitu Kepala Seksi Pengelolaan Informasi dan Opini Publik sekaligus jurnalis di Diskominfo Kota Padang Panjang "B" mengatakan bahwa "keunikan dan keunggulan *feature* terletak pada ke-objektif-an, faktual, dan narasumber serta kebenarannya bisa di-check. Bukan sesuatu yang mengada-ngada karena ingin viral, justru pembenaran akan datang dari netizen itu sendiri. Selain itu, *feature* tidak seperti berita yang menggunakan pilihan diksi yang baku. Meski demikian, *feature* tetap harus ditulis berdasarkan fakta dan data yang sebenarnya ditemukan di lapangan."

Sedangkan berdasarkan data wawancara dengan informan II yaitu Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik sekaligus jurnalis dan editor di Diskominfo Kota Padang Panjang "M" mengatakan bahwa "keluasan liputan materi yang dipublikasikan menjadi daya tarik tulisan *softnews* dengan jenis *feature*. Terlebih Diskominfo yang bergerak di bidang pemerintahan, namun tidak hanya memberikan pemberitaan seputar pemerintahan saja, tetapi lebih luas dari itu. Ditambah gaya penulisan yang lebih santai dan sastra, kemudian diolah menjadi kalimat yang enak dibaca baik bagi

si peliput maupun para pembaca nantinya.”

Memang adanya kesinambungan antara temuan yang peneliti dapatkan saat melakukan analisis pada postingan *softnews* dengan jenis *feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang dengan data yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara, bahwa memang betul *feature* yang peneliti analisis tidak semua memiliki kandungan nilai *human interest*. Hal ini dikarenakan disesuaikan dengan tema yang diangkat. Tidak semua *feature* memiliki ciri khas yang mengedepankan sisi humanis untuk memotivasi para pembaca, tetapi tergantung pada kebutuhan informasi yang akan dibagikan kepada masyarakat.

2. Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature*

Tanggapan masyarakat seringkali menjadi tolak ukur bagi setiap lembaga atau instansi yang bergerak dalam bidang pers sebagai acuan dalam meng-upgrade atau memperbaiki postingan yang dipublikasikan kedepannya. Jika media yang digunakan sebagai wadah penyebaran informasi adalah media sosial, seperti *Facebook* dan *Instagram*, maka tanggapan masyarakat bisa kita lihat dari respon para pembacanya. Dalam hal ini, tanggapan masyarakat tersebut bisa berupa *like* dan komentar dari setiap postingan yang dipublikasikan. Bahkan jumlah *followers* atau pengikut juga turut bertambah, baik di halaman akun media sosial *Facebook* maupun *Instagram*. Untuk mempertahankan eksistensinya di media sosial, sudah menjadi tugas dan kewajiban lembaga atau instansi agar selalu mengupayakan dan memberikan postingan yang mampu menarik minat masyarakat.

Berikut data analisis yang peneliti temukan mengenai tanggapan masyarakat terkait nilai *human interest* dari *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota

Padang Panjang pada bulan Januari-Juni 2022.

Tabel 4.2
Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature*

No.	Judul	Tanggal	Peliput	*Like*		Komentar		Ket
				FB	IG	FB	IG	
1.	Ibnu Mareza, Putra Padang Panjang yang Turut Bawa Batavia FC Juara Liga 3 DKI Jakarta	13 Januari 2022	Andes Maradona	150	569	36	2	4 kali dibagi kan
2.	Dirintis Puluhan Tahun Lalu, Mie Ayam Pangsit Pak Kumis Semakin Laris	30 Januari 2022	Riki Mahendra	114	694	12	33	6 kali dibagi kan
3.	Perjuangan Penjual Kerupuk Mie di Masa Pandemi	16 Februari 2022	Tim Magang Kominfo	57	465	77	20	3 kali dibagi kan
4.	Chisty and Camilla Parfume, Isi Ulang Parfum Mewah dengan Harga Terjangkau	20 Februari 2022	Rifki Mahendra	41	286	33	49	23 kali dibagi kan
5.	Umur 3 Tahun Kumandangkan Adzan, "Syaikh" Cilik itu Bawa Nama Padang	23 Maret 2022	Andes Maradona	606	669	30	10	13 kali dibagi kan

	Panjang ke Palembang							
6.	Wako Fadly Amran Semangati Syaikh Cilik untuk Raih Hasil Terbaik	25 Maret 2022	Maryulis Max	339	263	22	1	4 kali dibagi kan
7.	Selamat Jalan Pak Pinin, Petugas Kebersihan yang Rajin dan Alim	8 April 2022	Harris Suyata	525	768	139	8	32 kali dibagi kan
8.	Pasa Pabukoan Tanjung Punya Beragam Menu	9 April 2022	Yuli Guslinda	79	138	1	-	1 kali dibagi kan
9.	Garuda, Arena Permainan Era 80-an yang Masih Bertahan	21 Mei 2022	Harris Suyata	175	371	19	6	9 kali dibagi kan
10.	Farhan Furqan ke Amerika, Berkat Program Beasiswa Guru dan Murid Juara	27 Mei 2022	Harris Suyata	82	676	1	58	2 kali dibagi kan
11.	Berkat Cuaca Lembab Padang Panjang, Saung Jamur Hasilkan Omzet Puluhan Juta	1 Juni 2022	Shintia Putri Lidya	133	259	24	4	2 kali dibagi kan
12.	Gelanggang Pacuan Kuda	24 Juni 2022	HarrisSuyata	96	426	-	5	17 kali dibagi kan

	Bancalaweh, Latar Nyata dalam Novel Tenggelamnya Kapal Van der Wijck							

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan mengenai tanggapan masyarakat (pembaca) terhadap tulisan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang, peneliti melihat bahwa hampir postingan berupa *softnews* dengan kategori *feature* yang dipublikasikan memiliki tanggapan masyarakat (pembaca). Di sini ada 12 tulisan yang peneliti analisis, yang mana masuk ke dalam kategori *softnews* dengan jenis *feature* yang telah dipublikasikan Diskominfo Kota Padang Panjang dari bulan Januari-Juni 2022 dengan minimal 2 tulisan *softnews feature* per bulannya. Hal ini bisa dilihat dari jumlah *like* dan komentar yang tertera pada setiap postingan, yang mana postingan berupa *softnews* dengan kategori *feature* lebih menarik minat masyarakat dibandingkan dengan jenis postingan lainnya. Tanggapan masyarakat bisa dilihat langsung di halaman media sosial milik Diskominfo Kota Padang Panjang, baik *Facebook* maupun *Instagram*. Untuk insight ataupun kunjungannya juga bisa dikalkulasikan di aplikasi yang dimiliki oleh pihak Diskominfo.

12 postingan *softnews feature* yang peneliti analisis, di antaranya hanya 10 postingan yang memiliki tanggapan yang lengkap, baik berupa *like*, komentar, maupun dibagikan ulang oleh para pembaca. Namun berdasarkan data wawancara dengan informan I yaitu yaitu Kepala Seksi Pengelolaan Informasi dan Opini Publik sekaligus jurnalis di Diskominfo Kota Padang Panjang "B" mengatakan bahwa "*feature* memiliki insight atau kunjungan dan partisipasi *public* berupa *like* dan komentar yang lebih banyak dibandingkan postingan lainnya, maka sudah jelas masyarakat lebih

tertarik dengan *feature*. Rata-rata tanggapan masyarakat hal-hal positif, terlebih jika yang dipublikasikan adalah seseorang yang mereka kenali di kehidupannya sehari-hari."

Sedangkan berdasarkan data wawancara dengan informan II yaitu Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik sekaligus jurnalis dan editor di Diskominfo Kota Padang Panjang "M" mengatakan bahwa "jenis tulisan akan mempengaruhi tanggapan masyarakat, misalnya saja antara penulisan berita dan *feature*. Judul berita sudah menjelaskan sekalian isi dan pesan yang dimaksud, sedangkan *feature* jika memiliki judul yang menarik akan menimbulkan rasa penasaran para pembaca sehingga membacanya sampai akhir, dan memberikan respon seperti *like* dan komentar, terlebih jika tulisan tersebut memiliki sisi humanis yang mampu memberikan motivasi. Jadi para pembaca tidak hanya sekadar skip atau dilewati begitu saja."

Dari data analisis yang didapatkan sampai dengan data wawancara mengenai tanggapan masyarakat ini, peneliti melihat memang adanya keselarasan apa yang disampaikan dengan apa yang peneliti temukan pada postingan-postingan Diskominfo Kota Padang Panjang terkait *softnews feature*. Bahwa *softnews feature* yang memiliki kandungan *human interest* akan lebih direspon para pembaca dikarenakan postingan berisikan kisah inspiratif dari tokoh yang masyarakat kenali dan tahu akan keberadaan sosok yang diceritakan.

B. Pembahasan

Karya jurnalistik dalam kategori *softnews* dengan jenis *feature*, memiliki ciri khas yang mengandung nilai *human interest*. Selain itu, gaya penulisan yang memiliki unsur sastra juga akan memberikan sentuhan dan membuat tulisan menjadi lebih hidup sehingga pembaca turut merasakan apa yang disampaikan.

Diskominfo Kota Padang Panjang adalah salah satu instansi pemerintahan yang mempublikasikan tulisan berupa *softnews feature*.

Dalam penenlitian ini, peneliti menganalisis nilai *human interest* pada *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang, dengan melihatnya dari dua sisi yaitu: yang pertama ciri khas *softnews feature* yang bisa dilihat dari unsur *human interest* maupun gaya penulisannya yang memiliki unsur sastra, yang kedua tanggapan masyarakat dari postingan *softnews feature* yang bisa dilihat dari *like*, komentar, dan berapa kali postingan itu dibagikan ulang oleh para pembaca.

1. Ciri Khas dari *Softnews Feature*

   Tulisan *softnews* dengan kategori *feature* yang baik harus memiliki struktur penulisan yang lengkap, namun jangan sampai meninggalkan ciri khas dan karakteristik dari *feature* itu sendiri. Ciri khas paling utama dari *feature* adalah memiliki segi *human interest* dan segi sastra. Bagaimana tulisan *softnews feature* dikemas dan disajikan sehingga tulisan tersebut enak dibaca dan makna yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh para pembaca.

   Salah satu bagian yang peneliti analisis di postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang adalah ciri khas dari gaya penulisannya yang mengarah kepada sisi humanis atau nilai *human interest* yang terkandung dalam sebuah *softnews feature*. Berdasarkan temuan yang peneliti lakukan terkait ciri khas dalam *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* pada bulan Januari-Juni 2022 dengan masing-masing 2 *softnews feature* per bulannya, peneliti menemukan kekurangan ciri khas yang sering ditemukan dalam postingan *softnews feature* adalah sebagai berikut:

a. Unsur *human interest*

Unsur "*human interest*" yang dimaksudkan disini adalah ketertarikan manusiawi atau rasa kemanusiaan. Dalam hal ini, *human interest* terdapat pada script atau naskah dari *softnews feature*. Bagaimana tulisan mampu menarik sisi emosional para pembaca. *Human interest* bisa memberikan dampak yang luar biasa sehingga menyentuh wilayah intuisi, emosi dan psikologi khalayak/masyarakat (pembaca.)

Dalam penelitian yang peneliti lakukan terhadap *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang yang dipublikasikan pada Januari-Juni 2022 dengan masing-masing 2 *feature* per bulannya bahwa tidak semua *feature* mengandung nilai *human interest*. Hal ini dikarenakan, nilai apa yang tertuang dalam sebuah tulisan itu tergantung apa yang dibicarakan, dibahas, dan dikaji. *Feature* yang mempunyai sisi humanis adalah *feature* yang terkait dengan seseorang, bukan sesuatu yang lebih mendeskripsikan makanan, tempat, maupun hewan**.**

b. Unsur sastra (gaya penulisan)

Unsur "sastra" yang dimaksudkan disini adalah *softnews feature* ditulis dengan cara atau gaya menulis fiksi. Karenanya, tulisan *feature* mirip dengan sebuah cerpen (cerita pendek) atau novel, bacaan ringan dan menyenangkan namun tetap informatif dan faktual. Karenanya pula, seorang penulis *feature* pada dasarnya atau pada prinsipnya adalah seorang yang bercerita dan lihai dalam mendeskripsikan tulisan sehingga pembaca terbawa ke dalam suasana. Lalu, pilihan kata dalam *softnews feature* tidak menggunakan kata-kata yang baku

layaknya berita dalam kategori *hardnews*.

Dalam penelitian yang peneliti lakukan terhadap *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang yang dipublikasikan pada Januari-Juni 2022 dengan masing-masing 2 *feature* per bulannya bahwa hampir seluruh *softnews feature* yang dipublikasikan memiliki gaya penulisan sastra sehingga enak dibaca. *Feature* memang harus menggunakan gaya penulisan yang lebih santai, ringan, dan tidak baku. Karena itulah yang membedakan *feature* dengan karya jurnalistik dalam kategori berita. Hal ini tergantung bagaimana peliput mengemas dan editor menyunting kata-kata yang dirasa kurang sesuai pada tempatnya.

Salah satu postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang yang tidak kita temukan nilai *human interest* serta kurangnya unsur sastra dalam gaya penulisannya adalah sebagai berikut:

Berkat Cuaca Lembab Padang Panjang, Saung Jamur Hasilkan Omzet Puluhan Juta
SHINTIA PUTRI LIDYA – KOMINFO

MENGINJAKKAN kaki di Kota Padang Panjang, membuat Hari Ramadoni berpikir memanfaatkan cuaca lembab Padang Panjang untuk menghasilkan sesuatu yang benar-benar organik.
Mendirikan Saung Jamur, menjadi pikiran utamanya pada tahun 2011 dalam menghasilkan sesuatu yang organik. Ia mencoba mengolah mulai dari bahan utama budidaya, meskipun pada tahun pertama tidak membuahkan hasil

sama sekali, membuatnya tidak patah semangat. Satu tahun berlalu Hari melihat media tanam menampakkan tunas dan membuat Hari semangat kembali.

