

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Mendalam Teknik Mengemas Informasi Kesehatan dalam Media Massa

PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM

Tujuan Wawancara :

Kami ingin mengetahui bagaimana langkah-langkah mengemas informasi kesehatan, mulai dari tahap paling awal, hingga tahap paling akhir menjadi produk media massa. Kami juga ingin mengetahui hal-hal yang penting dalam pengemasan informasi kesehatan dalam media massa. Kami berharap Bapak/Ibu dapat meluangkan waktunya kurang lebih 45 menit untuk mendiskusikan masalah ini. Atas waktu yang Bapak/Ibu luangkan kami ucapkan terima kasih.

Wawancara dimulai :

1. Bisakah ceritakan sedikit latar belakang pekerjaan Bapak/Ibu?
2. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap informasi kesehatan dalam media massa?

Langkah-langkah mengemas informasi kesehatan dalam media massa :

3. Apa saja langkah-langkah mengemas informasi kesehatan dalam media massa?
 - bagaimana menentukan tema informasi
 - siapa sumber informasinya
 - teknik penulisan informasi yang baik
 - pengaturan tata letak yang baik

Hal-hal yang penting dalam pengemasan informasi kesehatan dalam media massa :

4. Apa saja hal-hal yang penting dalam mengemas sebuah informasi kesehatan dalam media massa agar pesan dapat disampaikan dengan lebih baik ?
 - dari topiknya
 - dari gaya bahasanya
 - dari pengaturan tata letaknya
 - dari jenis pengemasannya
 - dari panjang tulisannya

Penutup :

5. Terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu. Bila ada informasi yang kurang kami harap kami boleh menghubungi Bapak/Ibu kembali.

Lampiran 2. Transkrip Lapangan

TRANSKRIP LAPANGAN

(informan 1)

- A : mungkin boleh saya masuk ke apa yang saya ingin ketahui
- L : mangga
- A : pertama-tama, rubrik kesehatan di pe er itu ada ya? Harian atau mingguan atau gimana?
- L : oke, kalo desk kesehatan khusus itu ngga ada.
- A : ooo
- L : di PR itu kan ada desk Bandung raya yang harian sifatnya. Jadi berita-berita kesehatan yang misalnya kejadian, atau ya yang menyangkut itu masuknya ke desk Bandung raya.
- A : sifatnya tentang peristiwa aja ya. Kalo misalnya saat ini rame tentang flu burung, pernah gak PR ngeluarin artikel yang khusus menjelaskan tentang flu burung.
- L : ada.
- A : jadi nggak melulu berita aja ya.
- L : Arif sebelumnya tahu yang namanya berita, feature?
- A : dikit-dikit
- L : untuk kejadian2, flu burung atau apa, kejadian, itu biasanya masuknya ke news.
- A : berita
- L : berita. Itu karena kita memburu aktualitas. Kita ngejar straight news. Misalnya di halaman Bandung raya. Yang memang butuh kecepatan untuk disampaikan, tapi pendalaman mengenai flu burungnya. Mengenai virusnya atau muntaber apa kita tuangkan di tulisan di feature. Itu biasanya ditampung di rubrik khusus, laporan khusus, biasanya satu halaman penuh.
- A : tapi yang nulis juga dari bagian kesehatan juga..??
- L : iya. Ya karena misalnya dia melakukan peliputan, saking banyaknya informasi, ga muat nih kalo di Bandung raya aja. Di desk harian yang kita harus bersaing dengan berita-berita lain di pos-pos lain. Jadi biasanya berita kesehatan memang kecil-kecil. Kita memang lebih banyak di pendalamannya, itu diakomodirnya di rubrik laporan khusus, kalo enggak di rubrik geulis.
- A : geulis
- L : memang lebih bicara soal perempuan, anak-anak kesehatan anak-anak, keluarga. Itu biasanya lebih dituangkan di sana untuk kesehatan. Tapi rubrik khusus desk kesehatan, itu ga punya.
- A : itu meskipun masuk laporan khusus tapi ga harus ada tiap hari ya.
- L : ga harus, laporan khusus itu seminggu 3 kali.
- A : itu maksudnya seminggu 3 kali pasti ada kesehatannya?
- L : enggak juga, Tergantung seberapa aktualnya. Saya pernah beberapa kali buat laporan khusus itu justru bukan tentang kesehatan tapi tentang gedung-gedung di kota Bandung yang ga kepake. Tentang masjid raya yang beres-beres. yang masyarakat ada curiosity masyarakat. Ga harus tentang kesehatan. Kalo misal tentang formalin dulu. Berapa kali laporan khusus soal formalin. Karena memang masyarakat lagi eger pengen tahu soal itu gitu..
- A : itu berupa feature

- L : selalu feature. Kalo news itu cuma di Bandung raya aja. Dan ada halaman 1 ya. Itu beda lagi. Itu berita2 kesehatan masuk di situ jika melihat sisi nilai beritanya yang penting. Misalnya tentang kasus flu burung di Cikelet. Waktu itu sampai berapa orang yang suspek langsung kan. Nah itu kita tempatkan di halaman 1. kan ini urgent, jadi kita masukkan ke halaman 1. Ga meseti harus di rubrik iniii aja harus muncul. Kita punya beberapa rubrik untuk mengakomodir.
- A : ngomong2 kalo masuk di laporan khusus itu, ada ga keinginan redaksi untuk menjelaskan tentang pengetahuan tentang kesehatan? Atau sekadar cuma nemenin berita
- L : maksudnya
- A : memperlengkapi
- L : tujuannya ada informasi yang harus disampaikan ke masyarakat. Misalnya untuk di beritanya soal flu burung, pasien flu burung pulang. Atau gejala flu meningkat. Pasien RSHS yang flu untuk bulan ini ada berapa ribu misalnya. Meningkat dari berapa ribu dibanding sebelumnya. Itu kan berita. Nah itu diperdalam di laporan khusus. Kita ajak dokter-dokter di RSHS terutama yang berkaitan dengan itu, THT segala macam. Itu lebih komprehensif kan. Ada pengaruh cuaca, ada pengaruh mutasi virus-virus influenza, itu kan lebih banyak. Akhirnya masyarakat, oo ini kali makanya banyak orang kena flu burung. Sifatnya melengkapi berita, tapi bukan sekadar menemani, tapi explanasi, penjelas. Informasi yang harus menyeluruh. Kalo di berita yang cepet-cepet aja, kejadian apa yang ada.
- A : kira-kira pembaca yang membaca berita kesehatan dari koran seperti PR bermanfaat ga bagi pembaca. Maksudnya pernah survei atau gimana?
- L : survei ada bagiannya sendiri, di asia afrika. Dulu saya pernah dipresentasikan berita apa yang paling diminati pembaca. Pertama memang suplemen teropong, soal politik. Kesehatan saya ga tahu. Tanya aja kalo misalnya pengen tahu.
- A : oke, dari pak weimansyah ya?
- L : pak meiwansyah. Udah pernah ketemu?
- A : kemarin sempet diundang ke forum pembaca PR sih. Kan saya pengen meneliti tentang TBC. Di penelitian kualitatif saya bagaimana sih teknik-teknik mengemas pesan kesehatan di media massa. Mungkin lebih banyak dari segi jurnalistiknya sih. Mungkin nanti saya confer dengan teori-teori promosi kesehatan, lalu saya cross check dengan mahasiswa sih kayaknya. Kalo boleh tahu tentang TBC sendiri pernah ada ga sih di PR?
- L : pernah ada, tapi bukan saya.
- A : pernah ada ya.
- L : beberapa kali sih. Kalo ga salah kan sekarang lagi bikin lomba buat hari TBC. Hari TBC kapan sih?
- A : saya ga tahu (lupa)
- L : kayaknya bulan2 ini deh.. saya ditugasin. Bukan ditugasin sih, diminta oleh redaktur saya ada lomba penulisan TBC untuk wartawan, kamu ikut saja. Minggu ini jadwal aku kan ngerjain perinagtan ulang tahun pemkot. Seminggu ini sampai hari kamis besok saya lagi konsentrasi mengerjakan itu. Minggu depan mungkin saya akan fokus ke TBC dan melahirkan tanpa nyeri. Saya mau cari tentang itu. Salah satunya tentang TBC. Saya lupa, Arif pernah bilang ga kalo penelitiannya tentang TBC?
- A : kali ini? Ya emang
- L : ke aku pernah bilang?
- A : oh kalo di telpon belum
- L : belum. Makanya aku kaget juga.

- A : temen wartawan senior itu yang pernah nulis tentang TBC itu masih ada? Siapa namanya?
- L : ada, Wilda.
- A : Ibu juga? Mbak juga?
- L : iya. Ntar aku tanyain yah, kalo sebelum wilda itu kesehatan ibu Ani. TBC itu beberapa kali sih waktu itu bentuknya straight news, tulisan. Kebetulan saya kan baru 2 minggu di kesehatan. Itu pun belum stabil karena masih harus bantu desk lain, politik.
- A : belum full ya.
- L : minggu depan itu saya diminta menulis tentang TBC, karena mau ikut lomba juga.
- A : sembari menyelam minum air.
- L : lomba untuk wartawan soalnya. Aku juga harus cari tahu soal TBC dari dokter-dokter itu lah.
- A : kalo tentang prosesnya, bagaimana sih membuat tulisan. Kita kayaknya lebih banyak ngomong tentang feature aja ya, ketimbang berita.
- L : iya sih, kalo informasi kesehatan lebih enak dikemasnya dalam bentuk feature ya.
- A : itu proses nya pake cara apa? Studikah, wawancarakah?
- L : untuk tulisan yah. Untuk sumber informasi, kita bisa peroleh dari 3 ya. Pertama sumber kuantitatif, data-data kuantitatif. Dari rumah sakitnya sendiri bisa kita cari. Biasanya di bagian rekam ya.
- A : med rec ya?
- L : he eh, misalnya di RSHS yang tercatat penderita TBC itu berapa? Dari kurun waktu periode tertentu, apakah ada peningkatan dari periode sebelumnya. Kedua data di lapangan. Kejadaannya seperti apa, kita ketemu pasien TB nya, pertanyaan standar 5w1h. untuk bumbu-bumbunya kita bikin cerita tentang dia. Misalnya dia cuma kerja tukang tempe, atau apa, yang menggugah pembaca. Orang baca cuma diceritain penyakitnya doang. Kan kering yah, tapi beda dengan kisah ya ada ceritanya. Sastranya juga kita masukin. Supaya orang betah baca lah
- A : okey
- L : itu kan tadi praktek ke lapangan. Kalo perlu kita ke rumahnya. Kita lihat rumahnya seperti apa, o ternyata ventilasinya ga ada..
- A : sempit, banyak orang di dalam ruangan..??
- L : he eh. Jadi itu kan kita masukin sebagai sumber informasi, pengamatan observasi. Ketiga wawancara tidak hanya dengan pasien, tapi yang paling penting secara medis, bagaimana pencegahannya, pengobatannya, terapi apa yang harus dijalani. Dengan itu diharapkan informasinya menyeluruh, kehidupan pasien. Kebiasaan nya seperti ini, bisa bikin seperti itu. Dan itu ternyata banyak di Bandung, dikatakannya di RSHS bisa sampai ribuan. Atau oh ternyata terapinya panjang banget ya untuk TBC ini. Karena ada dokter yang ngomong. Sehingga diharapkan masyarakat bisa mencegahnya. Dengan seperti itu, untuk cara yah. Dan memang itu tidak bisa dilakukan dalam satu hari. Tidak seperti straight news, yang kadang wartawan ditarget sehari 2 berita masuk. Kalo tulisan itu ga. Karena di situ ada proses partisipasi kita. Kita juga kalo wawancara pasien, sebisa mungkin kita ga pake catetan, atau recorder. Kalo mp3 kan bisa ditaruh di saku, kalo recorder yang masih gede itu kan diginiin ntar pasien ga mau lah.
- A : ga nyaman ya?
- L : iya, ga nyaman, kagok lah. Jadi biasanya saya kayak waktu ngeliput anak yang dioperasi matanya ya, diambil matanya. Itu sebisa mungkin sambil kita pijitin, kita ajak ngobrol, kita beliin permen, sukanya musik dangdut, diputerin musik dangdut. Ditanya terus gimana rasanya sakit ga? Dia ga akan merasa diwawancara. Itulah

uniknya di kesehatan seperti itu. Beda ketika kita mewawancarai pejabat langsung disongsong saja. Karena kita harus ada empati, karena mereka kan sedang menderita, gimana supaya dia itu ga malu dengan penyakitnya. Tapi kita butuh informasinya supaya masyarakat lain bisa tahu dan bisa menghindari itu. Sementara, kalo kita memosisikan diri sebagai interviewer, yah kalo diinterogasi, boro-boro informasi keluar.