Tahun demi tahun berlalu, Hari terus belajar mendapatkan hasil yang bagus dan layak. Hingga sampai sekarang dalam sebulan ia bisa menghasilkan omzet puluhan juta rupiah. Kini ia memiliki enam pondok binaan rumah jamur. Dua pondok di Kelurahan Bukit Surungan, dua pondok di Guguk Malintang, satu di Ngalau, dan satu lagi di Ekor Lubuk.

"Dengan kita melakukan pembinaan kepada beberapa kelompok tani, hingga sekarang kita sudah memiliki enam pondok jamur yang bisa dibudidayakan. Dan satu di Bukit Surungan ini, ada yang disabilitas," ujarnya kepada Kominfo, Rabu (1/6).

Media tanam jamurnya (log) merupakan dari bahan yang sangat organik. Terdiri dari serbuk kayu sawmill, dadak padi, kapur pertanian dan jagung halus. Semua bahan tersebut diaduk menjadi satu yang ditambahkan air, lalu difermentasikan selama satu malam. Disterilkan dengan cara dikukus selama delapan jam. Didinginkan, selanjutnya dimasukkan indukan dan diinkubasi selama dua bulan sampai jamurnya mulai keluar. Setelah proses tersebut, log jamur bisa dipasarkan.

Saung Jamur ini tidak hanya memiliki binaan di Kota Padang Panjang saja, namun ia juga sudah memasarkan log jamur di beberapa daerah di Sumatera Barat bahkan sampai ke Pekanbaru. Dimana satu tempat minimal membeli 1.000 log jamur.

Log jamur ini masa kedaluwarsanya mulai dari enam sampai delapan bulan. Di mana agen-agen jamur yang

memesan log ini, akan kembali setelah empat bulan pembelian pertama. Dikarenakan pembuatan log yang memakan waktu dua bulan.

Postingan *softnews feature* yang dapat kita temukan di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang pada 1 Juni 2022 lalu ini tidak ditemukannya sisi humanis "*human interest*" di dalamnya. Hal ini dikarenakan, *feature* yang diangkat lebih mendeskripsikan kepada "Berkat Cuaca Lembab Padang Panjang, Saung Jamur Hasilkan Omzet Puluhan Juta" yang poin utamnya menjelaskan bagaimana "jamur di cuaca yang lembab." Tidak hanya itu, gaya penulisan yang monoton dan terkesan baku membuat tulisan *feature* menjadi seperti layaknya sebuah berita.

Begitu juga dengan *softnews feature* satu ini yang diposting pada 9 April 2022 yang hampir serupa dengan *feature* sebelumnya:

Pasa Pabukoan Tanjung Punya Beragam Menu
YULI GUSLINDA – KOMINFO

Selama Ramadan 1443 H ini, ibu-ibu rumah tangga yang ada di Kota Padang Panjang tidak perlu pusing untuk mencari menuberbuka puasa bagi keluarganya.
Di Padang Panjang saat ini sudah tersebar di tiap kelurahan tempat-tempat pedagang berjualan pabukoan dan menu andalan untuk berbuka puasa. Salah satunya Pasa Pabukoan yang terletak di Tanjung, Kelurahan Ganting. Tepatnya jalan tembus dari Rumah Dinas Wali

Kota menuju RSUD.

Dengan menu yang beranekaragam, pembeli yang datang tidak akan sulit menemukan menu yang disukainya. Menggugah selera pastinya.

Terbukti dengan percakapan Kominfo, Sabtu (9/4) bersama salah seorang pembeli. Ibu Yus menceritakan, selama Ramadan ini ia sangat terbantu dengan adanya Pasa Pabukoan di Tanjung ini karena menu yang sangat bervariasi. Seperti cendol, kelapa muda,

sala lauak, es teler, es tebak, es timun, lauk ikan lado merah, ikan lado hijau, randang, gulai pucuk ubi, gulai ikan, gulai ayam, pical,ketoprak, gorengan, kerupuk, lopis, sosis goreng, lotek dan lain sebagainya.

"Alhamdulillah, selama puasa ini Pasa Pabukoan Tanjung membuat nyaman kami ibu-ibu rumah tangga. Berada di tepi jalan, mudah terjangkau, dan makanan di sini enak-enak. Kalau tidak percaya, cobalah belanja ke sini," katanya.

Pemilik Kedai Linda, pedagang yang menjual lauk pauk di lokasi ini, merasa terbantu ekonominya selama Ramadan ini.

"Kami berjualan hanya Ramadan saja. Alhamdulillah selama jualan, dagangannya laris dan masyarakat banyak memuji," sebutnya.

Tidak jauh beda dengan Linda, Uni Er merasa bersyukur adanya Pasa Pabukoan ini. Karena ia bisa menambah penghasilan. Tidak hanya mrngandalkan warung yang ia miliki.

"Saya terbantu sejak adanya Pasa Pabukoan di sini. Pembeli yang datang tidak hanya dari daerah sini, melainkan ada yang datang dari luar," katanya. (*)

Selaras dengan sebelumnya, postingan yang dipublikasikan pada 20 Februari 2022 lalu ini juga tidak ditemukan nilai *human interest* dan kurangnya unsur sastra dalam gaya penulisannya.

Chisty and Camilla Perfume, Isi Ulang Parfum Mewah denganHarga Terjangkau
RIFKI MAHENDRA – KOMINFO

KEHARUMAN tubuh harus dijaga setiap saat. Agar tetap segar, selain harus bersih, penggunaan parfum juga bisa diandalkan untuk mengoptimalkan aroma tubuh. Tak hanya perempuan saja, tapi laki-laki juga kerap mengandalkan parfum untuk menjagakesegaran tubuhnya.
Merek parfum yang hadir juga beragam. Bahkan harganya dimulai dari yang terjangkau, hingga jutaan. Apapun pilihan parfum yang diinginkan, tentu harus sesuai dengan kepribadian dan kemampuan.
Yang menyenangkan, kini hadir isi ulang parfum dengan harga terjangkau, dari brand terkenal Chisty and Camilla Perfume yang beralamat di Jalan Ahmad Yani, Kelurahan Ngalau, Kecamatan Padang Panjang Timur. Tepatnya di depan Bakso Ateng.
Terinspirasi dari brand-brand premium, toko isi ulang parfum ini hadir dengan kualitas high end dengan harga ramah di kantong. Berdiri sejak awal tahun 2021 lalu, dengan usia toko yang masih tergolong muda, Christy and Camilla Perfume sudah mampu menghasilkan omzet belasan juta dalam kurun waktu satu bulan.

Owner sekaligus Manager Chisty and Camilla Perfume, Ropik Afriadi kepada Kominfo mengatakan, di sini menghadirkan parfum isi ulang karya brand ternama seperti Downhill, Hugo, Baccarat dan lain-lain.

"Yang terlaris dari isi ulang di sini dari brand ternama yaituBaccarat," kata Ropik didampingi Abdul Rahman Arif (27) yang juga owner toko itu.

Harga isi ulang di sini, tambah Ropik, juga sangat terjangkau. Yaitu Rp 35 ribu-Rp 160 ribu untuk yang biasa, dan Rp 40 ribu-Rp250 ribu untuk parfum premium. Semua parfum dikemas dengan ukuran 25 ml, 35 ml, 60 ml, dan 100 ml. Untuk pemesanan, bisa dilakukan secara online melalui sejumlah marketplace ternama seperti Tokopedia, Shopee atau di media sosial @chistyandcamillaperfume.

"Di sini juga bisa memilih parfum sesuai tipe kepribadian. Kita hanya berdiskusi dengan para pelanggan yang ingin mengetahui tipe parfum yang cocok untuk kepribadiannya, lalu kita carikan," tambahnya.

Begitu juga dengan *softnews feature* satu ini yang diposting pada 16 Februari 2022 yang hampir serupa dengan *feature* sebelumnya:

Perjuangan Penjual Kerupuk Mie Dimasa Pandemi
TIM MAGANG – KOMINFO

HARI menunjukkan pukul 14.00 WIB lebih sekian menit. Gerobak dagangan yang merupakan bantuan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Disperdakop UKM), merapat ke pinggir jalan di depan Taman Ramah Anak Lembuti, Kelurahan Koto Panjang,

Kecamatan Padang Panjang Timur.

Di taman yang lebih dikenal dengan sebutan Taman Pensil itu, Adi

(44) si pemilik gerobak mulai menunggu pembeli. Ia menjual Karupuak Mie. Sejenis peganan kerupuk yang diberi kuah sate dan diberi topping mie goreng atau bihun goreng.

Di taman yang berada persis di seberang Mako Polres Padang Panjang itu, Adi melayani pembeli hingga mentari lepas ke peraduan. Jika pengunjung sedang ramai, kerupuk mie itu habis. Ia bisa pulang cepat kembali berkumpul dengan keluarga.

Terkadang, dagangannya tidak selalu habis sehingga ia telat pulang ke rumahnya di Tanah Hitam.

Untuk ukuran kantong, kerupuk yang dijual Adi, tidaklah mahal. Banyak pilihan kerupuk yang dijual bapak dua anak itu untuk pembeli. Ada yang besar, kecil, bulat, petak.

Harganya dari Rp 2.000 hingga paling mahal Rp 5.000

Dari pengakuan seorang pembeli, kerupuk mie racikan Adi ini, beda rasanya dengan penjual kerupuk lainnya. Bumbu kuah dan mienya, mempengaruhi rasa. Sehingga ada keinginan untuk terus menambah. Berjualan kerupuk mie sejak empat tahun lalu, Adi mengaku bisa mengantongi pendapatan hingga Rp 250 ribu/hari. "Itu dengan asumsi, dagangan saya habis semua," cerita Adi ke Kominfo.

Suka duka selama berjualan, yang dialami Adi sama saja yang dialami pedagang lainnya. Ada saat ramai sekali, ada pula saat sepi pembeli. "Yang paling parah itu saat pandemi tengah menjadi-jadi. Saya terpaksa libur berjualan hingga sebulan lebih. Tidak ada pemasukan

sama sekali," ungkapnya.
Saat itu, Taman Pensil ditutup untuk dikunjungi. Warga lebih banyak di rumah karena pembatasan yang ditetapkan pemerintah. Setelah kasus Covid-19 melandai, Adi kembali mengais rezeki. Berinteraksi lagi dengan pembeli. "Saya berharap, pandemi cukup sampai di sini," ucapnya, persis dengan harapan kita semua yang sudah lelah berada di zaman pagebluk ini. (silvy rahmawati)

Kemudian, salah satu postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang yang tidak kita temukan nilai *human interest* namun sudah memiliki gaya penulisan yang mengandung unsur sastra adalah sebagai berikut:

Gelanggang Pacuan Kuda Bancalaweh, Latar Nyata dalamNovel Tenggelamnya Kapal Van der Wijck
HARRIS SUYATA – KOMINFO

TENGGELAMNYA Kapal Van der Wijck merupakan satu dari sekian mahakarya sastra Buya Hamka yang populer dan melegenda di seluruh penjuru negeri.
Romansa Zainuddin dan Hayati begitu pilu menyayat hati. Dua tokoh utama ini, membuat pembaca larut sekaligus iba atas kasih yang tak sampai itu.
Novel ini bahkan diangkat ke layar lebar tahun 2013 yang disutradarai Sunil Soraya dan diproduseri Ram Soraya. Film ini dibintangi Pevita Pearce sebagai Hayati dan Herjunot Ali sebagai Zainuddin.
Namun, di dalam kisah novel yang terbit pertama kali

tahun 1939 ini, terselip cerita keindahan alam surgawi. Di antaranya berlatar Kota Padang Panjang dan Batipuh.

Disebutkan pula Gelanggang Pacuan Kuda Bancalaweh, salahsatu latar pertemuan dua sosok yang saling mencinta namun tak kunjung bisa menyatu, akibat adat istiadat.

Zainuddin dinilai tak punya garis keturunan yang jelas. Ayahnya memang berasal dari Minangkabau yaitu Batipuh, sementara ibunya berasal dari Mengkasar (Makassar). Orang Minangmenyebut dia orang Makassar, sementara orang Makassar menyebut dia orang Minang.

Memang tokoh di dalam novel itu hanyalah fiktif. Akan tetapi, latar keindahan surgawi itu ialah nyata. Ada Kota Padang Panjang sebagai pusat pendidikan Islam modern kala itu.

Apalagi Gelangggang Pacuan Kuda Bancalaweh, menjadi tempat hiburan rakyat yang selalu dinanti dan dirindukan sampai saat ini. Secara tak langsung, novel ini turut mengangkat nama Kota Serambi Mekkah dan daerah di sekitarnya.

Wartawan senior Asril Datuak Pangulu Batuah dalam tulisannya di Portal Minangsatu.com menyarankan agar Pemko Padang Panjang bisa membuat miniatur "Kapal Van Der Wijck" di Bancalaweh.

"Gunanya untuk menarik kunjungan wisatawan. Jika itu dapat diwujudkan, bukan tak mungkin menjadi daya tarik tersendiri bagi Kota Padang Panjang, sekaligus untuk menggenang jasa almarhum Buya Hamka. Semoga," tuturnya.

Terkait pacu kuda akan digelar Ahad (26/6) nanti, sebut Asril, tak ada salahnya beramai-ramai membawa keluarga ke Bancah Laweh. Saksikan pacu kuda gratis.