A : males mungkin ya...

L : tapi memang resikonya ya akhirnya pasiennya curhat kemana-mana. Curhat soal suaminya lah, soal rumahnya lah... ya kita dengerin aja. Atau kita arahkan pertanyaan yang lebih menjurus. Seperti kita meliput bencana. Enaknya wartawan cetak dibanding tivi kan kalo tivi harus bawa kamera, jadinya ga nyaman kan yang diwawancara. Kalo kita enak, kayak ngobrol aja. Ujung-ujungnya ditanya, emang dari mana mbak. Kita bilang, sebenarnya kita ini wartawan, bu. Ga papa ya bu.. iya ga papa. Kita ambil fotonya ya bu. Boleh. Kan enak gitu. Ya ada kelebihanannya. Sama sih dengan yang di kesehatan, kita harus bisa berempati gitu.

A : kalo boleh saya simpulkan, selain wawancara, dari orang di lapangan, dari data-data kualitatif.. itu berarti bisa dibilang observasi?

L : saya ga tahu ya. Dulu skripsi saya juga kualitatif sih. Dulu itu bukunya Moleong itu, soal metode penelitian kualitatif, itu apa bedanya dengan wartawan. Sumber datanya, yang dicari sama. Cuma bedanya metodologinya aja sama. Kalau di penelitian kita harus lebih jelasin per istilah-istilahnya. Kalo wartawan, mau diturunin ya turunin aja, karena diburu waktu kan. Dulu kan sempet dipertanyakan kan kualitatif. Tapi itu sekarang pendekatan kualitatif lebih populer, lebih rame. Dan saya baru tahu, di kedokteran juga dipakai ya?

A : pembimbing saya lagi S3. Beliau juga pake kualitatif juga.

L : lebih ngetren ya pendekatan kualitatif. Ikut langsung kan sama si..subjek penelitian. Katanya kalau kualitatif, subjek penelitian ga sadar kalo dia itu jadi subjek penelitian. Penelitian tidak berjarak, namanya. Dikatakan berhasil kualitatif itu kalo sudah tidak berjarak.

A : kalo sekarang masih belum ya..hehe.. tadi ada 3 ya yang bisa diambil. Data kuantitatif, kedua orang di lapangan, pake wawancara.

L : terus pake observasi. Lihat keadaan, viewnya gimana

A : itu yang dari narasumber, itu ga hanya orang ya. Bisa juga dari tulisan-tulisan karya ilmiah, artikel-artikel.

L : bisa,itu bisa. Tapi kita utamakan wawancara sama orang, karena bukannya kita meragukan keabsahan karya-karya itu. Misalnya ada artikel di internet mengatakan bla bla bla. Kita konfirmasi dengan dokter yang ada di Bandung ini yang kompeten dengan itu. Mengapa begitu, karena karya jurnalistik itu agak berbeda dengan karya ilmiah ya. Kalau di jurnalistik itu, terkandung sisi aktualitasnya. Kalo karya ilmiah mungkin kita bisa pake referensi buku mana, tahun 90. Kayak kemaren saya bikin definisi slum area, itu ngambil dari bukunya karangan siapa tahun 90 berapa. Itu kalo karya ilmiah kan sah-sah aja. Tinggal dikasih 1990, halaman berapa. Kalo karya jurnalistik enggak seperti itu. Sebisa mungkin aktual. Siapa yang bicara, kapan bicara. Ya udah saya lebih baik wawancara, apa sih definisi slum area. Ini ini ini, okey kita catet, ujar dr.Seli ketika ditemui di mana hari Selasa tanggal 19 november. Jadi sisi aktualnya itu harus ditonjolkan.

A : kalo seperti itu boleh ga saya bilang baca buku yang tahun 90 itu ga ada gunanya dong.

L : ada gunanya.

A : kalo yang dikutip itu perkataan orang..

- L : untuk konfirmasi kan yang tadi saya bilang. Kita bisa baca sebelumnya, mungkin kita tahu sebelumnya. Biasanya kita pura-pura ga tahu. Dan harus seperti itu. Harus bodoh, jangan sok pintar. Karena untuk bisa menggali pikiran orang yang diwawancarai. Saya sudah tahu definisi slum area menurut narudin ahmad. Tapi harus saya konfirmasi. Itu bisa memperkaya pertanyaan kita. Jadi dikatakan tidak berguna enggak juga. Kalo dari pengalaman saya malah berguna banget. Karena bisa memperkaya pertanyaan. Bu, kalo menurut bukunya rahmat itu begini bu ya. Kalo kaitannya dengan konteks sekarang gimana. Sehingga narasumber mikir wah ini wartawan tahu juga. Kecuali bidang medis ini agak sulit ya ngikutinnya. Hehe, saya masih belajar. Saya biasanya kalo bikin berita coba browsing2 PDPersi. Pdpersi dot co dot ai di.
- A : apa itu?
- L : itu lho yang soal penyakit menular, iptek dot com, situs-situs kesehatan. Saya baru tahu ternyata sekarang yang lagi rame itu gini gini gini. Bedanya kanker rahim, mulut rahim teh apa. Ntar kalo saya nanya sama dokter misalnya atau sama ahlinya, kalo yang dibahas kanker rahim terus saya nanyanya kanker mulut rahim, kan ga nyambung. Ternyata itu beda. Itu dikatakan tidak berguna saya rasa salah, berguna banget. Soalnya kita confirm di lapangan kan lebih enak. Kecuali tulisan opini kan beda dengan karya jurnalistik. Kalo tulisan opini kan masih mentolerir, kita ngambil dari mana, dari buku mana.
- A : lebih bebas.
- L : lebih bebas. Penulis opini ga harus wartawan. Kamu juga bisa menulis opini, pendapat kamu seperti apa. Kalo berdasarkan yang saya baca di buku anu itu ga kayak ini deh. Atau apa lah gagasan-gagasan kamu dituangkan di dalam tulisan bisa juga.
- A : bisa juga. Kalo masalah proses sendiri, bisa ga diceritain untuk membuat sebuah feature di media massa tentang kesehatan, dari titik awal nol sampai akhirnya itu prosesnya apa aja.
- L : untuk ke bentuk cetak ya
- A : iya
- L : pertama...
- A : pertama itu...arahnya itu..
- L : info dulu. Info itu bisa jadi datangnya dari orang lain, atau dari keadaan, misalnya kita nonton tivi wah ini lagi rame masalah lumpuh layu di NTB. Ada ga ya di Bandung. Nah itu bisa jadi ide kan. Atau bisa jadi dari pengamatan sendiri. Musim kemarau, angin gede, orangnya banyak flu, banyak apa, gitu. Ide bisa muncul dari mana aja. Setelah itu baru kita jalankan bagaimana kita mencari mendapatkan informasi tadi. Dari kuantitatifnya, coba ah ke RSHS, atau ke RS lain, ke dinkes. Apa sih bu, penyakit yang pandemik di sini apa sih, di Bandung sini. Oh, ini nih kalo data tahun 2000 kemarin gini, gini. Kumpulin data-data sebanyak-banyaknya, kalo sudah cukup menjawab hipotesa kita, karena kita juga kan bikin kerangka ya.
- A : bikin kerangka ya
- L : karena kalo kita lepas begitu saja, kadang-kadang nanti informasi yang ada banyak banget, ini mau diapain nih, informasi banyak banget kayak sampah aja ini, tapi ga tau ngolahnya gimana. Jadi, kenapa misalkan dalam pencarian informasi itu saya harus ke dinkes, harus ke sini, tau tempat-tempatnya, artinya kita kan sudah bisa bikin alur. Tanpa sadar kita bikin alur secara tertulis. Itu insting, dengan sendirinya, ah kayaknya datanya kurang. Tanya IDI ah, tanya apa ah, gitu. Dengan sendirinya itu terbangun. Setelah itu, nyampekan ke kantor. Biasanya pengumpulan kayak

gitu data itu sehari, dua hari. Nyampe di kantor, baru kita bikin kerangkanya, bikin alurnya. Arif pernah denger lead ga, dalam sebuah tulisan?

A : pernah, cuman ndak ngerti..

L : hehehe

A : yang separagraf, terus hurufnya beda?

L : aha, iya. Lead itu kalimat pertama dalam sebuah tulisan. Kalimat pertama dalam sebuah tulisan itu bisa dikatakan kunci dari sebuah tulisan, yang harus eye-catching buat orang. Eye-catching dalam artian bukan warnanya yang mencolok, tapi kalimatnya yang bikin orang pengen baca, gitu.

A : beda dengan pelatuk / peg?

L : peg?

A : saya pernah denger istilah pelatuk atau peg. Pe e ge...?

L : saya ga tau. Yang saya tahu stakato, gitu-gitu. itu mungkin istilah lain ya, biasanya kita makenya lead aja. Itu kalimat yang harus bikin orang pengen baca. Menarik lah sebisa mungkin. Nah, kadang-kadang kesulitan wartawan itu menentukan lead. Kalo sudah menentukan lead itu mengalir aja ke bawahnya. Karena lead itu kan, apa yah yang bikin orang penasaran. Misalnya saya baru bikin tentang Bandung. Apa, kemarin itu bingung banget. Bandung gering gun tangtung.. ah itu aja. Dipenuhi aneka beton bla bla bla. Udah setelahnya ke bawahnya gampang aja. Nah begitu pun nulis soal kesehatan. Nulis soal lupus misalnya. Apakah anda pernah merasa demam, tanpa sebab, ini ini ini, hati-hati dengan lupus. Orang baca, wah gila! Apa ini lupus? Nah itu, seperti itu gitu. Itu sesudah kita tentukan alurnya, kerangkanya udah. Kita bikin daging-dagingnya ya, supaya tulisannya ada bentuk.

A : saya kurang paham, mbak. Kerangkanya itu kerangka apa ya?

L : kerangka tulisannya.

A : oo iya iya, kerangka tulisannya ya.

L : pertama yang kita bilang apa, yang mau kita sampaikan itu dari mana. kita tentu jelaskannya kan soal, ng... Apa kira-kira yang dirasakan jika anda mengidap penyakit ini? Atau kayak waktu dampak formalin. Apa yang anda bayangkan jika anda pada usia segini gini gini gini, sadarkah anda bila formalin berkontribusi gitu, dalam itu. Dan tahukan anda formalin itu ada di mana? Di bakso yang setiap hari kita makan. Itu kan bikin orang, aduh ini apa ini? Sehingga orang, ini harus baca semua nih, kalo enggak, ntar gua kayak gini nih umur 40, misalnya.

A : gitu ya...

L : ya, itu yang bikin orang menarik untuk baca terus ya. Ya udah, kalo udah bikin kerangkanya, kita bikin leadnya, tinggal kita jelasin penyakitnya dulu, atau kasusnya. Itu macem-macem ya pendekatannya lead itu. Ada beberapa puluh macam gitu, ya.

A : waduh...

L : he eh ada berapa puluh macam gitu ya, tergantung selera si wartawan sendiri. Kalo beberapa saya pernah bikin lead kasus. Tiba-tiba...dulu saya pernah bikin gizi buruk gitu ya, bayi gizi buruk gitu. Tiba-tiba, si anu, si ade ga bisa jalan pada usia 4 tahun, berat badannya cuma 5 kilo. Gini gini gini terus..itu kan berangkat dari kasus. Nah, menurut dokter apa apa apa. Dokternya ngomong, di Bandung tercatat udah berapa ribu bayi seperti adek. Baru kita masukin data kuantitatif yang kita cari tahu tadi. Ada berapa sebetulnya sih yang tercatat..

A : intinya apa yang sudah kita dapatkan proses mendapatkan informasi tadi menjadi daging-daging tadi ya?

- L : iya, he eh kita susun supaya enak orang ngebacanya kan. Nggak gitu aja kita tempel-tempelin datanya kan. Dan kalo bisa ada kaitan antar paragrafnya ya. Itu memang idealnya seperti itu ya.
- A : koherensi..
- L : he eh, gitu. Paragraf pertama ngomong apa, paragraf kedua itu nyambung dari paragraf pertama. Sampai akhirnya diedit. Ng..itu biasanya tugas redaktur. Di atas wartawan ada redaktur. Ng, kenapa diedit, itu bukan berarti ingin memotong-motong informasi ya. Tapi kita harus sesuaikan dengan space, dengan luas halaman yang ingin kita isi. Belum lagi ada iklan.
- A : ng...
- L : wah udah deh. Pasti berantem dengan orang iklan. Karena orang iklan, ini harus masuk. Sementara, gila! Tulisan harus dipotong? Ntar informasi ga nyampek dong. Ya udah dipotong aja. Dipotong artinya, kamu bayangkan kayak temen saya ini sudah bikin tulisan dua, yang dimuat cuma satu, karena ada iklan. Jadi kita dituntut untuk memasukkan ide-ide tulisan yang dipotong itu ke dalam tulisan lain. Ngerti ga?
- A : ha? Masak sih?
- L : jadi disisipkan. Dipersingkat kalimatnya. Kalo bisa satu paragraf jadi satu kalimat. Kalo mau tetep pengen menyampaikan informasinya.
- A : maksudnya numpang berita lain gitu?
- L : enggak enggak bukan. Misalnya kamu bikin ng...6000 karakter ya. Ini kepotong 1000 karakter gitu karena ada iklan nomplok di situ. Nah yang 1000 karakter ini coba kamu pecah ke dalam..sebar ke dalam kalimat yang 5000 karakter lainnya itu dan diperpadat. Sehingga dalam latihan jurnalistik ada latihan memadatkan kalimat.
- A : oh ada ya? Baru denger saya..
- L : ada, hehehe. Iya. Jadi tadi misalkan 2 kalimat, coba kamu bikin..dulu pernah dalam latihan itu dalam satu kalimat itu ada 50 kata. Ternyata itu cuma bisa jadi 7 kata, atau 10 kata.
- A : ng...
- L : eh, kenalin nih (memperkenalkan temannya), ini wartawan juga. Dari maranatha, kedokteran.. [berbicara dengan temannya]
- L : iya gitu. Dan ada patokannya, dalam satu kalimat. Nanti Arif juga bisa menganalisis ya, berita-berita atau tulisan. Dalam satu kalimat itu, maksimum itu 23 kata. Semakin sedikit semakin bagus.
- A : semakin sedikit semakin mudah dimengerti.
- L : yang ideal itu 15 kata. Satu kalimat itu yang paling bagus 5-7 kata. Jadi jangan bikin kata yang bercabang-cabang. Misalnya ujar pria yang berkumis dan bertopeng tebal apa apa.. udah ujar pria ini, udah cukup kan. Hehehe
- A : hehehe
- L : kadang-kadang kalo pengen biar jelas biar lengkap, itu bisa yang berkumis atau yang bertopi hitam bisa dimasukin. Tapi dalam kalimat yang lain, jangan ditumpukin di satu kalimat itu.
- A : itu teknik menulis secara umum, atau cuma teman-teman di bidang jurnalistik aja yang pake seperti itu?
- L : saya pikir itu secara umum. Tapi yang lebih banyak digunakan itu di karya jurnalistik.
- A : kadang-kadang saya baca novel itu..
- L : dipanjang-panjangkan ya..
- A : kadang-kadang ya..

- L : dulu waktu skripsi saya memang ada sempet beberapa kali dosen saya minta ini dipersingkat lah ini ga jelas ini. Untuk lagi untuk lagi.
- A : ng...saya rasa memang umum ya
- L : memang umum. Keinginannya orang pengennya yang singkat-singkat aja gitu ya. Cuman kadang-kadang beda kan kalo orang sastra, pengennya kan mumbul gitu ya. Memperkaya khazanah tulisannya gitu ya. Justru di situ ya letak bagus nya ya kalo sastra.
- A : saya kurang tahu ya
- L : kalo jurnalistik enggak. Jurnalistik justru..ya kalo bisa padat lah. Orang bacanya ya..karena kita prinsipnya pembaca kita itu pembaca yang sibuk. Orang yang terburu-buru. Jadi pembaca kita itu bukan pembaca yang nyantai-nyantai. Sehingga orang baca, ng pasti paragraf pertama dulu kan yang dibaca. Kalo paragraf pertamanya udah padat informasi dan eye-catching itu dah bagus. Jadi dia ga perlu baca sampek terakhir juga sudah tahu maksudnya. Oh, soal lupus. Lupus itu gitu ya gejalanya, udah. Karena mungkin dia harus sekolah, harus kerja. Asumsinya yang dipakai oleh jurnalistik itu kayak gitu. Bahwa pembaca itu, kita itu bukan orang yang punya waktu banyak. Sehingga kita dituntut untuk selalu mengefisienkan kata. Orang bilang pelit kata. Cuman gitu, ya.. kalo ga perlu-perlu amat gitu ya pake gelar-gelar gitu. Kalo dokter itu kan banyak ya gelarnya yah. Di depannya udah dokter, doktor, belakangnya ada es pe es pe apa lagi. Aduh ini apa, panjang lagi. Biasanya suka ditelpon dulu. Dok ini gapapa ya kalo gelarnya ga kutulis ya, ini penuh banget. Gapapa lagi.
- A : oh ijin dulu ya yang kayak gitu..
- L : he eh kadang-kadang ada beberapa narasumber yang ga mau. Itu salah itu, bukan SpOD, misalnya. Naon itu SpOD? Bukan ya? Adanya SpOT ya?
- A : SpOT? Belum pernah denger saya..SpOG kali ya?
- L : oh SpOG..iya iya. Hehehe, terus terus..
- A : kalo sebuah tulisan sendiri bagus panjang atau pendek?
- L : tergantung. Tergantung yang dibutuhkan.
- A : ga ada aturan semakin panjang semakin baik..
- L : enggak, ga ada, tergantung kebutuhan.
- A : yang penting informasi nyampek
- L : yang penting informasi nyampek, sesuai sama space, pas gitu sama space. Ya kalo nggak, kita kalo bisa sebisa mungkin tidak kekurangan ya. Tidak lebih minim dari space. Selalu dibikinnya lebih dari space. Tapi bagus nya pas dengan space, gitu. Di kantor itu ada joke-joke an nya gini. Mau bikin nih, bikin tulisan tentang pak kumuh gini. Tanya dulu ke atasan, ke redaktur. Pak, berapa kilo nih pak. Iyah, jadi..5 kilobyte lah. Jadi pas kan, kita bikinnya. Ntar ga usah dipanggil-panggil lagi, ini kurang nih, baru 3 kilo..misalnya. jadi dilihat dulu ininya, dummynya. Ng, dummy itu istilahnya kalo di harian itu ada rapat budget ya setiap sore. Setiap sore berita-berita yang masuk dari wartawan itu dilist, mana yang penting, yang mau dimuat. Oke ini. Nah sekarang mulai penempatan. Misalnya dari halaman koran ini nih. Kotak ini berita tentang anu, ini anu, iklan segini, gitu. Jadi kan dilihat ukurannya sudah ada. Jadi diliat dulu dummynya. Berita punya aku berapa kilo sih? Oh 4 kilo ya. Oh ya jadi bikinnya 4 kilo aja.
- A : itu setelah rapat ya..
- L : cuman itu sebaiknya tidak dilakukan yah, tidak baik. Kadang-kadang tiba-tiba kita harus memperpanjang berita juga, kalo iklannya ga jadi naik kan. Kayak iklan kematian itu lho..
- A : rest in peace, turut berduka cita?

- L : he eh, itu kadang-kadang orangnya belum mati, udah pesen iklan.
- A : ha? Masak sih?
- L : iya, hehe. Jadi, orangnya misalnya lagi sekarat di RS, itu udah pada mesen iklan.
- A : ya ampun..
- L : he eh, jadi kita kan deadlinenya jam1 ya. Kita udah naik cetak ya jam 1. Ampe jam 1 belum beres, eh, belum meninggal, itu berarti iklannya ga jadi kan.
- A : cancel?
- L : buat besoknya, atau buat kapanpun orangnya meninggal.
- A : oh..supaya ga kosong, terus disuruh manjangan?
- L : iya hahaha gitu makanya. Wah mau ga mau nih. Atau ga ambil berita lain. Kalo misal wartawannya udah pada kabur, ambil berita lain.
- A : pada kabur, hahaha
- L : jadi tetep aja gitu berapa kilo nih? Ya udah 5 kilo. Jadi kayak di pasar. Berita ini berapa kilo? Dua kilo..
- A : terus kalo dalam proses menulis sendiri suka masih ada buku-buku nggak di sekitar meja. Atau semua sudah terekam di otak, tinggal nulis gitu.
- L : tergantung. Tapi ketika menulis di sekitar itu pasti ada buku..buku catetan.
- A : notes?
- L : notes. Itu pasti ada. Kalo enggak, kita ngarang banget dong. Yang pasti ada di meja itu notes, recorder, mp3, kalo kita pake mp3. ng, buku-buku data-data. atau kalo misal di meja penuh data2 disimpan di perpustakaan ya di atas. Jadi kalo perlu apa-apa naik dulu ke atas. Data apa, statistiknya apa.. sekarang ini PR kan lagi ngembangin data digital. Jadi, kita udah online langsung. Jadi misalkan kita butuh berita-berita PR sebelumnya misalnya mengenai DB atau lumpuh layu di kabupaten mana, itu cari aja di beirta PR yang udah dimuat gitu. Itu ada, secara internal.
- A : ngomong-ngomong kalo hasil wawancara itu ga boleh dibuang ya? Rekaman-rekaman gitu.
- L : nah itu ya, jadi gimana ya. Seharusnya sih ga boleh dibuang ya, kayak kasetnya gitu ya.. kalo sekarang enak ya ada mp3 kan kita bisa simpen ya.
- A : iya
- L : nah banyak kasus wartawan itu yang kasetnya hilang atau ditimpa-timpa. Jadi udah ngerekam side A, balik side B, tiba-tiba ada kejadian apa, duh udah ga ada kaset lagi. Side A udah ditimpa lagi. Nah itu menyulitkan kalo ada kasus. Misal ada narasumber yang keberatan
- A : complain
- L : dan nggak asiknya lagi complainnya itu sudah berapa bulan yang lalu beritanya, dia baru complain. Kayak sekarang kasusnya kan Kompas sama antara, yang jadi saksi sih, tapi diarahkannya jadi tersangka. Kita menciumnya temen-temen wartawan itu kok jadi diarahkan jadi tersangka pencemaran nama baik walikota. Jadi, mereka meliput, dimuat, walikota merasa keberatan. Sementara kita menulis ada yang ngomong kan, bukan wartawan yang ngomong. Narasumbernya ada. Jadi pak walikotanya itu menuntut ke pengadilan, menuntut si..
- A : wartawan?
- L : narasumber sih, yang ngomongnya. Jadi ga terima walikota dibilang bla bla bla lah ya, korupsi segala macem. Dia ga terima, ga ada bukti, dituntut narasumbernya. Si narasumbernya minta wartawannya yang dipanggil. Itu kan yang nulis wartawan, kan? Sementara itu sudah lewat 5 bulan lalu. Nah, itu agak menyulitkan, dan agak jahat.. bukan jahat sih, di pengadilan itu belum sepenuhnya belum memahami undang-undang pers, teman-teman itu. Mereka itu tidak percaya bukti berupa rekaman, dianggap bukti yang tidak sah.