Postingan *softnews feature* yang dapat kita temukan di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang pada 24 Juni 2022 lalu ini tidak ditemukannya sisi humanis "*human interest*" di dalamnya. Hal ini dikarenakan, *feature* yang diangkat lebih mendeskripsikan kepada "Gelanggang Pacuan Kuda Bancalaweh, Latar Nyata dalam Novel Tenggelamnya Kapal Van der Wijck" yang poin utamanya lebih menjelaskan "si gelanggang pacuan kuda yang menjadi latar dalam sebuah novel ternama." Meski demikian, gaya penulisan sudah mengandung unsur sastra karena si pembaca bisa ikut merasakan suasana di dalam tulisan tersebut, terlebih sedikit banyaknya memasukkan "kisah Hayati dan Zainuddin dalam novel Tenggelamnya Kapal Van der Wijck."

Begitu juga dengan *softnews feature* satu ini yang diposting pada 21 Mei 2022 yang hampir serupa dengan *feature* sebelumnya:

Garuda, Arena Permainan Era 80-an yang Masih Bertahan
HARRIS SUYATA – KOMINFO

MENAIKI hoya pesawat terbang yang mengitari titik tumpunya, diiringi suara lagu ceria khas anak-anak, membuat Caca dan Rara senang dan riang. Setelah 2-3 menit berlalu, permainan yang sudah berumur 42 tahun ini pun berhenti.
Ditemani ibunya, dua gadis cilik itu kemudian beralih ke hoya lainseperti kuda, mobil polisi, kelinci, dan kereta api.

Memasukkan dua buah koin, barulah pemainan tersebut bisa bergerak. Ada yang begoyang, ada pula yang memutar. Delapan buah koin dibelidengan harga 10 ribu.

Lokasinya berada di Lantai II Pasar Inpres dengan nama Garuda.Di sini terdapat 28 unit hoya. Enam di antaranya sudah berumur 42 tahun.

Chandra (42), generasi kedua pemilik bisnis ini mengatakan, sarana permainan yang menyediakan berbagai jenis hoya ini, sudah ada sejak tahun 1980 di Padang Panjang. Serta salah satu yang tertua dan bertahan hingga sekarang di Sumatera Barat.

"Sebelumnya Garuda berada di Pasar Usang selama tiga tahun,dari tahun 1980. Lalu pindah ke dekat Bioskop Jaya, lalu ke Pasar Inpres sejak tahun 1986-1987 hingga sampai sekarang. Dulu ada dingdong, tapi sekarang hoya saja," ujarnya.

Chandra meyakini bisnis permainan yang diwarisi oleh orang tuanya ini masih diminati, khususnya buat anak-anak.

"Tempat permainan ini sudah legendaris. Orang tua selain membawa anak-anaknya bermain, mereka juga bisa bernostagia khususnya yang lahir di era 80-90 an," katanya.

Chandra juga telah menambahkan hoya model baru tahun 2016 lalu di antaranya mobil Hello Kitty, mobil Micky Mouse, dan motor. Lalu, mendekorasi tempat permainan dengan wallpaper dan lukisan karakter kartun guna memberikan sentuhan baru tapi tetap memorable sebagai arena permainan khas tahun 80-90an.

Saat ini juga tersedia booth makanan fried chicken. "Jadi sambil anak bermain, orang tua juga bisa santai

menikmati makanan di sini," tuturnya. (*)

Kemudian, salah satu postingan *softnews feature* yang bisa kita lihat memiliki sudah memiliki nilai *human interest* namun masih kurang unsur sastra dalam gaya penulisannya.

Ibnu Mareza, Putra Padang Panjang yang Turut Bawa Batavia FC Juara Liga 3 DKI Jakarta
ANDES MARADONA – KOMINFO

SEBULAN sebelum Liga 3 DKI Jakarta bergulir, tawaran bermain di Batavia Football Club (FC) menghampiri Ibnu Marezamily Putra. Atas rekomendasi Pelatih Kepala Tim Semen Padang U-17, Dian Rama Saputra dan Asisten Pelatih, Rian Damara yang melatihnya, Ibnu mengiyakannya.

Jadilah putra Tanah Pak Lambik, Kecamatan Padang Panjang Timur (PPT) itu mulai menapak karir semi profesionalnya di perantauan. Di Batavia FC, ia dilatih trio pelatih Supriyono, Ilham Romadona dan Bambang Harsoyo yang merupakan eks pemain timnas di ajang Piala Tiger 1996.

Dengan persiapan matang dan kekompakan tim, klub yang berdiri 2010 itu akhirnya keluar sebagai jawara Liga 3 DKI Jakarta dengan mengalahkan tim ASIOP pada final yang digelar 22 Desember lalu. Mereka berhak bermain di Liga 3 Nasional dan bisa saja menembus Liga 2 jika konsisten dengan pola permainan dan menjaga kekompakan tim.

Capaian prestasi ini, bagi Ibnu adalah berkat kegigihannya berlatih dan menempa ilmu di berbagai SSB (Sekolah Sepak Bola), sejumlah klub dan bertanding di banyak turnamen.

Anak sulung dari pasangan Yusrizal dan Yulia Resmi ini, sejak kecil sudah diarahkan ayahnya untuk menjadi pemain sepak bola profesional. Ibnu dilatih dan selalu di-support.

Di usia 9 tahun, pemain kelahiran tahun 2000 ini diantarkan masuk SSB Kapur Putih, Bancah Laweh untuk belajar dasar-dasarbermain sepak bola.

Setelah itu, Ibnu ditempa di berbagai SSB yang ada di Kota Padang Panjang. Di antaranya, SSB GMG Kecamatan PPT dan Akademi Sepakbola Dinas Porapar Padang Panjang. Ibnu pernah mengikuti turnamen Man-U (Nike) U-14 di Karawaci, Tangerang. Ibnu juga tercatat pernah berkarir di Tim Semen Padang U-17 dan U-20.

Berbagai prestasi telah diraih pemain dengan postur 175 cm ini. Baik untuk sekolah dan Kota Padang Panjang, juga Tim Semen Padang U-17 dan Elite Pro Semen Padang yang pernah ia bela.

Di antaranya pada tahun 2017 lalu, Ibnu membawa Kecamatan PPT sampai ke semifinal dan juara tiga pada 2019 di Kejuaraan Minangkabau Cup.

Postingan *softnews feature* yang dapat kita temukan di media sosiaal *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang pada 13 Januari 2022 sudah jelas memberikan nilai *human interest* dikarenakan mendeskripsikan sosok atau seseorang “Si Ibnu Mareza” dengan perjalanannya sebagai “Putra Padang Panjang yang

Turut Bawa Batavia FC Juara Liga 3 DKI Jakarta" yang memiliki kisah inspiratif dan bisa memotivasi para pembaca. Namun, meski demikian gaya penulisannya belum terlalu atau kurang memperlihatkan unsur sastranya karena masih menggunakan pilihan kata yang baku layaknya berita.

Begitu juga dengan *softnews feature* satu ini yang diposting pada 30 Januari 2022 yang hampir serupa dengan *feature* sebelumnya:

Dirintis Puluhan Tahun Lalu, Mie Ayam Pangsit Pak Kumis Semakin Laris
RIFKI MAHENDRA – KOMINFO

WARJAN (52) atau yang akrab disapa dengan Pak Kumis/Pak De merupakan penjual Mie Ayam Pangsit yang cukup dikenal di Kota Padang Panjang. Usaha kulinernya diberi nama Mie Ayam Pangsit Pak Kumis.
Pak Kumis mulai menginjakkan kakinya di Kota Padang Panjang sejak 22 tahun silam. Ia berasal dari Jawa dan mencoba mencari peruntungan ke Padang Panjang pada tahun 2000 silam mengikuti jejak adiknya yang telah lebih dulu merantau.
"Awalnya pada tahun 2000-an itu, saya berjualan Mie Ayam Pangsit ini, ikut dengan orang. Berdagang secara berkeliling untuk mencari langganan. Saya berkeliling mendorong gerobak dagangan menyusuri beberapa jalan dan gang yang ada di Padang Panjang," kisah Pak Kumis saat diwawancarai Kominfo, Ahad (30/1).
Saat mulai berjualan, dagangannya tak terlalu ramai.

Namun seiring dengan berjalannya waktu, dagangannya pun mulaidiminati warga.

"Saya terus berusaha bekerja keras dan berdoa supaya dagangan ini dikenal masyarakat. Walhasil, tahun demi tahun yang saya lalui, penjualannya pun menunjukan peningkatan," ujar Pak Kumis sambil merebus mie pesanan pelanggannya.

Senin ke Ahad mulai tak terasa. Bulan demi bulan, tahun demi tahun dilalui. Tepat genap 10 tahun ikut berjualan dengan orang, tahun 2010 Pak Kumis memutuskan untuk membuka dagangan gerobak Mie Ayam Pangsit miliknya sendiri, yang sekarang dikenal dengan nama Mie Ayam Pangsit Pak Kumis.

Setelah dagangannya mulai dikenal masyarakat dan umur yang sudah tidak terbilang muda lagi, Pak Kumis memutuskan untuk mencari tempat mangkal yang tetap. Setelah mencari informasi ke sana-sini, Pak Kumis pun menemukan tempat mangkal strategis yang akan mudah dijumpai para pelanggannya. Tempat tersebut berada di tepi jalan lintas barat Sumatera atau Jalan Sultan Syahrir, Silaing Bawah.

"Di lokasi yang cukup sederhana, berada di tepi jalan ini, alhamdulillah, Allah kasih rezeki yang lancer. Dagangan saya, alhamdulillah jarang sepi dari pembeli," ucapnya sembari tersenyum.

Penjualannya juga sempat terhenti akibat pandemi Covid-19 yang merebak pada awal tahun 2020 lalu.

Kemudian, salah satu postingan *softnews feature* yang bisa kitalihat memiliki sudah memiliki nilai *human interest* dan juga sudah memiliki gaya penulisan yang mengandung

unsur sastra dalam gaya bahasanya adalah sebagai berikut:

Umur Tiga Tahun Kumandangkan Adzan, "Syaikh" Cilik itu Bawa Nama Padang Panjang ke Palembang
ANDES MARADONA – KOMINFO

NAMA lengkapnya Muhammad Hafidz Wetri Mudrison. Usianya masih tujuh tahun. Diusia yang masih belia, panggilan "Syaikh Muhammad" sudah melekat padanya. Sebuah panggilan cinta dan doa dari orang tua untuk anaknya yang ketujuh dari delapan bersaudara.

Anak dari Ustadz Wetri Mudrison, M.Pd dan Santy Andriani yang lahir pada 26 Februari 2015 ini, mencuri perhatian saat pelepasan kafilah Kota Padang Panjang untuk Festival Anak Shaleh Indonesia (FASI) XI-2022 yang bakal dihelat 24-27 Maret di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Dari usianya, Syaikh menjadi anggota kafilah termuda Kota Serambi Mekkah ini yang mewakili Provinsi Sumatera Barat di ajang itu.

Sejak kecil, Syaikh Muhammad sudah dididik untuk dekat denganAl Qur'an dan diberikan pendidikan agama oleh kedua orangtuanya. Di usia 4 tahun, Syaikh sudah lancar membaca Al Qur'an dan sudah mengkhatamkan Al Qur'an di usia 4 tahun 10 bulan.

Di usianya ke-5, Syaikh juga sudah hafal juz 30 dan sudah terbiasa mengerjakan shalat lima waktu, Shalat Dhuha dan Shalat Tahajud. Saat ini, di usia 7 tahun, Syaikh sudah memiliki hafalan Al Qur'an sebanyak 6 juz.

Syaikh juga pernah mewakili Kota Padang Panjang dalam ajang MTQ Nasional XXXIX November 2021 lalu di

cabang Tilawah Kanak-Kanak. Ia juga pernah mendapatkan anugerah dari Baznas Kota Padang Panjang untuk hafalan 3 juz-nya.

Syaikh yang belajar secara homeschooling ini, akan berlomba di tingkat Taman Kanak-kanak Al Quran (TKA) pada cabang Adzan dan Iqomah. Disebutkan umminya, Syaikh sudah biasa mengumandangkan adzan sejak usia 3 tahun.

"Abi dan Ummi yang membiasakan Syaikh untuk mengumandangkan adzan setiap sebelum melaksanakan shalat lima waktu. Saat itu, belum sempurna dalam melakukannya. Namun kami orang tuanya senantiasa terus membiasakan dan mengajarkannya," cerita Santy.

Postingan *softnews feature* yang dapat kita temukan di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang pada 23 Maret 2022 lalu ini sudah memiliki nilai *human interest* "sisi humanis" dikarenakan mendeskripsikan tentang "Umur Tiga Tahun Kumandangkan Adzan, "Syaikh" Cilik itu Bawa Nama Padang Panjang ke Palembang" yang mana "Si Muhammad Hafidz Wetri Mudrison" sebagai syaikh cilik yang dekat dengan Al- Qur'an dan Pendidikan Agama. Hal ini tentu memotivasi orang banyak, khususnya para orang tua bagaimana mendidik seorang anak sejak usia dini. Tidak hanya itu, penyampaian dengan gaya penulisan yang ringan dan mudah dipahami membuat para pembaca tidak sulit memahami makna yang terkandung didalamnya.

Begitu juga dengan *softnews feature* satu ini yang diposting pada 28 Maret 2022 yang hampir serupa dengan

feature sebelumnya:

Wako Fadly Amran Semangati Syaikh Cilik untuk Raih Hasil Terbaik
MARYULIS MAX – KOMINFO

SEMBARI jongkok di sebelahnya, Wali Kota, H. Fadly Amran, BBA Datuak Paduko Malano memberi isyarat kepada "Syaikh Muhammad". Ia disemangati Fadly untuk bisa menjadi nomor satu di ajang Festival Anak Sholeh Indonesia (FASI) XI-2022 yangdigelar di Kota Palembang, Sumatera Selatan, 24-27 Maret ini.