- A : lho, kok gitu ya?
- L : akhirnya ini harus dibuktikan ini asli atau enggak, oleh ahli audio. Yah lama prosesnya kalo kayak gitu. Padahal kalo pers itu kan ada undang-undangnya sendiri, yang undang-undang pers.
- A : yang dikeluarkan oleh dewan pers
- L : dikeluarkannya oleh DPR, tapi yang menginisiasinya memang dewan pers. Dan kita punya kode etik. Nah, karya jurnalistik kalo sepanjang dia masih sesuai dengan undang-undang pers dan kode etik, dia sebetulnya bukan kebal hukum juga ya. Ya itu memang seperti itu, artinya ga bisa...(telepon berbunyi)
- A : sori sori
- L : kenapa, suruh pulang? .. dipidanain kan? Kebanyakan kan gitu. Kecuali kalo kasus tempo itu emang dia ga punya data, ga punya bukti.
- A : siapa, pak bambang?
- L : pak tommy, tommy winata. Iya, akhirnya pak bambang yang kena
- A : tapi akhirnya bebas kan
- L : tadi pertanyaan kamu apa sih?
- A : enggak, itu cuma selingan aja. Terus.. setelah menulis sekarang apa mbak? Setelah ditulis, diedit, terus?
- L : layout.
- A : perwajahan?
- L : yah, ga tau lah diapain di situ. Ya, yang pasti dipas pasin lah ya. Supaya jangan mencongsana mencong sini.
- A : dikasih gambar-gambar
- L : he eh, dikasih gambar, karikatur, atau statistiknya dibikin tabel, ya gimana caranya supaya..
- A : infograph gitu..
- L : iya, supaya masyarakat lebih ngerti lah. Bukan lebih ngerti. Informasinya lebih nyampek. Kalo dengan baca statistik, ah ga usah baca beritanya lah, baca statistiknya aja lah. Oh ini tinggi, oh ini segini. Udah kan cukup. Atau kayak karikatur edisi kemarin, soal SMA kelas 2 jadi langsung ke FK Unpad, kisahna Rukmana, dipake karikatur. Jadi orang baca ini apa sih.. nah itu lah di bagian layout dipasang itu itu. Terus..master.
- A : master itu apa ya?
- L : apa sih, plat. Plat ya, untuk naik cetak.
- A : oh plat.
- L : ya udah tinggal naik cetak.
- A : terus jadi korannya.
- L : iya. Nah kalo di PR itu ada proses cetak itu 3 kali.
- A : tiga kali
- L : iya, 3 kali dalam satu hari. Jadi untuk halaman dalem, kayak suplemen, itu cetaknya siang. Jadi, sore itu sudah ada. Suplemen kampus itu, sore udah ada. Ntar tinggal cetak halaman dalem. Halaman dalem yang Bandung raya, luar negeri, ekonomi. Itu jam sepuluh an. Nah yang paling belakang itu halaman satu. Ditungguin sampai jam satu malem. Takut2 ada kejadian apa kan. Kayak dulu bom bali itu kan kejadiannya tengah malem. Itu padahal udah cetak lho itu PR. Tapi, kejadiannya kayak gitu. Oh, langsung wartawan yang di bali langsung reportase. Langsung aja nempel di halaman 1, meminggirkan berita sebelumnya, karena ada bom itu. Ditungguin. Kejadiannya jam 12 an kan bom radja itu kan?
- A : lupa saya mbak.

- L : iya, pokoknya jam segituan lah, sebelas jam 12 lah. Kebetulan itu pas cetak halaman satu. Jadi dihentikan. Soalnya kan gak lucu besok tivi sudah ngomong bom, orang ngomong bom, PR masih ngomong apa..
- A : emang ada kelebihan kekurangan ya, media cetak dibanding media elektronik.
- L : iya, menurut kamu apa kekurangannya?
- A : lebih capek ya.. lebih kerja keras lah. Tapi..kelebihannya apa ya? Prosesnya juga lebih rumit, lebih ribet, lebih mahal kurasa, jatuhnya ya kalau jangka panjang.
- L : yang cetak?
- A : iya. Tapi kelebihannya lebih banyak, lebih langgeng. Kalo tivi...
- L : nguap-nguap aja ya.. ga bisa dikliping orang ya..
- A : iya. Sebenarnya saya sempet prediksi kayaknya media cetak ini jaman sekarang semakin maju, ini..
- L : collapse?
- A : iya, kalah sama internet ya. Punten ya, bukannya apa-apa, cuma emang sepertinya kiblatnya ke situ semua.
- L : iya, emang betul. Ada..bukan ramalan ya, futuris yang jauh-jauh hari meramalkan kematian media cetak, dilibas oleh elektronik, atau internet. Cuma ramalan itu muncul 20 tahun yang lalu. Terus pas Indonesia, RCTI muncul, serikat penerbit surat kabar sudah resah. Minta ke negara, ke pemerintah, udahlah ga usah dikasih ijin lah tivi-tivi ini ngapain. Karena udah resah, ketakutan. Nyatanya sekarang tivi udah 11 saluran, media cetak itu makin berjamuran ternyata, berjamuran. Berdiaspora dalam berbagai bentuk ya. Dari yang cuma iklan doang, kayak Bandung Advertiser. Segmentatif banget sekarang koran ini. Dan kita belajar dari Amerika Serikat, emang sekarang kecenderungannya koran semakin tersegmentasi. Dalam arti, kalau dulu orang baca harian umum, di situ ada informasi kesehatan, rumah, segala macam masuk. Sekarang, orang bisnis sekarang, di bisnis media, bikin majalah yang khusus buat motor, atau yang khusus buat..
- A : bola..??
- L : bola aja, gitu ya. Rumah aja, gitu. Arsitek doang. Makin tersegmen, buktinya hidup-hidup aja. Yang kolaps-kolaps itu justru yang kurang menempatkan positioning pasarnya dia, yang tidak konsisten ceritanya. Media-media porno itu waktu pertama keluar kan bum, tapi sekarang orang kan udah ga ada.. karena dilarang juga. Tapi ga dilarang kan sebenarnya. Kayak...
- A : playboy??
- L : bukan playboy. Tabloid-tabloid yang dijual dua ribu an itu lho.
- A : ga tau. Lampu merah?
- L : ya temen-temennya lampu merah. Tapi jangan salah, lampu merah itu top rating lho.
- A : oya?
- L : iya, ngalah-ngalahin Kompas itu.
- A : ha? Masak sih? Ngalahin Kompas?
- L : iya, survey dewan pers. Survey SPS mengatakan hal yang sama. Kompas itu cuman 600ribu se-Indonesia. Yang di Indonesia itu ada berapa juta orang.
- A : 200 juta
- L : Kompas itu tirasnya 600 rb orang. PR 160-180 ribu lah. Lampu merah ini, yang nyampe..ga nyampe sejuta sih. 800-900 ribu gitu, bedanya ama Kompas itu hampir setengahnya.
- A : Bandung ga banyak kok pembacanya. Di mana dong yang banyak baca.
- L : Jakarta. Banyak di Jakarta
- A : Jakarta. Temen kemarin sempet beli satu. Aku lihat, aduh...

- L : tapi itu yang lumayan. Warta kota, yang tinggi itu, lampu merah. Eh, di Jakarta nggak tinggalnya?
- A : saya? Enggak, asli Jawa timur. Duh, matiin aja deh..
- L : ini, pulang? Baru jam sepuluh juga. Biasa pulang, emang.. asrama?
- A : endak, kos-kosan.
- L : kos-kosan, bebas nggak? Ntar ga boleh masuk lagi.
- A : bebas, bebas.
- L : kalo gak boleh masuk, tidur sini aja..
- A : jangan, besok pagi kuliah. Lampu merah rame ya.
- L : lampu merah itu tiras pertama. Waduh..gila. Media cetak itu kita optimisnya adalah kita bisa menghidupkan budaya baca ya, di kalangan masyarakat awam sekalipun. Golongan bawah gitu ya. Sekarang kita jangan muluk-muluk perpustakaan keliling lah, pemerataan buku, atau pemerataan budaya baca. Masyarakat Indonesia itu terbelakang, gitu, dibanding bangsa-bangsa lain. Nah, dengan adanya media cetak, itu kita optimis bisa menumbuhkan minat baca, budaya baca masyarakat. Jadi orang untuk dapet informasi itu butuh perjuangan untuk baca, gitu. Ga hanya nonton tivi sambil makan gitu, udah lewat. Dan kita percaya sama filosofi bangsa yang maju itu bangsa yang menulis, yang bisa menuangkan pikirannya lewat tulisan. Dan itu terbukti kan? Orang-orang Eropa dulu..? kalo misalkan sekarang orang Islam mengklaim bahwa sebetulnya dia lebih dulu menemukan ilmu tentang astronomi, misalnya, kenapa itu tidak dibukukan. Sehingga akhirnya yang ngaku, geocentris dulu. Geocentris heliocentris. Karena mereka menulis. Atau jauh sebelum Plato, itu sebetulnya mungkin raja-raja Jawa itu lebih tahu mungkin soal apa gitu ya, obat2an apa gitu. Filosofinya lebih maju, mungkin. Tapi karena dia ga menulis, gitu.
- A : penting ya menulis itu ya.
- L : filosofi yang kita pegang itu ya, yang cukup menguatkan iman, hehe. Menulis itu kan sejarah. Meskipun sekarang orang bisa punya banyak cara untuk mendokumentasikan ya. Membuat sejarah, mengabadikan gitu. Dengan cara direkam, dengan berbagai macam lah. Tapi menulis itu bentuk paling ancient kan. Bentuk paling kuno orang bisa mendokumentasikan dia kan. Dari mulai tulisan di batu doang. Atau tapak-tapak doang. Simbol-simbol. Dan orang bisa klipipin. Buktinya di Amerika sendiri yang 90% orangnya melek internet, New York Times masih hidup, Washington Post masih hidup. Dan koran-koran yang disegmentasi lokalnya itu masih hidup. Dan jadi ajang komunikasi orang-orang di situ.
- A : aku rasa ada..power yang susah dijelaskan dengan kata-kata, mengenai media cetak gitu.
- L : iya, untuk negara berkembang, kita masih optimis hidupnya masih akan lebih panjang. Karena indikatornya Amerika aja. Karena dia yang paling maju. Kalau survey terakhir, bukan hanya 90%, lebih dari 90%. 97% orang kalau mau beli, mau bertransaksi, atau mau apa, itu dengan internet kan. Mereka dengan internet. Ngapain lagi langganan koran, kan pikirnya? Tapi ternyata New York Times, masih dijadikan acuan kok, Washington Post..segala macam lah. Dan itu koran nasional kan. Koran yang bukan level lokal gitu. Justru sekarang orang bikin newspaper itu, yang contentnya lokal. Kayak Kompas, kan sekarang ada Kompas Jatim, Kompas Jabar. Karena apa? Ada kedekatan dengan pembacanya. Dulu di Jatim sebelum ada Kompas Jatim, baca Kompas, ah Jakarta semua nih.. mana tentang gua nih, tentang rungkut misalnya, mana nih. Tapi sekarang, ada porsinya untuk masyarakat Jatim, ada Kompas Jatim, lebih banyak mengulas tentang masyarakat Jatim, kebutuhan masyarakat di sana. Sehingga, oya ini kampung gua nih. Sehingga orang lebih mau

baca. Karena ada, kedekatan yah. Kayak kita baca koran, misalkan di situ ada foto kita, atau foto temen kita, kita pasti pengen beli kan. Eh, temen gua masuk koran lho. Padahal cuma ngomong dikit doang. Tapi semua orang pengen baca yang temen-temennya dia. Sehingga kecenderungannya newspaper itu salah satunya keunggulannya dibandungkan media tivi, terutama yang nasional, itu kita punya kedekatan, gitu. Kita punya proximity, namanya, kedekatan dengan pembaca. Sehingga meskipun ada Indosiar, ada RCTi segala macam, baca PR kalo mau nyari kos an mah. Karena disitu ada iklan tentang kos an. Nah sekarang memang media elektronik punya taktik proximity juga. Dibikin tivi-tivi lokal. Waduh itu saingan berat bagi kita kan. Gimana kita ga kecolongan ma tivi lokal. Tapi kalo kadang-kadang ngumpul sama wartawan tivi-tivi. Misalnya waktu Rachmat Witoelar, menteri LH ke Bandung itu soal Bandung kota sampah itu, tivi cuma dikasih durasi 1 menit setengah, 3 menit lah paling lama. Dia cuma shoot sana, shoot sini. Informasi yang nyampek cuma, yaah inti2nya aja lah. Ada menteri LH yang dateng segala macam, udah. Mereka ngiri, oh lu enak lu koran, bisa ngomong banyak lu. Kita bisa ngomong menteri LH itu dateng dalam paksaan, terus dia menyampaikan apa aja di sana. Jadi orang kalo pengen tau lebih dalem, baca koran. Tetep. Kalo tivi, dia terbatas dengan durasi kan. Dia ga mungkin banyak-banyak, kecuali mereka bikin program-program khusus. Kayak, apa yah? Metro Realitas gitu. Itu kan mendalam banget tuh. Itu, feature.

A : feature

L : awal mulanya itu feature, kalo dalam media cetak. Analognya gitu.

A : ngomong-ngomong tadi sempet putus perbincangan masalah perwajahan ya. Menurut mbak lina perwajahan itu penting nggak sih dalam sebuah proses penyampaian sebuah informasi di sebuah media massa?

L : makin ke sini makin penting.

A : makin penting ya.

L : karena orang sekarang ya, lebih suka yang visual ya. Yang eye-catching ya. Sekarang dalam bentuk gambar dalam bentuk warna. Makanya sekarang PR kita bikin formatnya lebih berwarna. Dalam satu halaman biasanya foto cuma 1, tengah-tengah. Sekarang sampai ada 4 foto. Karena orang sekarang jemu lah lihat kata-kata doang. Lihat huruf-huruf doang. Sehingga sentuhan-sentuhan artistik dari temen-temen layout itu sangat dibutuhkan. Kayak garis aja. Garis pemisah rubrik sama isi berita, kalo dulu cuma item aja. Sekarang kita bikin biru, apa. Fotonya juga kita bikin lebih banyak yang color. Jadi orang ga tegang gitu, suntuk banget baca koran. Itu penting dan itu disadari sama PR sendiri. Arif udah tinggal disini berapa lama?

A : tiga tahun lah.

L : kalo inget lah. Tampilan PR tahun kemarin itu kan berubah ya.

A : Kompas ganti wajah, sebentar, PR juga ganti wajah kan?

L : memang waktunya beriringan, berdekatan. Cuma dulu Kompas duluan. Kita beberapa kali juga konsultasi dengan Kompas, rapat bareng. Karena kecenderungannya waktu itu media-media cetak mengganti ukurannya lebih kecil. Kita namakan ukuran compact. Ukuran 9 kolom. Kalo dulu kan 12 kolom, gede. Sekarang trennya gitu ya. Dan kita mau ga mau ikut tren. Bukan karena pengen ikut2 gaya, tapi itu kaitannya dengan iklan. Misalkan BCA, dia pasang iklan di Kompas, juga di PR. Dia pengen pasang full 1 halaman. Nah di Kompas itu sudah compact, cuma 9 kolom, di PR masih jaman baheula, 12 kolom. Kan beda? Yang dimaksud kan 1 halaman yang penting. Biasanya kalau untuk perusahaan-perusahaan besar yang pengen pasang iklan di beberapa media sekaligus, dia ga mau tau. Dia maunya flat aja.

- A : ga peduli
- L : iya, ga peduli. Nah itu kan jadi urusannya antar media jadi ribet nih. Akhirnya memang kompetitor kita yang terkuat itu kan Kompas. Memang di Bandung itu di Jabar kita masih nomer satu, tapi kan Kompas juga nyusul-nyusul. gimana caranya kalo pasang di Kompas, juga pasang di kita. Jangan sampai pasang di Kompas, terus ga mau pasang di kita, hanya karena persoalan itu. Teknis banget sih. Tapi kaitannya dengan hajat hidup orang banyak, hehe. Karena media itu kan hidup dari iklan. Kontribusinya besar lah iklan itu. Dalam menjalankan fungsi bisnis. Karena media kan punya fungsi kontrol sosial, dan fungsi bisnis. Tapi bagaimana kita mengimbangkan itu. Nggak seperti swasta yang orientasinya hanya profit gitu. Karena kita ceritanya juga media massa. Massa itu harus menjadikan kita sebagai medianya, dia bisa ngomong. Kita mewadahi sebanyak mungkin orang supaya bisa..eksistensinya gitu. Coba aja liat sekarang, Sindo. Sindo itu beritanya pendek-pendek kan. Pendek-pendek, kecil-kecil aja. Yang penting banyak, berwarna. Coba kalau baca Sindo itu ngejreng kan, artis-artis..kuning, biru, dan gede. Itu mau tidak mau, disadari atau tidak, ga tau ya, ini kaitannya dengan pendidikan anak-anak generasi sekarang. Generasi dulu tidak mengenal komik. Generasi sekarang lebih kenal hal-hal yang lebih divisualisasikan. Jadi dibawa ke media cetak juga. Layout itu penting. Menjemukan kalau berita pesawat jatuh. Sebagaimana pun kita mendeskripsikan, kalau di situ tidak ada sentuhan grafisnya, gimana pesawat itu landing, di mana beloknya, nubruk apa. Itu dibikin visualnya, gambarnya, itu kan orang lebih tertarik untuk membacanya. Temen-temen Tempo itu, kan sering..apa yang terjadi hari ini, di belahan dunia lain, tanggal 19 September 1920, penyerbuan Hitler dimana. Dia bikin peta globe. Ini di sini ada ini, di sini ada ini.
- A : lebih menarik ya?
- L : taruhan orang lihat gambarnya dulu, baru baca beritanya. Udah liat gambar, baru baca.
- A : pertanyaan kesimpulan aja sih. Kalo dalam mengemas berita kesehatan di masyarakat, kira-kira apa yang harus dilakukan supaya beritanya bagus. Apa cukup dengan melakukan proses-proses tadi?
- L : ya, karena untuk melakukan itu secara sempurna pun sulit. Itu SOP nya lah ya.
- A : SOP itu apa?
- L : standar prosedurnya. Saya sendiri kadang-kadang ini udah keburu deadline, aduh sebenarnya belum maksimal, atas proses yang saya sebutkan tadi. Aduh ini kurang dalam, observasinya, atau saya belum ke rumah pasien. Adaa aja yang kurang. Jadi mungkin selain proses-proses itu..kita harus lebih jeli nunjukin hal yang empati ke beritanya. Karena kaitannya kan sama penderitanya.
- A : kalau feature itu, ga ada masalah ya, cukup ikut SOP aja?
- L : ya, yang penting maksimalkan itu dulu. Kadang-kadang ga maksimal di semua hal. Kadang-kadang wawancara sudah banyak, observasi sudah oke, alaaah, data kuantitatifnya kurang nih. Adaa aja. Tinggal pengemasannya ya, gaya bahasanya, yang enak lah, ga terlalu tegang, yang enak lah bacanya. Jangan bikin lah istilah kedokteran yang rumit itu jadi lebih rumit. Kita bikin yang logis gitu, orang nerimanya cepet. Gaya bahasa aja. Karena, ga tau, saya takut salah. Kalau untuk mengemas penderita anak kecil, yang retinoblastoma itu, ada 3. Retinoblastoma, sama apa sih yang sarcom-sarcom gitu.
- A : sarcoma?
- L : ya itu lah, pokoknya, saya lupa. Kita kemas supaya tujuannya menunjukkan orang yang baca itu simpati dan akhirnya ikut nyumbang. Saya punya misi dalam tulisan itu, kalau di kesehatan. Waktu saya wawancara, keadaannya sangat menyedihkan

gitu. Udah kehabisan uang di Bandung, makin gede tumornya itu, nutupin mata, ga bisa napas anaknya. Gimana caranya nih, supaya orang yang baca tergerak hatinya untuk nyumbang. Dalam tulisan itu kita kemas gaya bahasa yang..

A : miris miris

L : iya. Anak yang merintih-rintih karena dia ga bisa minum. Gimana orang yang baca itu ga tergerak. Alhamdulillah kata orang RSHS banyak orang yang datang untuk menyumbang.

A : kalau ada respon seperti itu, pasti seneng sekali ya

L : o iya, ada kepuasan tersendiri. Kayak waktu ngeliput ada bayi gizi buruk. Di cincin, daerah soreang juga. Telepon hape saya, dia tau dari kantor. Ini wartawan apa, yayaya. Ini kami dari arisan ibu-ibu apaa gitu ya, baca tulisan itu. Sekarang kita tiap bulan ngirim PMT, susu Dancow, apa gitu. Sampai anak itu nggak gizi buruk, berat badan bagus. Karena itu pengaruh banget, karena aku ceritain mereka pernah dikasih dancow itu ngaruh banget, sama biskuat. Dan udah 2 bulan PMT dari puskesmas itu ga turun-turun. Orang tuanya ga mampu beli susu dancow. Jadi aku bikin tulisannya..

A : sedemikian rupa?

L : he eh.. jadi susu dancownya sangat berarti bagi ini. Dulu sih tujuannya nestlenya yang turun. Justru yang pembaca yang turun.

A : gitu ya.

L : jadi gaya bahasa itu yang penting, ya. Coba mungkin peliputannya sama, tapi kalo kita sajikan dua bocah tergeletak di RSHS karena ini ini ini ini, penyakit ini ini, bocah ini berasal dari ini ini. Orang baca kan iya lah heeh.. tapi kalo kita sebut Rizky menitikkan air mata, karena ia tidak bisa minum buavita kesukaannya. Tumornya menutupi matanya, idungnya, dan mulutnya giniginigini. Kesukaan dia main bola, dengerin musik dangdut. Sedih kali yah yang baca. Saya menampilkan sisi human interestnya, supaya bisa sampai ke pembaca. Dan pembaca tergugah sisi kemanusiaannya gitu. Karena kalo kita tampilin tanda tak keras saja, hanya dokter aja yang ngomong. Ya dokter kan ngomong lempeng-lempeng aja ya. Ya.. ini memang dari keluarga nggak mampu. Tapi beda ketika kita langsung ngobrol sama pasiennya, sama ibunya. Coba ibu ceritain dong, ini Rizky ini gimana dulu, matanya diangkat kan dua2nya, bolong kan matanya, sebelum ini gimana bu? Anaknya sehat, biasa, suka maen. Kesukaannya apa bu? Kesukaannya minum buavita. Itu pun jarang banget kita minum buavita, tapi dia suka. Jadi nyebutnya es es of son, padahal ya itu buavita. Tapi dia ga bisa minum, kan udah sampai gini kan. Kurus banget, sukanya main bola kan. Meskipun ga bisa ngomong, kita cukup tanya, Rizky mau main bola lagi nggak? Udah cukup. Dia mengganggu perlahan ketika PR menawarkan dia untuk maen bola lagi, dan tak lama lagi air matanya menitik. Aku aja yang di sana nggak tega itu sebenarnya. Pas tanya-tanya, aduh ini anak, kasihan banget. Pas aku lihat foto sebelum sakit, itu anaknya cakep gitu lho, cakep, berisi. Ya gimana sih anak yang lincahlah anak umur sebelas tahun, seneng-senengnya maen, gitu. Itu katanya sakit gigi, terus dibawa ke dokter gigi, nggak tau salah saraf atau gimana, jadinya langsung bengkak sampai sekarang.

A : kata dokter apa, yang retinoblastoma tadi.

L : bukan. Yang retinoblastoma itu yang umur 2,5 tahun, yang dari garut. Ini kan satu ruangan, jadi sekalian aja tiga-tiganya aku tampilin.

A : yang sarcom-sarcom tadi?

L : yang paling gedanya 11 tahun, 4 tahun, sama si Rizky 2,5 tahun. Yang paling kecil Rizky yang udah dioperasi, matanya dua2nya diambil. Jadi pas ngobrol sama dokternya, kira-kira bisa dibikin mata imitasi nggak. Nggak bisa, karena udah

nggak ada saraf penunjangnya. Jadi bolong aja. Jadi buta dok? Ya iya lah, matanya nggak ada, kata dokter. Matanya segede gini lho keluar. Segede tangan orang dewasa, dan darah. Serem aku liatnya, dan nggak tega, memotretnya juga nggak tega. Jadi anaknya kurus, gitu. Ya itu lah.

A : iya ya.