Bocah berusia tujuh tahun bernama lengkap Muhammad Hafidz Wetri Mudrison itu, akan berlomba di tingkat Taman Kanak-kanak Al Quran (TKA) pada cabang Adzan dan Iqomah.

"Syaikh Muhammad" –begitu panggilan kesayangan yang dilekatkan orang tuanya, Ustadz Wetri Mudrison, M.Pd dan Santy Andriani kepadanya--, menjawab isyarat Wako Fadly dengan acungan jempol. Menandakan ia siap untuk tampil dan memberikan hasil terbaik dalam ajang yang digelar Badan Koordinasi Pemuda Remaja Masjid Indonesia (BKPRMI) itu. Ia menjadi salah satu kafilah Provinsi Sumatera Barat asal Kota Padang Panjang.

"Persiapkan mental dengan baik. Yang paling utama itu, minta restu kepada orang tua untuk didoakan sebagai juara," ucap Fadly kepadanya yang disambut dengan anggukan kepala.

Keikutsertaan "syaikh cilik" tersebut di FASI XI-2022, didampingi langsung olehnya Umminya. Karena

bagaimana pun, bocah kelahiran 26 Februari 2015 ini adalah anggota kafilah termuda yang ikut serta.

Pertemuan Fadly Amran dengan "Syaikh Muhammad" berlangsung seusai acara pembukaan FASI XI-2022 di Jakabaring Sport City (JSC), Jumat (25/3). Saat pembukaan, Fadly menjadi satu-satunya kepala daerah dari Sumatera Barat yang mendapatkan penghargaan dari DPP BKPRMI. Bersama delapan kepala daerah, ketua DPRD dan ketua TP-PKK lainnya, wali kota muda ini disematkan pin anugerah FASi XI-2022 oleh Ketua Dewan Pembina BKPRMI, Komjen (Purn.) Dr. Syafruddin Kambo, M.Si.

Didampingi Ketua DPRD Padang Panjang, Mardiansyah, A.Md dan Kapolres, AKBP. Novianto Taryono, S.H, SIK, M.H, pesan yang sama juga disampaikan Wako Fadly kepada anggota kafilah dari Padang Panjang lainnya. Di iven keagamaan untuk remaja masjid itu, Padang Panjang mengirim 13 utusan melengkapi 25 orang anggota kafilah Sumbar yang berlomba di acara ini.

Selaras dengan sebelumnya, postingan yang dipublikasikan pada 8 April 2022 lalu ini juga sudah ditemukan nilai *human interest* dan memiliki unsur sastra dalam gaya penulisannya.

Selamat Jalan Pak Pinin, Petugas Kebersihan yang Rajin dan Alim

HARRIS SUYATA – KOMINFO

SUASANA duka menyelimuti rumah keluarga petugas kebersihan Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman dan Lingkungan Hidup (Perkim LH) Kota Padang Panjang, almarhum Syafril (55) di Pariangan, Kabupaten Tanah Datar.

Pria paruh baya yang kerap dipanggil Pinin itu, menghembuskan nafas terakhirnya karena kecelakaan kerja, Jumat (8/4). Truk an Simpang Baka Tampuruang, Kelurahan Kampung Manggis, Kecamatan Padang Panjang Barat sekira pukul 08.30 WIB.

Sementara itu,tiga orangtemannya,Sapardi(58)yangmenge ndarai truk itu dan Irwan Husen (45) serta Iwan Sembiring (54) yang berada dalam truk nahas itu, mengalami luka berat danringan.

Kepergian Pinin, membawa duka yang mendalam bagi istrinya, Arneli dan empat anaknya. Begitu juga dengan rekan sejawatnya. Pinin dikenal sebagai pribadi yang taat beragama. Warga di sekitar rumahnya, menyebut Pinin sebagai "Urang Surau", istilah yang kerap disematkan kepada orang yang alim dan rajin ke masjid.

Kesan baik juga dirasakan rekan sejawat sesama petugas kebersihan Dinas Perkim LH. Almarhum dikenal sebagai orang yang penyapa, berbudi pekerti yang baik, rajin dan pekerja keras. Kepergian Pinin akan dikenang bagaikan seorang Mujahid yang suhada. Jihadnya ialah mencari nafkah yang halal sebagai petugas kebersihan. Hembusan nafas terakhirnya tepat di hari mulia yaitu hari Jumat, di bulan suci Ramadan pula.

Pinin dimakamkan di tanah perkuburan keluarga setelah dishalatkan secara bersama-sama di rumah duka, bakda Shalat Jumat.

Sekdako, Sonny Budaya Putra, A.P, M.Si yang hadir saat prosesi pemakaman mengatakan, Pemko merasa kehilangan atas kepergian almarhum untuk selamanya. Dikatakan Sekdako Sonny, almarhum merupakan salah seorang pekerja terbaik.

"Semoga keluarga yang ditinggalkan dapat ikhlas dan tabah menghadapinya. Almarhum ialah orang yang baik. Pergi meninggalkan kita, di hari yang baik, Hari Jumat dan bulan suci Ramadan. Semoga almarhum husnul khatimah," tuturnya.

Kepulangan Pinin ke Rahmatullah sebelumnya turut dilepas Wakil Wali Kota, Drs. Asrul di RSUD Padang Panjang.

Terakhir, postingan *softnews feature* yang peneliti analisis dari media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang pada 27 Mei 2022 lalu ini juga sudah memiliki nilai *human interest* dan gaya penulisan sastra.

Farhan Furqan ke Amerika, Berkat Program Beasiswa Guru dan Murid Juara

HARRIS SUYATA – KOMINFO

JELANG keberangkatan ke Amerika 1 Juni mendatang, Farhan Furqan (21) bersama teman-temannya di Sampoerna University cukup intens menggelar pertemuan.

"Pertemuan ini gunanya untuk mematangkan persiapan. Kita juga saling support agar bisa maksimal dalam menempuh pendidikan di sana. Ini kesempatan yang patut dimanfaatkan dengan baik," katanya kepada Kominfo,

Jumat (27/5).

Alumni SMAN 1 ini termasuk dalam 11 mahasiswa yang meraih beasiswa di Sampoerna University tahun ajaran 2019/2020, kerja sama Pemko dengan Sampoerna Foundation. Ini merupakan salahsatu bagian dari program Beasiswa Guru dan Murid Juara yang dicanangkan Wali Kota, H. Fadly Amran, BBA Datuak Paduko Malano dan Wakil Wali Kota, Drs. Asrul ini.

Mahasiswa asal Padang Panjang itu nantinya menjalani pembelajaran selama satu semester di University of Arizona dengan waktu efektif lebih kurang tiga bulan. Ketika lulus nanti, mahasiswa tersebut akan mendapatkan ijazah dari dua universitas, Sampoerna maupun Arizona.

Semua administrasi keberangkatan, lanjut Farhan sudah lengkap. Tinggal berangkat. "Alhamdulillah kita dibantu pihak univeristas dari pengurusan paspor, visa, dan vaksin. Pada 1 Juni mendatang jam 06.30 WIB, Insyaa Allah, kita akan terbang ke Amerika," sebut mahasiswa jurusan Management Digital Marketing ini.

Farhan merasa bersyukur atas beasiswa yang diraih dan berterima kasih atas program beasiswa ini. Menurutnya, program tersebut menunjukkan komitmen memberikan peluang bagi putra daerah mendapatkan pendidikan yang berkualitas.

"Beasiswa ini sangat bagus sekali. Menunjukkan komitmen dari wali kota merealisasikan program Beasiswa Guru dan Murid Juara. Kami sangat berteri makasih atas program ini," ujarnya.

Dirinya suatu saat berharap bisa membalas kebaikan yang dia rasakan itu. Dia bercita-cita setelah menyambung pendidikan keS2 (pascasarjana), bisa membuka usaha dan

lapangan pekerjaan dengan ilmu dan pengalaman yang dia miliki.
"Semoga suatu saat saya bisa membuka lapangan pekerjaan yang diisi masyarakat Padang Panjang. Mudah-mudahan itulah yang bisa menjadi imbal balik.

Di atas adalah 12 postingan *softnews feature* dari bulan Januari-Juni 2022 dengan masing-masing 2 tulisan per bulannya yang telah dipublikasikan di media sosial *Facebook* dan *Instagram*Diskominfo Kota Padang Panjang. Berdasarkan hasil wawancara dengan dua informan sebagai data pendukung penelitian ini, didapatkan bahwa jawaban cukup berkesinambungan dengan data yang peneliti temukan ketika menganalisis *softnews feature*. Informan I "B" mengatakan bahwa "*softnews feature* yang dipublikasikan memiliki unsur *human interest*, karena biasanya di bagian *lead feature* akan disisipkan pengalaman dari yang diceritakan. *Lead* menjadi pondasi paling penting untuk membuat si pembaca merasakan penasaran dan membaca sampai akhir."

Sementara informan II "M" mengatakan bahwa "tidak semua *feature* harus dibubuhi *human interest*, hal ini harus disesuaikan dengan tema yang diangkat. Justru, *softnews feature* itu lebih menekankan kepada gaya bahasa yang digunakan dalam penulisan agar si pembaca turut merasakan apa yang disampaikan. Maka disinilah sisi humanis itu akan terlihat, sebab pola penulisan *feature* itu berbeda dengan pola penulisan berita pada umumnya. *Feature* harus mampu menggambarkan seakan-akan si pembaca berada dalam tulisan tersebut."

Sejalan dengan temuan yang peneliti dapatkan dari

postingan di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang bahwa nilai *human interest* tidak selalu ada dalam setiap tulisan *softnews feature*. Ada beberapa *feature* yang hanya memberikan informasi kepada para pembaca, meski dengan gaya bahasa yang santai dan ringan. Semua postingan tergantung dari apa tema yang diangkat, karena *feature* adalah tulisan yang mampu mendeskripsikan sehingga pembaca turut merasakan tentang apa yang disampaikan. Sisi humanis itu pasti ada, terlebih jika menceritakan tokoh "manusia."

b. Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature*

Tanggapan masyarakat merupakan respon atas postingan di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang, baik berupa *like*, komentar, dan berapa kali postingan itu dibagikan kembali oleh para pembaca. Dalam hal ini, postingan kategori *softnews* dengan jenis *feature* mendapatkan berbagai macam respon, diantaranya *like* yang lebih banyak dari postingan lainnya, komentar positif dan membangun terlebih jika yang dipublikasikan memiliki kedekatan atau ketahuan para pembacanya. Dan untuk media sosial *Facebook*, bisa kita lihat berapa kali postingan itu dibagikan ulang oleh pembaca (masyarakat/khalayak.)

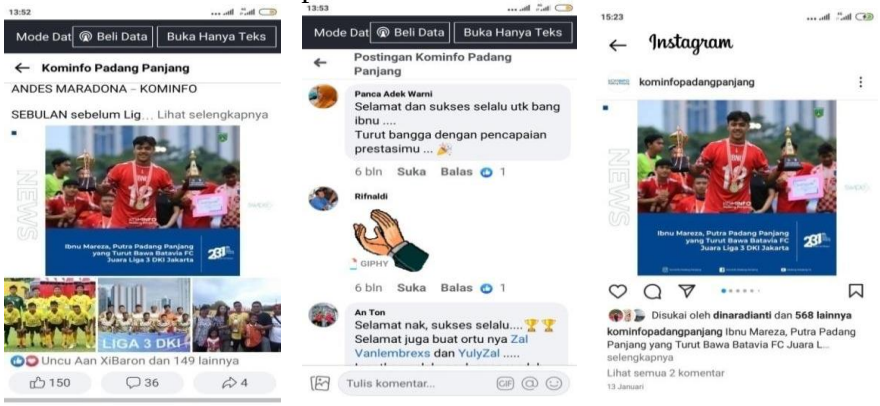
Tanggapan masyarakat kerap menjadi acuan bagi setiap lembaga atau instansi yang bergerak dalam bidang pers sebagai acuan dalam meng-upgrade atau memperbaiki postingan yang dipublikasikan kedepannya. Jika media yang digunakan sebagai wadah penyebaran informasi adalah media sosial, seperti *Facebook* dan *Instagram*, maka tanggapan masyarakat bisa kita lihat dari respon para

pembacanya. Ditambah insight yang bisa dipetakan sesuai aplikasi yang digunakan instansi tersebut, disana akan terpampang dengan jelas jumlah kunjungan setiap postingan yang dipublikasikan.

Tidak hanya itu, jumlah *followers* atau pengikut juga turut bertambah, baik di halaman akun media sosial *Facebook* maupun *Instagram*. Untuk mempertahankan eksistensinya di media sosial, sudah menjadi tugas dan kewajiban lembaga atau instansi agar selalu mengupayakan dan memberikan postingan yang mampu menarik minat masyarakat. Tanggapan masyarakat ini bisa naik turun, tergantung apa yang publikasikan. Semakin menarik yang diposting, maka akan semakin banyak menimbulkan respon atau tanggapan dari masyarakat.

Berikut 12 postingan *softnews feature* dari bulan Januari-Juni 2022 dengan masing-masing 2 postingan per bulannya yang telah peneliti analisis dari media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang.