(informan 2)

- W : kalo yang bisa saya jawab saya jawab, kalo ga saya lewat
 A : tanya sekilas tentang mbak wilda dulu aja ya. Mulai di sini dari kapan mbak?
 W : saya start di PR itu september 2002.
 A : ng..lumayan lama ya.
 W : masih termasuk karyawan muda
 A : empat tahun masih muda
 W : iya
 A : kalo yang tua, 10 tahun?
 W : iya, ada yang madya, dan lain-lain
 A : kalo saat ini lagi di rubrik mana nih mbak
 W : saya kebetullan sedang ditugaskan di laporan khusus
 A : laporan khusus ya
 W : mulai 1 oktober, nah itu di laporan khusus
 A : tapi sebelumnya pernah di kesehatan ya?
 W : ya, saya sebelumnya di kesehatan. Itu sejak februari
 A : 2006 kemarin?
 W : ya, sampai penugasan lapsus ini yah. Tapi sebelumnya juga, sebelum februari itu, saya sempet backup juga wartawan kesehatan, kalo dia berhalangan, misalnya tugas luar kota, atau cuti..
 A : tadi katanya suka dengan kesehatan ya? Kenapa sih kok suka dengan kesehatan?
 W : ng..karena dengan rubrik kesehatan itu, saya dapet ilmu buat saya juga gitu. Bisa saya terapkan buat saya, buat keluarga saya. Jadi dengan menghayati itu, saya juga..oh, mungkin ini nih yang masyarakat perlu. Jadi saya mengidentifikasi pembaca saya ya dengan apa yang saya anggap saya sebagai awam kesehatan saya butuhkan.
 A : kalo saya amat-amati mbak ya, di koran itu untuk membuat tulisan itu pasti untuk dibaca masyarakat ya.
 W : iya
 A : itu untuk rubrik-rubrik kesehatan atau rubrik umum itu ada nggak ya kiat-kiatnya supaya dapat efektif gitu, sasarannya, tujuan tulisan kita gitu.
 W : pertama mungkin dari segi halaman, dari segi rubrik, untuk halaman, yang khusus itu hanya ada di hari Minggu, itu namanya suplemen Geulis, itu dia punya seperempat halaman untuk rubrik kesehatan. Nah, tapi di luar itu, kita di pemberitaan halaman Bandung raya, halaman tentang kota, kita juga bisa masukkan berita kesehatan. Jadi apa ya, suatu peristiwa yang lebih aktual, kalo yang di rubrik geulis tadi bisa lebih diperdalam.
 A : iya
 W : nah, kalo supaya kena ke masyarakat mungkin yang pertama dari pemilihan tema dulu ya. Jadi misalkan katakanlah yang sedang, eh.. kita juga membaca..eh.. kecenderungannya yang sedang ada di masyarakat. Misalnya, menjelang musim penghujan. Itu kita bisa..penyakit yang harus diwaspadai, pencegahannya gimana, pengobatannya gimana. Atau misalnya ketika kemarin itu sempat mewabah diare. Jadi kita juga kadang-kadang mengambil isu peristiwa misalnya di sini kan juga ada pemerintahan, berita-berita daerah. Misalnya di daerah sukabumi, daerah Cianjur sedang banyak diare, kita tarik ke kesehatannya. Jadi lebih ke isu kesehatannya, penyebabnya apa, cara penganggulannya apa, tindakannya apa. Kita bisa perdalam di kesehatannya. Kalo di berita kota kan lebih ke peristiwanya ya. Pertama dari isu sih ya. Jadi isu yang sedang hangat di masyarakat. Kedua dari segi bahasa ya. Saya

sering kali wawancara dengan dokter-dokter itu bahasanya sulit ya. Istilah-istilahnya sulit yah. Mereka sering pake istilah-istilah medis yang dalam sehari-hari itu sudah mereka gunakan seperti sehari-hari. Padahal itu untuk awam akan sulit dimengerti.

A : agak sulit ya

W : akan sulit dimengerti. Jadi misalnya seperti chicken pox untuk cacar. Itu kan untuk kedokteran kan sudah jadi bahasa sehari-hari ya. Atau bird flu, atau apalah. Untuk istilah-istilah medis yang lain. Term-term itu yang saya berusaha untuk membahasa-awamkan.

A : iya ya, jadi semacam ditranslate ya.

W : he eh..ditranslate dengan bahasa apa. Mungkin kalo saya mengerti, masyarakat akan mengerti.

A : iya

W : seperti itu. Jadi dari term-term kesehatan. Juga dari penjelasan-penjelasan teknis yang dijelaskan oleh dokter atau siapapun, narasumber, kita permudah bagi masyarakat, dengan mungkin dengan pengolahan bahasa ya, menjadi bahasa yang sehari-hari.

A : supaya lebih gampang diterima ya

W : he eh, supaya lebih gampang diterima.

A : kalo selain tema, selain gaya bahasa, ada lagi ga mbak?

W : istilah, tadi ya.

A : istilah.

W : he eh, lalu mungkin juga pengemasan ya.

A : maksudnya seperti apa ya?

W : misalnya dari segi judul ya, yang eye catching ya. Judul-judulnya yang menarik, yang membuat masyarakat merasa harus membaca ini. Seperti misalnya waktu itu, saya pernah mendapat penjelasan mengenai deteksi dini kanker leher rahim. Kalo saya mengangkat seperti itu terlalu umum kan. Masyarakat kan nggak akan curious ya. Bagaimana caranya supaya masyarakat waspada. Akhirnya kita cari dari segi jumlah, katakanlah. Misalnya 200rb wanita setiap tahunnya mendapat kanker leher rahim. Jadi dari segi..apa ya..lho kenapa, apa iya?

A : yang lebih memancing yah?

W : ahh..supaya dia merasa perlu membaca ini. Itu dari judul ya. Terus dari pengemasan, tidak terlalu panjang.

A : oo, pas-pas aja, sedeng-sedeng aja?

W : iya..kalo untuk berita hari-hari, memang kita ada standar ya. Misalnya ada standar kalo di kita 4 kilobyte (kb). Atau misalnya di rubrik kesehatan bisa agak panjang, tapi dengan sub-sub judul. Jadi tidak membosankan yah. Atau kalo saya membuat laporan khusus mengenai kesehatan diusahakan untuk satu halaman itu dibagi beberapa tulisan, seperti menjadi 4 tulisan.

A : 4 tulisan??

W : misalnya untuk 1 halaman, ada tulisan utama, ada profil, tips..

A : tapi yang semuanya membahas tentang satu bahasan ya..

W : iya, tentang 1 isu. Misalnya saya bikin tentang TBC misalnya. Saya frame dulu penderita TBC di Jawa Barat seperti apa. Lalu ambil profil penderita TBC, lalu kiat2nya seperti mencegah TBC gimana. Ya minimal membagi 2-3 dalam satu tulisan besar. Ya harapannya itu jadi lebih dibaca.

A : lebih enak dibaca ya.

W : iya, ya begitu.

A : tadi ngomong2 anu ya pernah nulis tentang TBC ya

- W : TBC..pernah waktu mau TB day tahun lalu
A : kapan ya TB day, bulan-bulan ini ya? Oktober ya?
W : eh..maret ya? Maret kalo nggak salah. Soalnya saya sudah di kesehatan. Saya juga lupa. Soalnya sudah mau ada lomba tulisan TB day lagi.
A : oya, dalam langkah-langkah untuk..kita ambil contoh tadi ya, mau nulis tentang TBC. Itu kira-kira bisa tolong diceritain nggak langkah-langkah dari awal sampai nanti jadi tulisan di koran itu..
W : waktu itu saya lupa persisnya, nanti saya bisa buka lagi. Waktu itu saya sudah di kesehatan atau belum saya lupa. Cuma waktu itu yang jelas saya ingin menggarap, bersama teman saya berdua, ingin menggarap laporan khusus. Dan biasanya kalo untuk membuat laporan khusus biasanya kita selain tematis..tematis dalam artian berkaitan dengan event-event. Atau berkaitan dengan isu yang sedang bener-bener hangat, gitu ya
A : oh iya.
W : nah itu, waktu itu..eh..akhirnya terpilih TBC.
A : nah itu siapa yang memilih? Anu..rapat redaksi??
W : enggak. Saya dengan tim, kita ada 3 orang teman yang memang kita, kebetulan satu angkatan, sering kerja sama lah untuk membuat laporan khusus. Karena kadang-kadang untuk laporan khusus kita butuh orang-orang yang pembagian kerjanya sudah enak, gitu lah. Akhirnya kita setuju itu. Waktu itu saya ga paham tentang TBC. Eh..saya searching, saya cari tahu sebenarnya apa sih yang orang perlu tahu tentang TBC. Jadi saya perkaya diri dulu tentang TBC, okey? Akhirnya saya dapet wawancara dengan..dinas kesehatan propinsi di bagian bina kesehatan lingkungan. Di situ saya dapet banyak sekali tentang TBC, di situ juga saya tahu ada program-program seperti DOTS, apa..segala macam. Lalu prevalensi TBC kita berapa, yang harus ditemukan berapa, program yang dilakukan puskesmas berapa.. pokoknya yang berkaitan dengan kebijakan lah. Lalu untuk sampling, maksudnya dokter yang memeriksa TBC, saya wawancara dengan Rumah Sakit Rotinsulu. Dia kan rumah sakit paru yah. Dan dulunya dia itu kan sanatorium ya. Sebelum kan jadi rumah sakit paru kan, yang jadi ciumbuleuit itu, yang di belakang Unpar itu kan. Eh..sebelumnya sanatorium, jadi saya pikir eh..ini bagus untuk narasumber TBC gitu. Dan kebetulan kasus rawat inap di situ kebanyakan pasien TBC.
A : ooo gitu
W : saya wawancara gitu, saya dapet beberapa penjelasan dari segi..dokter yang menangani pasien gitu, katakanlah sebenarnya menangani pasien TBC itu harus seperti apa, dia kontrolnya harus seperti apa. Dari situ saya tahu penderita TBC harus punya pendamping minum obat.
A : harus diawasin yah
W : he eh. Itu untuk rawat inap. Untuk kalangan menengah ke bawah saya ingin cari sample juga. Sebenarnya seperti apa. Akhirnya saya lari ke BP paru yang di Cibadak. Itu ada balai pengobatan paru, dia punya pemerintah, dan dia biasa didatengi oleh masyarakat kecil lah ya. Masyarakat kelas-kelas puskesmas. Nah biasa rujukan puskesmas-puskesmas itu ke situ untuk pengobatan TBC. Jadi dia sudah dipaket obatnya, segala macam. Saya wawancara di situ, juga dapet data bagus mengenai tb anak. Betapa tb anak itu jumlahnya meningkat, kemudian pengobatannya ternyata lebih sulit. Karena pemeriksaannya lain kan untuk anak ya. Nah dari situ saya minta sampel pasien, untuk saya wawancara. Waktu itu saya dapet dari kepala BP paru itu. Kebetulan dia punya pasien yang belum selesai program yah. Dia belum selesai program 6 bulan itu. Dia sudah masuk bulan ke lima. Dia termasuk sangat-sangat disiplin gitu. Padahal rumahnya di Kopo. Kopo

pun sebelah sana lagi. Sementara dia berobatnya selalu ke cibadak. Akhirnya direkomendasikanlah si pasien itu. Karena tujuan kita waktu itu ngambil profil pun untuk menginspirasi orang bahwa TBC itu bisa sembuh, gitu.

- A : oh, jadi diambil satu sampel, untuk profil, tujuannya untuk inspiring yah.
- W : karena eh..apa namanya ya. Diskriminatif terhadap penderita TBC itu di kita kan masih besar yah. Saya aja yang sudah baca, sudah seraching, wawancara dengan dokter-dokter, itu masih takut gitu. Bahkan saya masih terstigma. Padahal saya kan termasuk, katakanlah cukup tahu kan, akhirnya. Tapi saya masih terstigma, apalagi orang yang sama sekali nggak tahu kan. Dia pasti terstigma banget gitu. Dan saya dapet cerita betapa ada orang yang dikeluarkan dari kerja karena TBC. Ada yang takut menikah, ada yang..ahh..macem2 lah. Dan memang pasien itu keluarganya semuanya TBC. Ibunya meninggal kena TBC. Bapaknya kena TBC. Adiknya pernah kena TBC. Anaknya dua2nya kena TBC. Dan dia punya pengalaman yang kaya banget.
- A : jadi sepertinya asik banget untuk di..sajikan gitu..
- W : he eh..untuk di ungkap. Betapa si istrinya mendampingi dia minum obat yang disiplin gitu. Dan memasuki bulan kelima itu badannya sudah cukup gemuk, sementara dia liatin sebelum masuk program itu dia ahh kurus sekali.
- A : hehehe
- W : tapi kita pun kalo ketemu itu masih gimana, yang..saya disuguhin air minum di rumahnya aja saya masih nggak berani. Itu ga bisa dipungkirin ya akhirnya.
- A : oke itu, kan seperti mengambil data ya, mungkin langkah pertama ya untuk membuat tulisan itu. Lalu yang berikutnya apa ya?
- W : mungkin yang pertama dulu kita per kaya diri dulu ya. Untuk antara lain membuat perbendaharaan pertanyaan sebenarnya. Jadi untuk wawancara kita kan harus punya daftar pertanyaan juga kan? Nah, untuk kita supaya bisa bertanya, kita harus tahu apa yang kita mau tahu kan? Nah itu yang pertama. Kemudian kita minta data dari segi kebijakan, sebenarnya dari pemerintah. Dari pemerintah juga kita bisa dapet data whole Jawa Barat. Jawa Barat penderitanya berapa, angka-angka lah ya. Dari situ, lalu ke rumah sakit, kita bisa minta data yang rawat inap, segala macam, jenis obatnya seperti apa, kartu pasien seperti apa. Ya data eh..pengalamannya gitu. Lalu ya..
- A : setelah dapet data..oh ya ngomong-ngomong seberapa penting sih kita dapet data dari pemegang kebijakan seperti pemerintah tadi. Kenapa kok harus ngehubungin mereka gitu?
- W : karena..apa yah? Bagaimanapun, kesehatan kan merupakan isu sentral pemerintahan saat ini juga. Dan sebenarnya pemerintah yang punya tanggungjawab utama untuk menyelesaikan problem kesehatan. Dan dari situ kita bisa tahu pemerintah punya program nggak sih untuk masalah se crucial ini..programnya sudah sejauh mana, targetnya akan sejauh mana gitu dicapai, dan..
- A : itu..itu cuma tujuannya cuma untuk memperkaya tulisan atau nyindir-nyindir pemerintah?
- W : sebenarnya itu itu ng, kalo masalah tujuan akhir, tergantung apa yang kita dapatkan.
- A : oh iya
- W : karena kan kita juga ibaratkan..oke kita ingin tahu nih pemerintah seperti apah, akhirnya kita cross juga kan? Cross ke swasta, kita cross juga ke masyarakat, ke pasiennya tadi. Bener ga yang disebut pemerintah tadi? Yang DOTS itu bener nggak? Yang 6 bulan itu gratis bener nggak? Sama sekali nggak dipungut biaya nggak? Kenapa penting, karena pemerintah emang penting. Dari situ kita bisa tahu ibaratnya pemerintah yang tahulah yang bener seperti apa, tapi di lapangnya

dilakukan nggak? Untuk dicross ke yang lain itu, kita perlu basic data dari pemerintah.