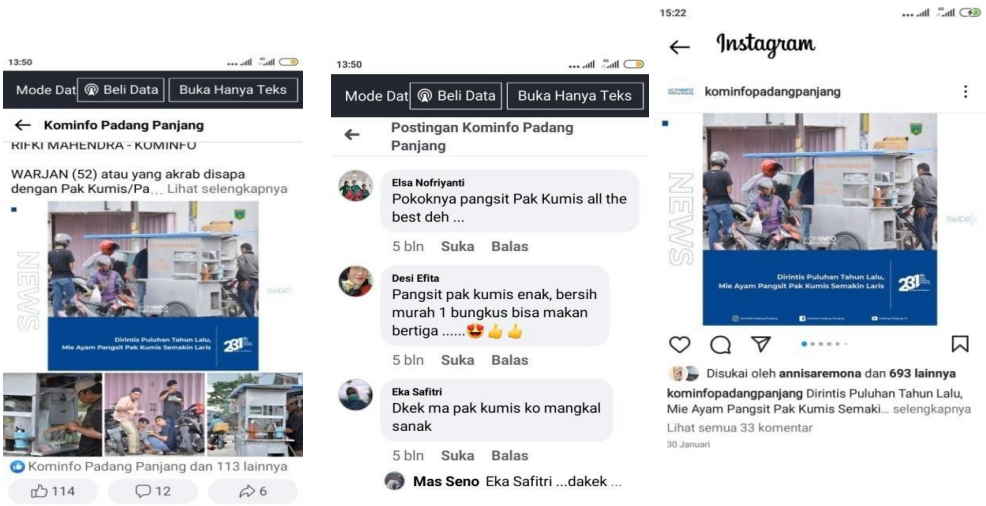
a. Ibnu Mareza Putra Padang Panjang yang Turut Bawa Batavia FC Juara Liga 3 DKI Jakarta oleh Andes Maradona pada 13 Januari 2022.



Gambar 4.1

***Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews* Feature**

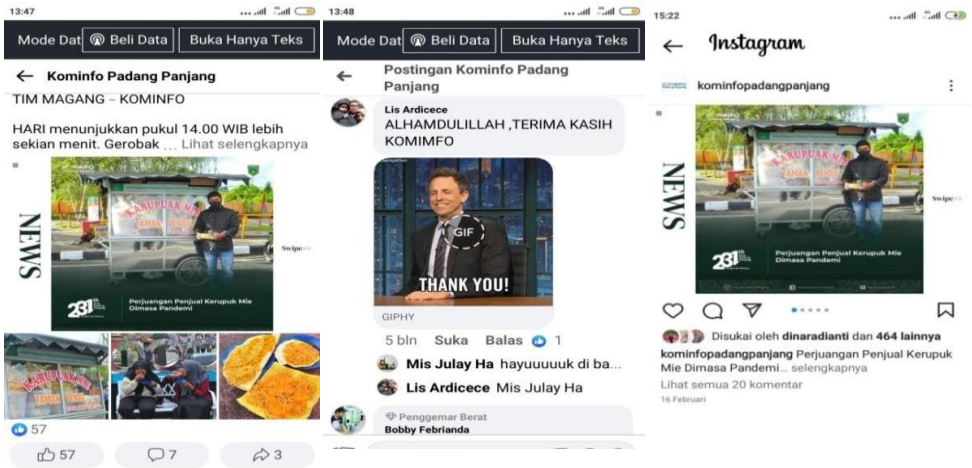
b. Dirintis Puluhan Tahun Lalu. Mie Ayam Pangsit Pak Kumis Semakin Laris oleh Rifki Mahendra pada 30 Januari 2022



Gambar 4.2

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

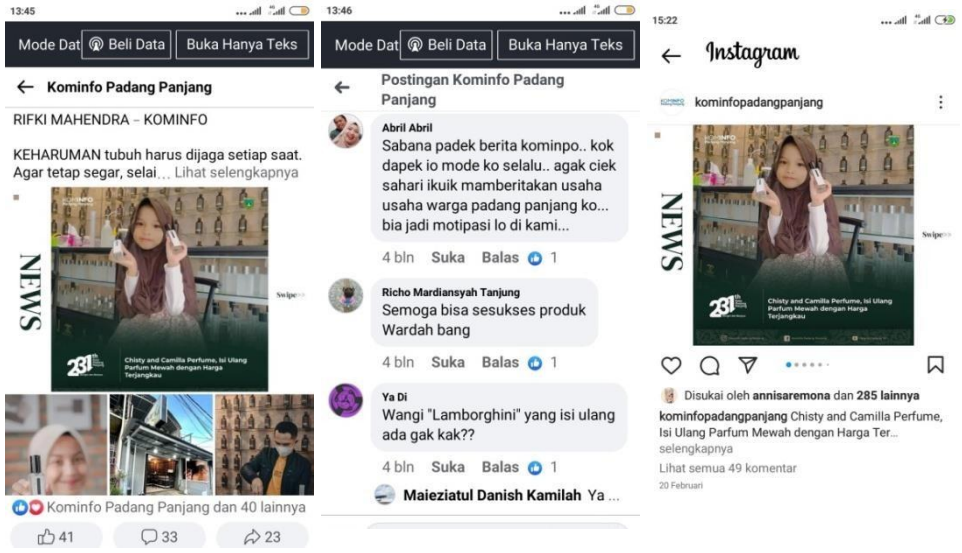
c. Perjuangan Penjual Kerupuk Mie di Masa Pandemi oleh TimMagang Kominfo pada 16 Februari 2022.



Gambar 4.3

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

d. Chisty and Camilla Parfume, Isi Ulang Parfum Mewah dengan Harga Terjangkau oleh Rifki Mahendra pada 20 Februari 2022.



Gambar 4.4

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

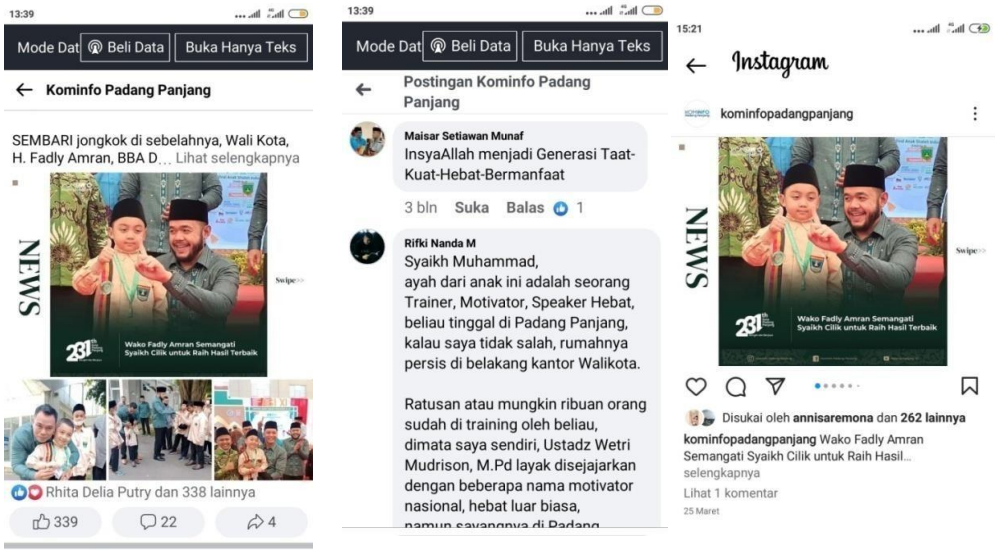
e. Umur Tiga Tahun, Kumandangkan Adzan, "Syaikh" Cilik itu Bawa Nama Padang Panjang ke Palembang oleh Andes Maradona pada 23 Maret 2022.



Gambar 4.5

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

f. Wako Fadly Amran Semangati Syaikh Cilik untuk Raih HasilTerbaik oleh Maryulis Max pada 25 Maret 2022.



Gambar 4.6

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

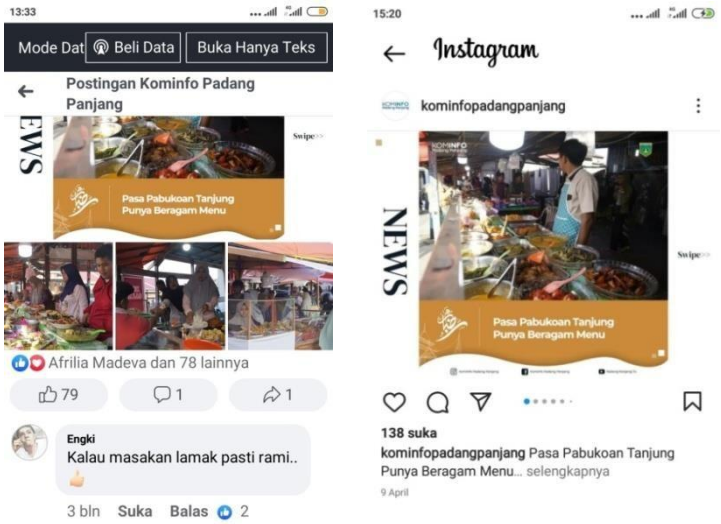
g. Selamat Jalan Pak Pinin, Petugas Kebersihan yang Rajin dan Alimoleh Harris Suyata pada 8 April 2022.



Gambar 4.7

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

h. Pasa Pabukoan Tanjung Punya Beragam Menu oleh Yuli Guslindapada 9 April 2022.



Gambar 4.8

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

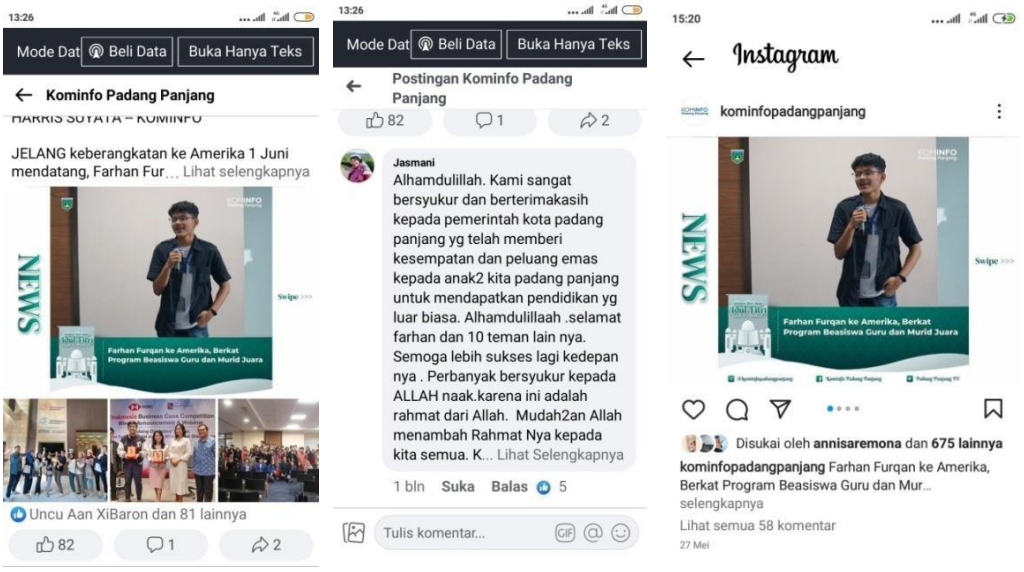
i. Garuda, Arena Permainan Era 80-an yang Masih Bertahan olehHarris Suyata pada 21 Mei 2022.



Gambar 4.9

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

j. Farhan Furqan ke Amreika, Berkat Program Beasiswa Guru dan Murid Juara oleh Harris Suyta pada 27 Mei 2022.



Gambar 4.10

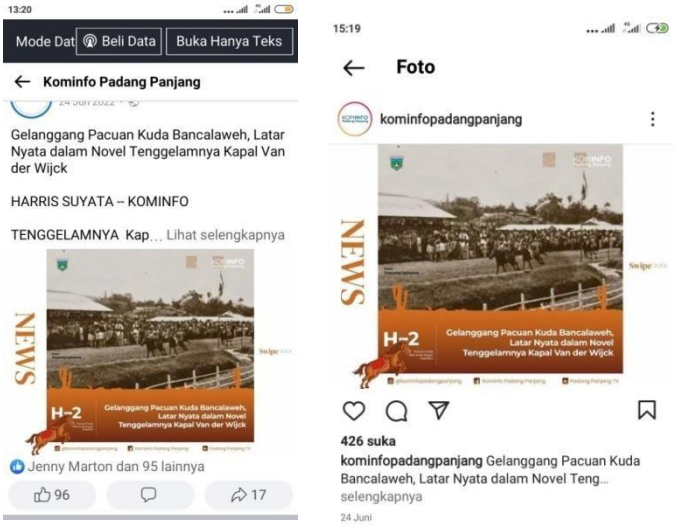
Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

k. Berkat Cuaca Lembab Padang Panjang, Saung Jamur HasilkanOmzet Puluhan Juta oleh Shintia Putri Lidya pada 1 Juni 2022.



Gambar 4.11
Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

l. Gelanggang Pacuan Kuda Bancalaweh, Latar Nyata dalam Novel Tenggelamnya Kapal Van der Wijck oleh Harris Suyata pada 24 Juni 2022.



Gambar 4.12

Screenshoot* Tanggapan Masyarakat *Softnews Feature

Sebagaimana yang telah peneliti paparkan, mengenai tanggapan masyarakat tentang postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang bahwa tulisan yang memiliki nilai *human interest* dengan penulisan yang memiliki gaya bahasa yang ringan dan mudah dipahami lebih mendapatkan respon dari masyarakat, baik dari segi jumlah *like* yang lebih banyak, kolom komentar yang ikut diramaikan oleh para pembaca, sampai untuk di media sosial *Facebook*, dapat kita lihat pembaca ikut membagikan postingan tersebut di akun media sosialnya masing-masing.

Di atas adalah 12 postingan *softnews feature* dari bulan Januari-Juni 2022 dengan masing-masing 2 tulisan per bulannya yang telah dipublikasikan di media sosial

Facebook dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang. Berdasarkan hasil wawancara dengan dua informan sebagai data pendukung penelitian ini, didapatkan bahwa jawaban cukup berkesinambungan dengan data yang peneliti temukan ketika menganalisis *softnews feature*. Sejalan dengan data wawancara yang peneliti lakukan dengan informan I "B" mengatakan bahwa "partisipasi *public* lebih meningkat, bahkan ikut mengapreasiasi melalui kolom komentar atau bahkan langsung "japri" di media sosial, baik *Facebook* maupun *Instagram* memberikan responpositif dan membangun agar lebih baik lagi kedepannya."