A : kalo data udah terkumpul, apa langsung ditulis?

W : ng, waktu itu..karena waktunya mepet, akhirnya.. waktu itu kita berdua ya, sama deni. Deni bantu saya untuk wawancara saya yang terakhir, yang profil, kita berdua. Karena saya agak-agak parno juga. Akhirnya dibagi, akhirnya saya yang buat tulisan besarnya, deni yang buat profil. Ya langsung dituliskan, dan kita saling re-check data, gitu. Ini udah masuk belon? Dan untuk tb waktu itu kita dapat bagus, TB anak. Itu TB anak saya tulis tersendiri untuk hari lain. Jadi untuk TB day saya bikin sendiri, untuk yang tb anak saya bikin sendiri. Dan kebetulan kita turunnya timingnya bagus. Beberapa hari sebelum TB day itu. Pokoknya limitizanya bagus gitu. Dan itu sambutannya cukup bagus gitu. Ya sambutan yang masuk ke saya, dari narasumber.. ya cukup bagus lah gitu.

A : maksudnya..

W : ng, respon. Respon setelah tulisan keluar. Karena ini bahasa medis agak susah, kadang-kadang sesudah tulisan turun saya kembali cross check lagi sama narasumber. Any complain? Apa ada yang salah saya tuliskan? Enggak, ini udah bagus, udah lengkap sekali, ga usah wawancara lagi kamu udah tahu semuanya. Ya itu salah satu yang cukup memuaskan, karena kita merencanakan, bener-bener merencanakan sendiri dari awal gitu.

A : tadi, masalah tulisan sendiri ada langkah-langkah nggak, atau ada aturan-aturan main yang harus diikuti?

W : kalo tulisan itu sebenarnya standar ya. Pertama judul. Sebenarnya apa nih tujuan kita. Kalo saya sih bikin tulisan harus ada filosofinya apa, jadi maksudnya final destinationnya apa gitu. Nah saya waktu itu untuk memotivasi orang untuk tidak menstigmakan TBC dan mengajak orang yang sedang TBC, memotivasi lah bahwa mereka bisa sembuh. Bahwa TBC bukan penyakit..penyakit yang bisa menimpa siapa saja, mau orang kaya, mau orang miskin, tapi dia bisa sembuh. Intinya itu. Akhirnya dari situ, kita bikin judul, bikin lead. Yang pertama paling bikin lead ya. Karena kita pembuka ya. Terus kalo sudah diisi tulisannya kita main data ya. Di penutupnya biasanya kita tekankan lagi apa tujuan kita itu. Terus, ng..ya struktur penulisan standar ya, pembukaan, isi, penutup.

A : setelah ditulis, diedit dulu.

W : iya

A : langsung ya

W : ng..biasanya sih menjelang diterbitkan. Jadi misalnya kalo untuk laporan khusus kan kadang-kadang kita stocking. Jadi stock gitu, misalnya kita stock hari selasa masuk, untuk hari kamis. Nah dia baru diedit malam kamis gitu. Biasanya juga kita hambatannya iklan. Tadinya kita pengen full buat tulisan sehalaman. Tiba-tiba ada iklan seperempat halaman.

A : jadi ada bagian yang harus nggak dimuat ya.

W : kadang-kadang kita terlibat masalah teknis ya. Dan iklan itu sangat-sangat teknis. Dan itu di luar kemampuan kita ya. Nah, atau juga misalnya tulisan yang sudah kita laporkan karena baru kita edit beberapa hari kemudian, si redaktornya salah ambil file. Stock kita ada banyak, tapi dia ambil file yang salah. Ya, waktu itu ada yang salah. Saya inginkan, saya cerita soal pendamping obat. Yang ketarik itu tips atau apa. Ya emang nggak fatal sih, karena masih berkaitan. Tapi ya sedikit inilah..

A : nggak lega mungkin ya

W : iya iya.

A : setelah diedit barangkali ada langkah lain mbak, bagian lay out atau apa gitu

- W : setelah diedit, masuk bagian bahasa. Ya diseragamkan, dibetulkan kayak misalnya ejaannya, bahasa indonesia yang baik dan benar, tanda baca.
- A : pak tendy bukan?
- W : pak tendy sekarang masuk ke pdr. Baru bahasa, baru masuk layout. Pracetak, kemudian cetak.
- A : kalo ngomong-ngomong masalah layout, kalo aku pikir makin sekarang ini tampilan tulisan atau rubrik di media massa cetak itu makin menarik gitu lho. Kira-kira penting nggak sih layout itu?
- W : penting banget, apalagi untuk tulisan yang tematis satu halaman. Itu penting banget karena kalo misalnya saya bikin TBC dalam satu halaman. Kalo layoutnya hanya bentuk kotak-kotak. Misalnya 4 tulisan, cuma dibagi 4. Siapa yang mau baca. Dengan tulisan arial, siapa yang mau baca? Orang akan mengira, apa bedanya sama textbook. Untuk apa saya yang pengen saya tahu. Jadi penting banget layout. Kadang-kadang dalam lapsus kita memberikan ide.
- A : apa barangkali kita pengennya kayak apa gitu.
- W : misalnya tulisan besarnya sepertiga halaman. Kemudian tipsnya satu kolom aja, tapi di blocking, dishading gitu. Terus hurufnya huruf kait, yang gimana. Atau kita kasih tabel, lalu fotonya di mana gitu. Karena kalo jatohnya layoutnya ga menarik ga ada shading ga ada foto, ga ada tabel itu..boring gitu. Seperti opini yang kaku. Dan kalo sudah seperti itu, kerja keras kita kayaknya bakal sia-sia. Karena, kita udah kerja keras, wawancara segala macem, siapa yang mau baca.
- A : kalo menurut mbak wilda penting, mungkin itu salah satu yang bisa membuat tulisan menjadi efektif ya, bisa dibaca.
- W : nah iya, betul, betul. Kan layout juga terkait dengan bentuk huruf, besar huruf, dikasih border. Lain kan? Kalo misalkan dengan tulisan polos gitu aja. Atau misalnya fotonya cuma 2 kolom. Fotonya dalam satu kolom itu cuma satu. Atau misalnya letaknya.. Ya itu lah. Syukur2 kalo bisa pake warna, cuma jarang, biasanya.
- A : halaman depan yah
- W : halaman depan, minggu itu yang biasanya warna.
- A : kalo saya liat, diamat-amati di koran itu..ga tau ya betul nggak ya. Kalo saya amati ada 3 jenis sajian informasi gitu, yang pertama berita, kedua berita kisah, atau feature, dan yang ketiga informasi yang lewat dari iklan. Kan dari penelitian saya pengen tau gimana sih kiat-kiatnya sih supaya pesan-pesan kesehatan bisa dikemas dengan baik di media massa cetak, supaya efektifitasnya bisa tinggi gitu untuk mencapai sasaran.
- W : he eh
- A : kan bisa lewat berita, lewat feature, bisa juga lewat iklan mbak ya. Kira-kira di antara ketiganya itu langkah-langkah untuk membuatnya itu sama mbak ya dengan yang mbak bilang tadi waktu pertama kali.
- W : sebenarnya kalo dari segi jurnalistik itu tepatnya ada 2 news, sama fuis.. news sama opini
- A : fuis? Tulisannya gimana itu.
- W : (mengambil pen dan kertas)
- A : oh views pandangan?
- W : ah..pandangan, opini. Nah news ini ada.. feature ini ada di dalam news. Dan memang news ini macem2. Ada straight news, ada hard news, ada soft news..
- A : salah satunya feature
- W : nah salah satunya feature. Yang membedakan apa? Kalo ini basicnya fact (menunjuk kata 'news'). Fact only gitu.

- A : ga boleh ada opini
- W : sama sekali ga boleh ada opini. Kalaupun dalam feature, kadang-kadang kita menangkap seolah-olah opini, tapi bukan, itu pengolahan gaya bahasa. Gaya bahasanya lain kan kalo feature dibandingkan dengan soft news, atau hard news. Kalo hard news itu tau kan?
- A : yang biasanya untuk dibuat cepat..
- W : iya iya. Misalnya yang hari ini terjadi tabrakan cikampek, 7 tewas. It's soft news. Kalo feature misalnya..kedua pasangan itu meninggal ketika akan pulang kampung. Misalnya yang tadi tabrakan itu difeaturekan. Fact. Based on fact. Ya kan.. cuman, di other storynya.
- A : boleh bilang gaya bahasa novelis gitu nggak?
- W : he eh. Jadi dari satu berita fakta yang sama, bisa dibikin hard news, bisa dibikin featurenya juga. Misalnya dari 7 yang tewas itu di antaranya 2 pasangan yang akan menikah. Kayak gitu2 kita bisa bikin story sendiri. Nah kalo views itu opininya. Misalnya dari kecelakaan itu kita bisa..tingkat kecelakaan pada hari raya mudik tinggi karena bla bla bla bla. Nah mungkin kalo dalam kesehatan, iklan lain ya. Kalo iklan itu sebenarnya bukan merupakan bagian dari jurnalistik.
- A : oo gitu

(informan 3)

- A : iya, jadi gini ibu. Saya ingin mengetahui bagaimana sih cara-cara untuk mengemas pesan-pesan, khususnya pesan-pesan kesehatan melalui media massa cetak, supaya kalo..ketika dibaca masyarakat itu bisa efektif gitu.
- E : nah kebetulan saya kan pengasuh ini ya geulis ya, nah di situ kan ada kesehatan ya. Sebenarnya dari pemilihan dulu nih, dari naskah yang masuk ya, itu biasanya saya ambil yang memang naskah yang ditulis oleh orang yang berkompeten. Jadi, dokter misalnya, atau ahli kesehatan. Kalo misal tentang obat ya apoteker oke.. karena saya pikir masalah kesehatan kayaknya ada banyak yang..kalo salah nulis kan nantinya malah jadi fatal gitu. Jadi saya pilih itu dulu, penulisnya biasanya dokter.
- A : iya
- E : kalo enggak tenaga kesehatan, yang lain apoteker. Yang keduanya, yang saya lihat, materinya. Apakah memang dibutuhkan oleh masyarakat atau tidak.
- A : ng..
- E : terus yang ketiganya, kemasannya. Kemasan bahasanya. Kemasan bahasa, artinya kan di sini kita berhadapan dengan pembaca, yang sebenarnya beragam...
- A : latar belakang?
- E : latar belakang.. Pendidikan, pengetahuan, gitu.. Jadi, kita ambil bahasanya yang sederhana aja, populer, gitu. Terkadang dokter juga suka agak-agak ribet kalo nulis yah. Istilah-istilahnya memang agak2 susah dipopulerkan gitu. Nah pada saat itu, saya akan tanya penulisnya. Maksudnya apa gitu? Nah kalo yang pusing-pusing amat, ah nggak saya muat, walaupun yang nulis itu dokter. Gitu intinya. Karena saya aja nggak ngerti, apalagi mungkin nanti pembaca, saya samain aja antara saya dengan pembaca kan?
- A : hm..
- E : ngaruh juga kali ya kalo dengan istilah-istilah yang tidak ada Bahasa Indonesianya. Tidak didefinisikan dengan rinci, dengan jelas, ya sudah, nggak saya masukin, gitu.
- A : iya
- E : tapi yang selama ini saya terima sih ya, dokter-dokter yang nulis, ng..cukup bisa dimengerti bahasanya, masalahnya juga cukup aktual, bahasanya cukup populer, jadi jaranglah yang saya tolak. Yang saya tolak paling ya itu yang nulis bukan dokter..saya nggak tahu latar belakang pendidikannya apa. Kan dia bisa cuplik sana, cuplik sini juga..
- A : iya iya
- E : itu aja sih yang jadi pertimbangan ya, biasanya..
- A : kalo..ng..sebelumnya punten bu, saya taruh ini di sini ndak papa ya bu..
- E : harus deket yah?
- A : amatiran sih..
- E : saya pegangin..
- A : jangan!
- E : oh jangan..jangan..jangan sori, sori, sori
- A : bukan..nanti ngerepotin..
- E : oh nggak papa..nanti jatuh??
- A : ndak ndak..
- E : terus??
- A : sebenarnya langkah-langkah apa sih yang dilakukan Ibu untuk ng..dari pertama mungkin mengumpulkan data, sampai nanti jadi tulisan di koran. Ini langkah-langkahnya apa aja?