Sementara informan II "M" mengatakan bahwa "respon masyarakat lebih banyak kepada postingan *softnews feature* daripada postingan berita, hal ini bisa dilihat dari tema yang sama namun ditulis dan dipublikasikan dengan gaya penulisan yang berbeda. *Feature* lebih menarik perhatian pembaca daripada berita yang bisa diketahui isinya dari judulnya saja."

Sejauh peneliti melakukan analisis terhadap postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram*, bahwa *feature* yang memiliki nilai *human interest* dengan gaya penulisan sastra lebih menarik minat masyarakat//khalayak (pembaca) daripada *feature* lainnya, apalagi postingan dengan jenis lainnya seperti *hardnews*, acara ceremony pemerintahan, infografis, pengumuman, dan sebagainya. Tanggapan masyarakat berupa *like*, komentar, berapa kali postingan dibagikan, sampai dengan bertambahnya *followers* atau pengikut bisa kita lihat secara langsung di media sosial milik Diskominfo Kota Padang Panjang, baik *Facebook* maupun *Instagram*. 12 *softnews*

feature yang telah peneliti analisis di antaranya ada 10 postingan yang mendapatkan tanggapan masyarakat yang lengkap, baik *like*, komentar, dan berapa kali dibagikan ulang. Dan ada 2 postingan yang hanya mendapatkan *like* dan berapa kali dibagikan, tetapi tidak sama sekali mendapatkan komentar dari para pembacany

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti telah merekap selama melakukan peneliti terlait nilai *human interest* pada *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang dengan melihat dari dua sisi, yaitu: ciri khas dan tanggapan masyarakat terhadap postingan yang dipublikasikan.

1. Ciri khas dari *softnews feature* terletak pada sisi humanis "*human interest*"dan gaya penulisan "sastra." Dalam penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tidak semua postingan *softnews feature* yang dipublikasikan memiliki kandungan *human interest*. Hal ini tergantung pada tema yang diangkat dan apa yang menjadi pokok pembicaraan. Meski demikian, gaya penulisan dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami membuat sisi humanis bisa ditemukan di bagian *lead softnews feature*. Dari 12 postingan dari bulan Januari-Juni 2022, dengan 2 postingan per bulannya, ada 6 yang sudah memiliki nilai *human interest* dengan jelas dan 6 yang sama sekali tidak memiliki nilai *human interest* namun terselamatkan dengan gaya penulisan yang cukup menarik. Nilai *human interest* mampu memotivasi para pembaca, menyentuh intuisi dan emosi sehingga turut merasakan apa yang disampaikan.
2. Tanggapan masyarakat dari *softnews feature*, bisa berupa *like*, komentar, berapa kali postingan dibagikan, sampai dengan jumlah *followers* "pengikut" yang meningkat. Hal ini tergantung dengan seberapa menarik postingan yang dipublikasikan, dan ini tentunya bisa dilihat dari bagaimana *softnews feature* dikemas sehingga bisa membuat perhatian masyarakat tertuju pada tulisan tersebut dan memberikan

respon yang positif dan membangun. Dari 12 postingan dari bulan Januari-Juni 2022, dengan 2 postingan per bulannya, ada 10 postingan yang memilikitanggapan masyarakat yang lengkap, baik *like*, komentar, dan berapa kali dibagikan. Sementara ada 2 postingan yang hanya memiliki *like* dan berapa kali dibagikan saja, namun tidak memiliki komentar dari pembaca.

Pada akhirnya disimpulkan bahwa nilai *human interest* tidak semua terkandung dalam postingan *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang, begitu pun dengan tanggapan masyarakat. Hal ini tergantung postingan *softnews feature* yang dipublikasikan apakah mampu menarik minat dan perhatian masyarakat untuk membacanya sampai akhir, sampai dengan memberikan respon berupa *like*, komentar, dan berapa kali dibagikan ulang oleh para pembaca.

C. Saran

Dalam penelitian di atas terkait nilai *human interest* pada *softnews feature* di media sosial *Facebook* dan *Instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang terdapat saran yang peneliti ajukan kepada Diskominfo Kota Padang Panjang, sebagai berikut:

Dalam penulisan *softnews feature* diharapkan lebih menekankan dan konsisten terhadap ciri khas dari *feature* itu sendiri, baik *human interest* maupun gaya bahasa yang mengandung unsur sastra. Karena itulah yang membedakan antara *feature* dan penulisan berita yang lebih terkesan monoton dan baku. Kemudian, tulisan yang mampu menarik minat masyarakat akan menimbulkan tanggapan yang lebih aktif dan banyak dari para pembaca. Tidak hanya itu, sebaiknya tulisan *softnews feature* tidak hanya dikemas untuk memberikan informasi saja, tetapi juga bisa memotivasi para pembaca dimana pun berada.

Diharapkan juga untuk memperbanyak postingan*softnews feature* yang mengangkat sisi humanis yang kisah inspiratifnya dekat dan melekat dalam kehidupan kita sehari-hari.

Sementara untuk peneliti selanjutnya yang memiliki minat mengangkat penelitian dengan judul yang sama, Nilai *Human Interest* pada *Softnews Feature* hendaknya langsung melakukan wawancara kepada masyarakat untuk memperoleh tanggapan masyarakat yang konkret. Kemudian *softnews feature* tidak hanya fokus pada unsur human interest saja tetapi juga kepada segi penulisan yang mengandung unsur sastra.

DAFTAR PUSTAKA

Adisubroto, Dalil. 1993. *Nilai: Sifat dan Fungsinya*. Jurnal Psikologi, 2(2), ISSN: 0215-8884.

Ahmad, Hamzah., dan Nauda Santoso. 1996. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Fajar Mulya.

Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*: *Paradigma Teori Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik* Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Asti, Badiatul Muchlisin. 2005. *Da'i Bersenjata Pena: Menulis dengan Langkah-Langkah Praktis dan Sistematis.* Bandung: Pustaka Ulumudin.

Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita.* Jakarta: Erlangga.

Bertens, Kees. 1994. *Etika.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.

Cahyono, Anang Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosisal Masyarakat di Indonesia.* Jurnal Media Sosial dan Perubahan Sosial.

Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Rajawali Pers. Departemen Pendidikan Nasional. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*

Pusat Bahasa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Djamal, Hidajanto. 2017. *TV Progamming: sebagai Satu Kesisteman untuk Meraih Jumlah Audiens secara Optimal.*

Jakarta: Kencana.

Hamzah, Ahmad., dan Nanda Santoso. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia.* Surabaya: Fajar Mulya.

Henderi. 2007. *Analysis and Designed System with Unifed ModelingLanguage.* Tanggerang: STMIK Raharja.

Hardani., dan Nur Hikmatul Auliya. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif &Kuantitatif.* Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Indriana, Dian. 2011. *Ragam Alat Bantu Pengajaran, cet pertama*. Jogjakarta: DIVA Press.

Juwito. 2008. *Menulis Berita dan Feature's.* Surabaya: Unesa UniversityPress.

Kartawisastra, Una. 1980. *Strategi Klarifikasi Nilai.* Jakarta: P3G Depdikbud. Kotler, P., dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12.* Jakarta: Erlangga.

Kusumaningrat, Hikmat., dan Purnama Kusumaningrat. 2006. *Jurnalistik Teori dan Praktik.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mansur, Amril. 2006. *Implementasi Klarifikasi Nilai dalam Pembelajaran dan Fungsionalisasi Etika Islam,* Alfikra, Jurnal Ilmiah Keislaman, 5(1), Januari-Juni merujuk pada Henri Hazlitt, The Foundations of Morality (Princeton D Van Company, inc, 1964**.**

McQuail, Dennis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory.* London: Sage *Public*ation.

Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan, Alexander. 2008. *Manajemen Media Penyiaran.* Jakarta: Prenada Media.

Mukarom, Zaenal. 2020. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: UIN

Sunan Gunung Djati.

Muliati, Sri. 2019. *Social Cognitive Theory: A Bandura Thought Review published in 1982-2012*. Jurnal Psikodimensia 18(1): 85-86.

Mulyana, Rohmat. 2004. *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai.* Bandung: Alfabeta.

Natasha, Gessa. 2015. *Analisis Isi Rubrik "Indonesia Banget" pada Majalah Go Girl! Tahun 2013 tentang Tradisi di Indonesia*. Jurnal Komunikasi3(3): 617.

Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam PendidikanBahasa*. Surakarta: Cakra Books.

Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Peterson, Theodore., William L. Rivers, dan Jay W. Jensen. 2008. *Media Massa dan Masayarakat Modern:* Terjemahan oleh Haris Munandar dan Dudy Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Potter, D. 2006. *Buku Pegangan Jurnalisme Independen.* Jakarta: Institut Arus Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat.

Pujileksono, Sugeng. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. cet. Ke-2.* Malang: Kelompok Intrans Publishing.

Puntoadi, Danis, 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media.* Jakarta:PT Elex Komputindo.

Putra, R. Masri Saeb. 2006. *Teknik Menulis Berita dan Feature.* Bandung: PT Indeks Gramedia.

Rasyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran, cet. 14.* Jakarta: PT Grafindo Persada.

Rolnicki, Tom. E., C. Dow Tate, dan Sherri A. Taylor. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scolastic Journalism)* dialih bahasakan oleh Tri Wibowo. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Romli, Asep Syamsul. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO, dan Tips Media Sosial).* Bandung: Nuansa Cendekia.

Salim, Peter., dan Yenny Salim. 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kotemporer*.Jakarta: Modern EnglishPress.

Schunk, Dale. 2012. *Learning Theoris: An Education Perspektif Edisi ke-6*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Severin, Tankard. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa Edisi 5*. Jakarta: Kencana.

Sudarman, Paryati. *Menulis di Media Massa.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfa Beta Bandung.

Sumadiria, HA. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita Dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sumadiria, AS. Haris. 2006. *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis danJurnalis.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Sumadiria, Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional.* Bandung: Sembiosa Rekatama Media.

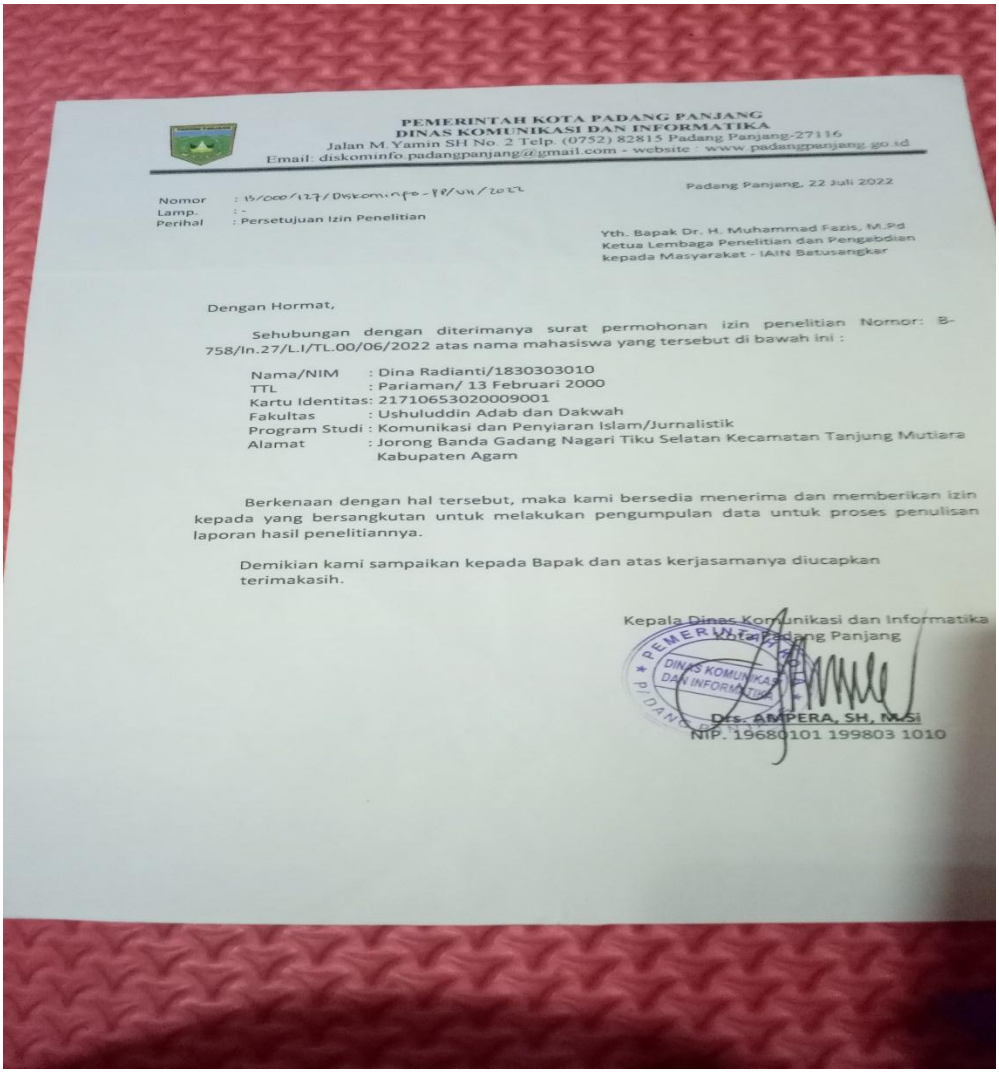
Sumadiria, Haris. 2014. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional.* Bandung: Rosdakarya.

Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori*

dan Praktik. Bogor: Ghalia Indonesia.

Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan.* Bogor: Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN



PEMERINTAH KOTA PADANG PANJANG
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
Jalan M.Yamin SH No. 2 Telp. (0752) 82815 Padang Panjang-27116
Email: diskominfo.padangpanjang@gmail.com - website : www.padangpanjang.go.id

Nomor : 15/000/127/Diskominfo-PP/VII/2022
Lamp. : -
Perihal : Persetujuan Izin Penelitian

Padang Panjang, 22 Juli 2022

Yth. Bapak Dr. H. Muhammad Fazis, M.Pd
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat - IAIN Batusangkar

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan diterimanya surat permohonan izin penelitian Nomor: B-758/In.27/L.I/TL.00/06/2022 atas nama mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

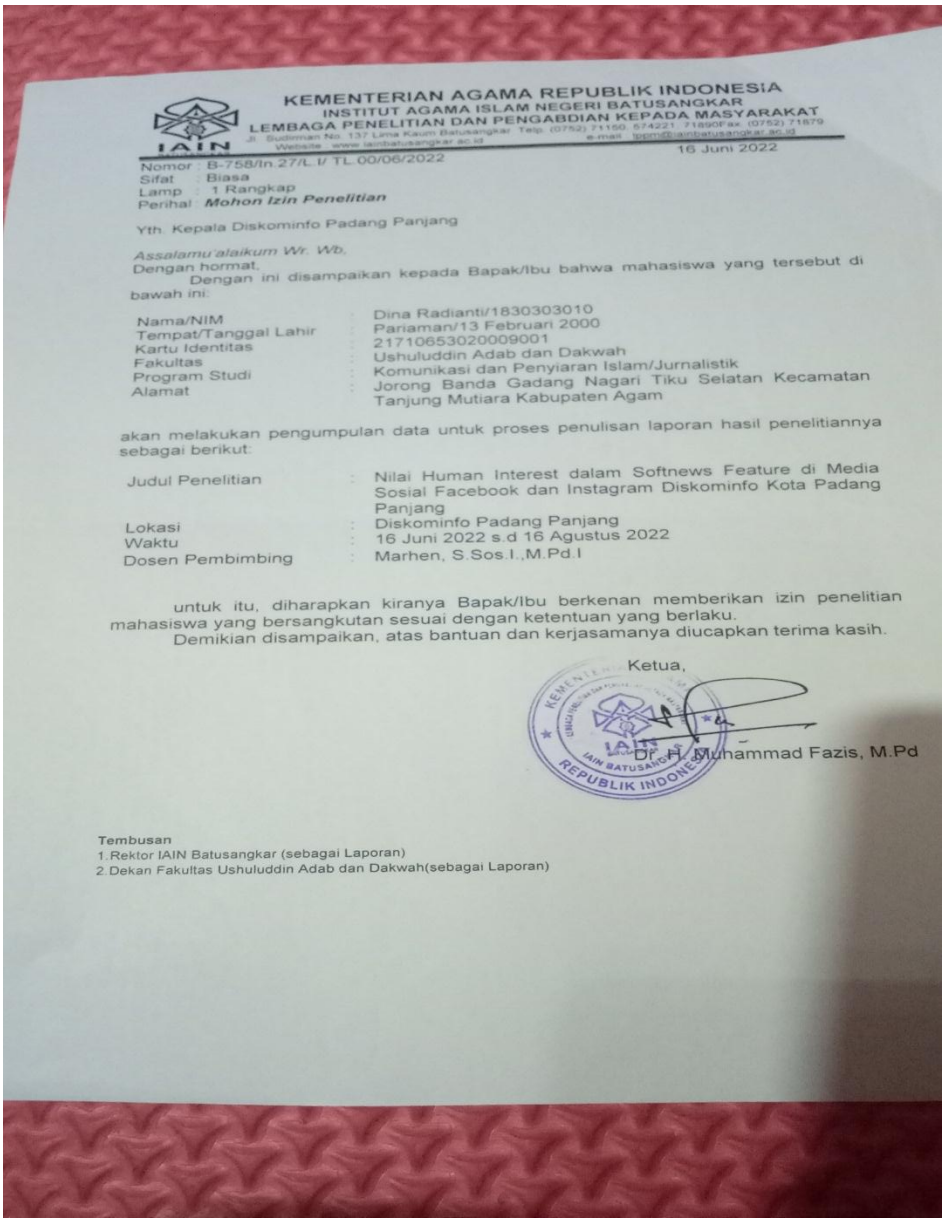
Nama/NIM : Dina Radianti/1830303010
TTL : Pariaman/ 13 Februari 2000
Kartu Identitas: 21710653020009001
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Jurnalistik
Alamat : Jorong Banda Gadang Nagari Tiku Selatan Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam

Berkenaan dengan hal tersebut, maka kami bersedia menerima dan memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya.

Demikian kami sampaikan kepada Bapak dan atas kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Padang Panjang

Drs. AMPERA, SH, M.Si
NIP. 19680101 199803 1010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : lppm@iainbatusangkar.ac.id

16 Juni 2022

Nomor : B-758/In.27/L.I/ TL.00/06/2022
Sifat : Biasa
Lamp : 1 Rangkap
Perihal : ***Mohon Izin Penelitian***

Yth. Kepala Diskominfo Padang Panjang

Assalamu'alaikum Wr. Wb,
Dengan hormat,
Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM	:	Dina Radianti/1830303010
Tempat/Tanggal Lahir	:	Pariaman/13 Februari 2000
Kartu Identitas	:	2171065302000900l
Fakultas	:	Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam/Jurnalistik
Alamat	:	Jorong Banda Gadang Nagari Tiku Selatan Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian	:	Nilai Human Interest dalam Softnews Feature di Media Sosial Facebook dan Instagram Diskominfo Kota Padang Panjang
Lokasi	:	Diskominfo Padang Panjang
Waktu	:	16 Juni 2022 s.d 16 Agustus 2022
Dosen Pembimbing	:	Marhen, S.Sos.I.,M.Pd.I

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua,

Dr. H. Muhammad Fazis, M.Pd

Tembusan
1. Rektor IAIN Batusangkar (sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah(sebagai Laporan)

A. Pedoman Wawancara

Nama : DINA RADIANTI

NIM : 1830303010

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Jurnalistik

1. **Bagaimana ciri khas tulisan softnews feature yang mengandung nilai human interest di media sosial Diskominfo Kota Padang Panjang?**
   a. Bagaimana proses atau alur dalam pembuatan softnews feature sampai akhirnya layak dipublikasikan?
   b. Apakah softnews feature dibuat berdasarkan fakta dan data yang sebenarnya di lapangan?
   c. Apakah softnews feature dibuat dengan tujuan memberikan informasi dan motivasi bagi para pembaca?
   d. Apakah softnews feature memiliki struktur penulisan yang sudah lengkap?
   e. Pada saat proses pengeditan, bagian mana yang sering kali disunting atau diperbaiki?
   f. Apakah softnews feature sudah memiliki kandungan human interest?
   g. Bagaimana keunikan dan keunggulan dari softnews feature sehingga menjadi daya tarik pembaca?
2. **Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap tulisan softnews feature yang mengandung nilai human interest di media sosial Diskominfo Kota Padang Panjang?**
   a. Apakah softnews feature menimbulkan beragam opini dari pembaca?
   b. Apakah softnews feature mampu menarik minat pembaca?
   c. Bagaimana impact atau dampak yang ditimbulkan dari tulisan softnews feature?
   d. Bagaimana respon masyarakat atau pembaca terhadap

postingan softnews feature?

e. Bagaimana jumlah like setiap postingan softnews feature?
f. Apakah memiliki penaikan atau justru penurunan di setiap postingannya?
g. Apakah tanggapan masyarakat di media sosial *facebook* dan *instagram* sejalan?

B. Temuan Wawancara Informan I "B"

1. Ciri Khas *Softnews Feature*

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana proses atau alur dalam pembuatan *softnews feature* sampai akhirnya layak dipublikasikan?	Menghimpun kisah-kisah inspiratif dan memotivasi, serta peran masyarakat yang bisa menyemangati. Bahan-bahannya dikumpulkan di redaksi, dipilah mana yang paling menarik dan viral. Setelah itu, barulah ditugaskan para peliput untuk melakukan pendekatan dan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan. Peliput ditekankan untuk menuliskannya berdasarkan pengalaman yang sudah terjadi, bukan yang masih direncanakan. Tidak lupa dengan dokumentasi berupa gambar yang harus disesuaikan dengan script *feature*. Setelah selesai, bagian editor menyunting kata-kata yang *typo* dan dirasa kurang tepat sebelum akhirnya diposting di media sosial *facebook* dan *instagram.*
2.	Apakah *softnews feature* dibuat berdasarkan fakta dan data yang sebenarnya di lapangan?	Sampai saat ini, karena ada hal-hal yang harus dipertanggungjawabkan, maka *feature* yang telah dipublikasikan berdasarkan data faktual dan *real*. Belum ada yang dibuat seperti fiksi, tetap ditulis sesuai apa yang dibicarakan narasumber. Tidak menambah-nambah materi jika tidak diucapkan oleh yang bersangkutan. Karena nanti ini akan di *cross check* kebenarannya oleh para pembaca jika pembaca juga mengetahui kebenarannya.
3.	Apakah *softnews feature* dengan tujuan memberikan informasi dan motivasi kepada para pembaca?	Tentu. Karena kisah seseorang bisa dijadikan pelajaran, berkreasi, berinovasi, hingga akhirnya termotivasi bagi para pembaca dimana pun berada.

4.	Apakah *softnews feature* sudah memiliki struktur penulisan yang lengkap?	Sudah. Karena dalam menuliskan *feature* harus memperhatikan alurnya. Dimulai dari judul, *lead*, batang tubuh, sampai penutup. Agar informasi yang disampaikan tisak setengah-setengah sampai kepada si pembaca.
5.	Pada saat proses pengeditan, bagian mana yang seringdiedit?	Lead. Karena lead adalah pondasi awal orang menulis dan membaca. Apa yang menjadi stratingnya akan membuat pembaca penasaran dan memilih membacanya sampai akhir. Dan ini juga sering memberi masukkan kepada peliput untuk mulai menulis tidak terlalu mendayu-dayu, tetapi lebih ke kisah klimaks si narasumber.
6.	Apakah *softnews feature* yang dipublikasikan semuanya telah memiliki kandungan *human interest*?	Pasti. Karena untuk mendapatkan data pertama, kita lebih kepada pengalaman dan kisah si narasumber, apa yang sudah pernah dijalani, hambatan dan kendalanya.
7.	Bagaimana keunikan dan keunggulan *softnews feature* sehingga menarik minat para pembaca?	Objektif, faktual, dan orangnya bisa dicek. Bukan sesuatu yang bombastis dan mengada-ngada. Karena ini akan langsung dipublikasikan di media sosial, dan akan dibenarkan oleh *netizen* atau para pembaca.

2. Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature*

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah *softnews feature* menimbulkan berbagai macam opini dari pembaca	Tentu. Komentar dari para pembaca dapat kita lihat dari kolom komentar yang beragam. Dan pada hakikatnya, keberagaman itu berisikan respon yang positif dari pembaca, baik di media sosial *facebook* maupun *instagram*. *Feature* selalu mendapatkan respon yang baik di saat pemberitaan dan isu di tengah masyarakat sedang tidak baik, maka *feature* sebagai pendongkrak dan *covering* atas

		kondisi *public* yang sedang tidak bagus.
2.	Apakah *softnews feature* mampu menarik minat pembaca?	Sangat. Ini dibuktikan dari insight yang tinggi. Semua *feature* tidak pernah *insight* atau kunjungannya di bawah 1.000 (1k). hal ini jauh berbeda dengan postingan jenis lainnya.
3.	Bagaimana *impact* atau dampak yang ditimbulkan dari *softnews feature*?	Partisipasi *public* tentang postingan-postingan Diskominfo meningkat. Tidak hanya itu, pembaca juga aktif mengapresiasi setiap kali postingan yang mengangkat *feature*. Dampak paling besar adalah bahwa tulisan *feature* mampu memberikan informasi dan motivasi sekaligus.
4	Bagaimana respon para pembaca mengenai postingan *softnews feature*?	Semuanya hampir positif, ini bisa dilihat langsung dari kolom komentar. Bahkan nge-*dirrect message* juga memberikan apresiasi tentang apa yang diposting.
5.	Bagaimana jumlah *like* setiap postingan *softnews feature?*	Tinggi. Lebih tinggi daripada jenis postingan lain, seperti *hardnews*, acara *ceremony* pemerintahan, himbauan/pengumuman.
6.	Apakah memiliki penaikan atau justru penurunan setiap postingannya?	Memang tidak memiliki penaikan atau penurunan yang signifikan, tetapi dapat dipastikan *like* dari *feature* bisa mencapai ratusan per postingannya.
7	Apakah tanggapan masyarakat di media sosial *facebook* dan *instagram* sejalan?	Sejalan, *feature* selalu mendapatkan respon positif dari para pembacanya.

C. Temuan Wawancara Informan II "M"

1. Ciri Khas *Softnews Feature*

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana proses atau alur dalam pembuatan *softnews feature* sampai akhirnya layak dipublikasikan?	Kita melakukan rapat perencanaan terlebih dahulu, bisa langsung tatap muka dan bisa hanya melalui *WhatsApp Group.* Dikarenakan ada beberapa tema yang bisa kita arahkan apakah ke berita atau ke *feature*, tergantung materi yang diliput dan bagaimana mengemas alur ceritanya hingga layak dipublikasikan. Dan adakalanya ini terjadi sesuai inisiatif si peliput di lapangan, tergantung *angel* yang diambil peliput tadi.
2.	Apakah *softnews feature* dibuat berdasarkan fakta dan data yang sebenarnya di lapangan?	Tentu harus berdasarkan data, fakta, dan realita bukan mengarang indah. Apalagi rekayasa penulis. Karena kalau sesuai dengan pendapat penulis, itu jatuhnya bukan *feature* tetapi opini. Meski *feature* disajikan dengan bahsa yang lebih santai dan *nyastra*, tetap harus mengedepankan fakta layaknya berita.
3.	Apakah *softnews feature* dengan tujuan memberikan informasi dan motivasi kepada para pembaca?	Tergantung pada temanya. Selain untuk informasi, pada umumnya memang *feature* diangkat untuk memotivasi para pembaca. Misalnya kita lebih tertarik dengan *feature* orang yang sukses dibandingkan orang yang bangkrut, karena dengan membaca kisah inspiratif orang sukses, kita bisa mempelajari kiat-kiatnya.
4.	Apakah *softnews feature* sudah memiliki struktur penulisan yang lengkap?	Tergantung siapa yang menulis. Jika nanti tim editor merasa ada yang kurang, maka akan meminta penulis untuk merevisinya terlebih dahulu. Harus jelas awal sampai akhirnya, dan memiliki data yang lengkap untuk memuaskan keingintahuan para pembaca.

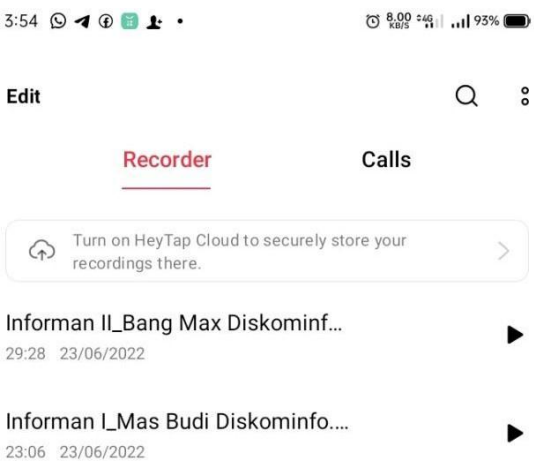
5.	Pada saat proses pengeditan, bagian mana yang sering diedit?	Pada saat proses penyuntingan, yang seringkali diedit adalah gaya bahasanya. Sebab sudah sangat jelas pola penulisan *feature* itu sangat berbeda dengan berita pada umumnya. Pemilihan kata, bahasa yang ringan, santai dan tidak baku, penyampaian yang mampu membuat para pembaca seakan-akan berada dalam tulisan tersebut
6.	Apakah *softnews feature* yang dipublikasikan semuanya telah memiliki kandungan *human interest*?	Tidak selalu. Tergantung apa tema yang diangkat dan apa yang diliput. Namun jika ada sisi humanis yang menarik, boleh diangkat menjadi *feature* human interest. Karena *feature* tidak melulu tentang *human interest*, masih bisa masuk ke *feature* jenis lainnya. *Human interest* tergantung siapa yang meliputnya, menuliskannya, dan ysng mengeditnya.
7	Bagaimana keunikan dan keunggulan *softnews feature* sehingga menarik minat para pembaca?	Punya keluasan dalam materi liputan dan publikasi yang tidak hanya berkaitan dengan pemerintahan. Tetapi juga mengangkat kisah-kisah dari orang-orang yang berasal dari daerah itu sendiri.

2. Tanggapan Masyarakat dari *Softnews Feature*

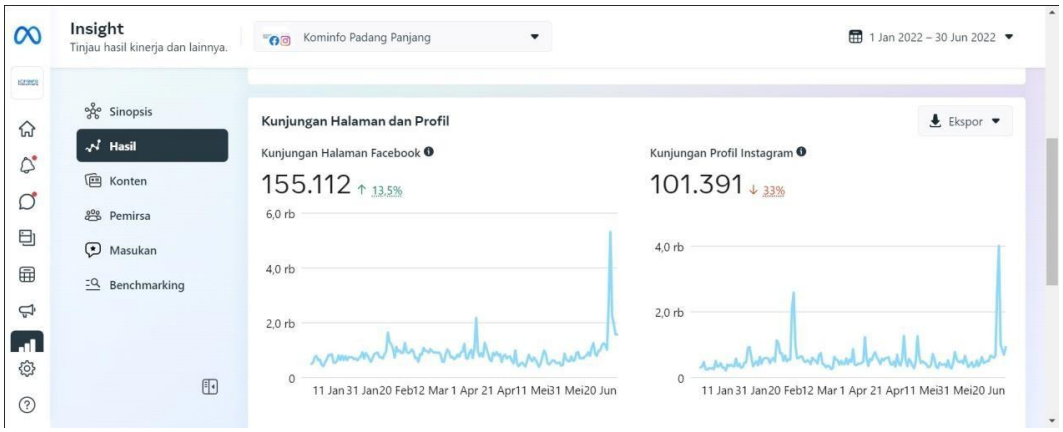
No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah *softnews feature* menimbulkan berbagai macam opini dari pembaca	Ini bisa dibuktikan di postingan media sosial, bahwa lebih banyak respon dari pembaca atas publikasi *feature* daripada berita. Meski tema yang diangkat sama namun dengan gaya bahasa dan penulisan yang berbeda, pembaca akan lebih tertarik kepada *feature*.

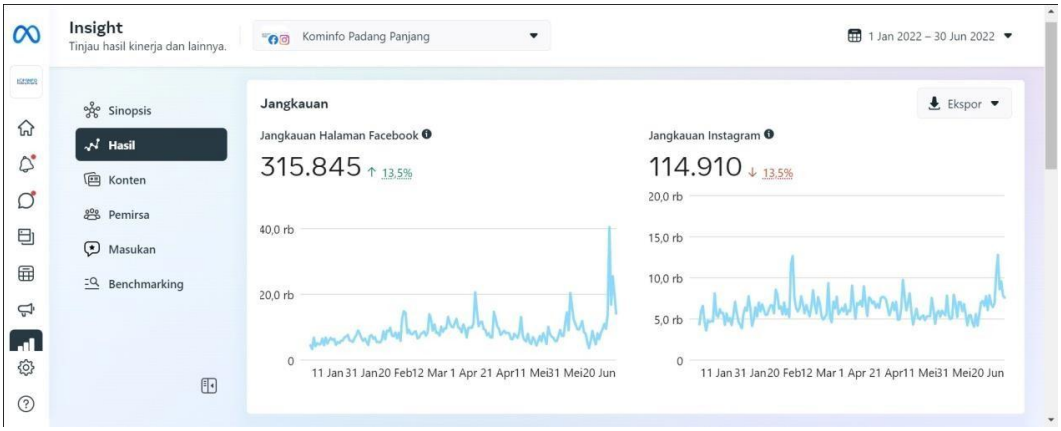
2.	Apakah *softnews feature* mampu menarik minat pembaca?	Ya tentu. Karena *feature* jika dilihat dari judul belum mampu menjawab rasa penasaran para pembaca. Tidak seperti berita yang bisa kita ketahui isinya dari judulnya saja. Maka ini akan lebih menarik minat pembaca dibanding postingan lainnya.
3.	Bagaimana *impact* atau dampak yang ditimbulkan dari *softnews feature*?	Ada antusias masyarakat (pembaca) berupa *like*, komentar, hingga penambahan *followers* baik di media sosial *facebook* maupun *instagram.* Selain itu, banyak juga tulisan yang dipublikasikan di media sosial Diskominfo di-*repost* oleh media lainnya, baik media cetak maupun media *online.*
4.	Bagaimana respon para pembaca mengenai postingan *softnews feature*?	Ketika seseorang diekspos di media sosial *facebook* dan *instagram*, maka jika ada pembaca yang mengenal "seseorang" tersebut turut memberikan komentarnya, bisa berupa apresiasi dan dukungan ataupun ikut men-*tag* teman-temannya yang lain sehingga banyak para pembacanya.
5.	Bagaimana jumlah *like* setiap postingan *softnews feature?*	Tergantung apa yang dipublikasikan. Rata-rata di atas ratusan bahkan ribuan.
6	Apakah memiliki penaikan atau justru penurunan setiap postingannya?	Tergantung minat para pembaca. Namun jika membahas penaikan atau justru penurunan, ini disesuaikan dengan objek *feature*. Lebih banyak yang mengetahui latar belakang yang ditulis maka lebih banyak *like* yang didapatkan, dan sebaliknya.
7.	Apakah tanggapan masyarakat di media sosial *facebook* dan *instagram* sejalan?	Tidak selalu. Karena jika kita lihat pengguna *facebook* lebih dominan orang tua (35 tahun ke atas) dibandingkan *instagram* yang lebih dominan kepada kaum milenial kekinian (35 tahun ke bawah). Sesuatu postingan bisa dikatakan viral apabila *like* dan komentar sama-sama banyak, baik di media sosial *facebook* maupun *instagram.*

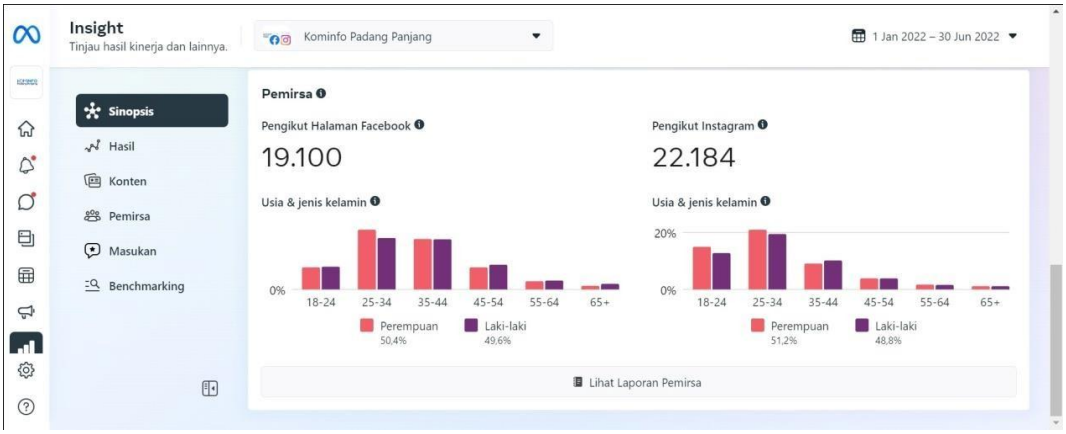
D. Dokumentasi *Voice Recorder* dengan Informan

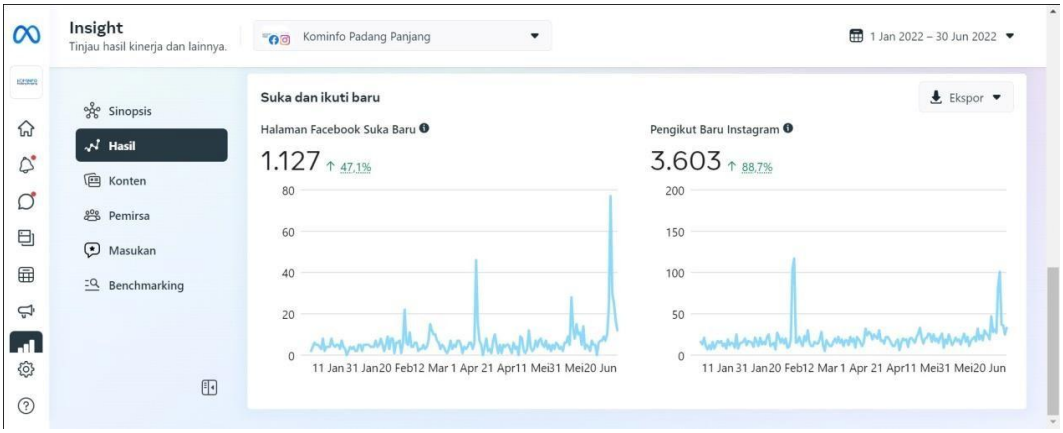


E. *Insight* Publikasi Diskominfo Kota Padang Panjang




Insight
Tinjau hasil kinerja dan lainnya.
Kominfo Padang Panjang
1 Jan 2022 – 30 Jun 2022
Sinopsis
Hasil
Konten
Pemirsa
Masukan
Benchmarking
Jangkauan
Ekspor
Jangkauan Halaman Facebook
315.845 ↑ 13,5%
Jangkauan Instagram
114.910 ↓ 13,5%
40,0 rb
20,0 rb
0
20,0 rb
15,0 rb
10,0 rb
5,0 rb
0
11 Jan 31 Jan 20 Feb 12 Mar 1 Apr 21 Apr 11 Mei 31 Mei 20 Jun


Insight
Tinjau hasil kinerja dan lainnya.
Kominfo Padang Panjang
1 Jan 2022 – 30 Jun 2022
Sinopsis
Hasil
Konten
Pemirsa
Masukan
Benchmarking
Pemirsa
Pengikut Halaman Facebook
19.100
Pengikut Instagram
22.184
Usia & jenis kelamin
0%
18-24
25-34
35-44
45-54
55-64
65+
Perempuan 50,4%
Laki-laki 49,6%
Usia & jenis kelamin
20%
0%
Perempuan 51,2%
Laki-laki 48,8%
Lihat Laporan Pemirsa


Insight
Tinjau hasil kinerja dan lainnya.
Kominfo Padang Panjang
1 Jan 2022 – 30 Jun 2022
Sinopsis
Hasil
Konten
Pemirsa
Masukan
Benchmarking
Suka dan ikuti baru
Ekspor
Halaman Facebook Suka Baru
1.127 ↑ 47,1%
Pengikut Baru Instagram
3.603 ↑ 88,7%
80
60
40
20
0
200
150
100
50
0
11 Jan 31 Jan 20 Feb 12 Mar 1 Apr 21 Apr 11 Mei 31 Mei 20 Jun

F. Dokumentasi Wawancara Peneliti dengan Informan

1. Informan I “B”




2. Informan II “M”