- E : ng..sebenarnya kalo saya kan kebanyakan tulisan dari luar yah..tadi saya lupa ngasih tahu kalo wartawan juga nulis. Kalo wartawan walaupun bukan dokter oke kan.. Sayanya juga lebih bisa percaya karena mereka kan wartawan kita.
- A : oh iya
- E : sebenarnya kalo langkah-langkahnya..biasanya ya udah kayak tadi aja. Saya dapet tulisan, lewat e-mail kek, lewat apa..artikel yang dikirim lewat pos, terus saya sortir..mana kira-kira nih, materinya dulu nih, saya lihat, menarik nggak sih kalo buat pembaca. Sampai di situ, udah ketemu materinya, ya saya tumpukin aja, soalnya kan bisa dicicil ya dikeluarinnya. Itu disortir juga dengan gaya bahasanya, pokok bahasanya. Kalo misal oke, ya kita bisa turunin lah ya. Dan pada saat pengeditan, tidak menutup kemungkinan saya potong. Judul diubah, ya tapi tetap tidak mengurangi arti. Kan kita juga nggak bisa kan, kalo judul kepanjangan. Isinya juga kalo terlalu panjang kan kita juga harus potong. Terus kalo kalimatnya terlalu panjang, kita kasih titik, koma, kita kasih jeda di mana gitu.. saya pengennya sih biasanya kalimat yang sependek mungkin gitu..
- A : sependek mungkin..
- E : sehingga si pembaca ngerti dulu gitu. Jadi saya akan potong, tanpa mengurangi artinya gitu.. setelah itu, setelah ada proses pengeditan, ya kita masuk layout.
- A : oh layout ya..
- E : he eh.. di layout, kita layout, sesudah dilayout, kita masukin ke bagian korektor. Oh sori, tadi sebelum saya mengedit, kalo tulisan tidak melalui e-mail, itu ditulis ulang dulu. Disalin ulang, namanya offset-er gitu.. di sini ada. Sebentar ya.. jadi setter itu ya..nulis ulang ajah. Kalo misal nggak ada disketnya ya kita harus tulis ulang kan. Kalo ada disketnya ya gampang, tinggal ditransfer aja. Nah baru saya edit, saya tarik ke komputer saya kan..nah baru masuk layout.
- A : oh iya
- E : nah baru di layout, kita bikin layout nya seperti apa. Dengan foto sekian banyak, misalnya. Kita masukkan ke korektor. Di korektor itu dikoreksi mungkin ada kesalahan, biasanya dilihat dari judul. Kalo dari judul ya mungkin dia bisa ngomong..teh, ini kayaknya kepanjangan, judulnya kayaknya nggak enak deh, gitu. Kita bisa diskusi. Kalo masalah isi, biasanya korektor enggak. Masalah ejaan ajah.
- A : ejaan aja ya..
- E : tapi isi ya, bisa..misalkan teh ini bisa nggak kalo katanya diganti seperti ini? Itu masalahnya sampai situ ajah. Tidak lebih dari hal-hal yang menyangkut prinsip..istilah medis misalnya. Kalo kebetulan dia tahu, ya bisa.. Tapi tidak mengubah struktur kalimatnya sampai jauh-jauh misalnya memindahkan paragraf dari sini ke sini, sini ke sini, enggak.
- A : ng..
- E : itu ada di saya. Setelah itu dibalikin lagi kan ke layout.. Kalo ada salah-salah kita diperiksa kan, sama layoutnya dibenerin. Terus kita film.
- A : oh, sudah mulai masuk proses cetak ya?
- E : iya, masuk proses produksi. Film..terus kalo sudah bawa ke sana (menunjuk gedung tempat mesin cetak) ke percetakan. Nanti ada proses di sana gitu, di percetakan. Ya itu sih, sebenarnya alurnya tidak terlalu rumit sih kalo diceritain. Hehehe. Cuma apa ya tadi ada yang kelewat nggak..
- A : kalo tadi ibu bilang yang pertama kali, itu sepertinya dari penulis ya yang memberikan artikel ke..
- E : kebanyakan saya dari penulis malah..
- A : oh gitu ya..

- E : he eh. Dari wartawannya agak jarang. Sebenarnya saya nggak punya wartawan. Wartawan khusus untuk geulis gitu yah. Namanya geulis nih suplemennya.
- A : yang hari minggu yah
- E : iya, hari minggu kan. Saya nggak punya wartawan khusus, saya cuma punya wartawan kontrak, eh wartawan lepas.. Biasanya yang wartawan lepas itu saya minta untuk bikin laporan utama, yang saya tentukan. Terus profil, karir, adalah di situ. Terus ada yang diasuh sama dokter. Itu memang mereka, dokternya juga kirim ke kita. Yang dokter juga gitu, tapi biasanya dia lewat e-mail. He eh, dokter mah. Dokter saya edit, langsung ke layout. Jadi nggak lewat proses ulang ketik. Kecuali kalo dokter Azali. Dokter azali diketik ulang, karena dia ngirimnya printout (sembari tersenyum).
- A : oo gitu.
- E : gitu. Tapi kayak dokter yang lain, dokter idi, biasanya lewat e-mail. Kayak dokter Sofi, dia e-mail..
- A : jadi bisa langsung dipake ya..
- E : bisa langsung saya akses kan, dia ngirim lewat ke saya aja langsung. Kan langsung saya ambil gitu.. kalo dokter azahari enggak. Dia printout. Kadang-kadang dokter teddy juga dia printout, tapi sering juga pake e-mail. Kalo e-mail nya macet, ya dia baru printout. Di fax ke sini, gitu.. jadi memang saya banyaknya dari dokter yang nulisnya kalo kesehatan. Arif juga kalo mau nulis boleh.
- A : hehehe
- E : bener
- A : belum, belum kompeten bu.
- E : belum? Ga papa sebenarnya artinya kan bukan..apa..ininya sih..pengetahuannya kan sudah ada. Jadi tidak harus jadi dokter dulu kan?
- A : o iya
- E : sudah ada pengetahuannya. Sesuatu yang sederhana yang dibutuhkan oleh masyarakat, sok ajah. Gitu..hehehe kalo mo nulis boleh
- A : sebenarnya ada beda nggak sih bu, dari penulis yang memberi artikel, atau dari proses wartawan sendiri yang mencari, itu ada bedanya nggak, supaya tulisan jadi bagus?
- E : perbedaan dalam hal teknisnya atau dalam hal materi? Kalo materi kalo wartawan biasanya diminta misalnya kalo tentang demam berdarah nih. Jadi wartawan biasanya diminta, tolong cariin informasi tentang penyakit apaa gitu. Ngambilnya dari angle yang mana gitu. Nah barangkali di situ bedanya. Kalo penulis kan semau dia, mau nulis apa kek, mau anglenya dari mana kek. Kalo wartawan kan, eh..coba anglenya dari sini deh. Jangan dari penyebabnya deh, itu udah biasa. Dari penanganannya, gitu. Kalo wartawan bisa diminta. Kalo penulis dia kirim sendiri. Jadi apa maunya penulis bikin ya dia kirim kan ke sini. Kita tinggal nyortir, apakah ini cocok dengan ng..pembaca atau tidak, gitu aja. Mungkin itu yah..
- A : kalo pada prakteknya sering ga jumpa, tulisan yang dikirim penulis yang ini, ah ini harusnya ga seperti ini nih. Seperti bertentangan dengan kaidah jurnalistik atau gimana. Sering nggak ketemu seperti itu?
- E : ada yah beberapa. Kebanyakan ya mungkin dokter-dokter yang masukin tulisannya ke saya, kebetulan dia ikutan semacam pelatihan jurnalistik. Jadi ada satu klub, mereka ikut di situ, jadi penulisnya pun juga udah..okey, gitu.
- A : lumayan..
- E : dan kebetulan juga, ng..pengurus..pengasuh klubnya sekarang di sini. He eh, banyak sekali dokter-dokter dari situ yang ikut. Ikut pelatihan penulisan, dia kirim ke sini, gitu..

- A : kalo boleh tahu klub apa bu ya?
 E : klub hardim
 A : oo, saya pernah dengar..
 E : pernah dengar. Tahu nggak agnes tedjaningrum? Dia pernah bikin buku juga. Dia dokter, tapi sekarang di belanda kan, ikut suaminya. Nah dia juga sama, dulunya ikut klub Hardim, dia suka nulis. Kadang-kadang kalo saya perlu tulisan dia, ah e-mail ajah.. Kirimin dong..gitu.
 A : hm..
 E : kemarin nulis buku.. bukunya bukan tentang kesehatan malah
 A : oo bukan tentang kesehatan? Karya sastra?
 E : tentang karir.. tentang ibu rumah tangga. Bahwa di rumah pun kegiatan ibu rumah tangga itu banyak, sebenarnya.
 A : lho, kok ndak ada kaitannya sama sekali dengan kedokteran? Nggak ada nyambung-nyambungnya dengan dokter malah ya.
 E : nggak, nggak ada nyambung-nyambungnya. Ya, nyambung-nyambung dikit lah, da dia di sana dia nggak praktek kan.. Jadi kegiatan dia apa yang dia lakukan waktu jadi ibu rumah tangga, dia kadang-kadang nulis. Lucu juga sih..jadi kadang-kadang dia nulis. Banyak yang dari hardim, banyak juga yang..kadang kala gini. Mereka tidak kirim, tapi kita juga minta dokter gitu. Misalkan tentang flu burung nih.. ya kita minta salah seorang dokter yang memang kompeten. Tulis..bisa.
 A : hm..
 E : kadang-kadang gitu juga. Cuman.
 A : dari pihak redaksi request
 E : haa. Dari kita minta ke dokter yang bersangkutan. Kadang-kadang dokter kan sibuk aduh saya nggak bisa, ke sini aja deh, gitu..
 A : iya iya
 E : he eh jadi kebanyakannya kiriman sih.
 A : kira-kira kalo misalkan satu tulisan bagus, dan kira-kira dia bisa efektif, memperkaya pembaca, itu bisa diukur nggak sih bu? Bisa diketahui nggak ya kira-kira?
 E : apanya? Memenuhi kebutuhan pembaca atau tidak gitu?
 A : iya
 E : itu ngukurnya agak susah juga ya. Kita harus tanya dong sama pembacanya. Cuman kita beberapa kali sih pernah mengadakan survey gitu.. bukan dari sini, bukan dari bagian redaksi. Kita punya semacam litbang gitu yah. Apa sih P2 itu..
 A : oo sepertinya saya tahu, yang ada forum pembaca itu bu ya..
 E : ada forum pembaca. Forum pembaca bisa.. tapi ada yang ngirim kuesioner gitu.
 A : o gitu
 E : he eh.. jadi apakah pembaca memang terpenuhi..apa sih namanya. Keinginannya lewat tulisan2 itu atau tidak, gitu. Kalo selama ini sih, kalo yang saya tahu dari laporannya.. cukup bagus responnya. Untuk..dulu kan hikmah ya, sekarang kan geulis. Kalo untuk yang geulis, kayaknya belum ada survey gitu. Untuk hikmah ada, dan untuk kesehatan memang salah satu yang mereka baca. Dulu kita hikmah kan sering bahas masalah anak. Maksudnya penyakit pada anak. Tentang masalah psikologi pada anak.. Sekarang kesehatannya agak lebih kepada wanita. Tapi anak-anak juga tidak menutup kemungkinan. Karena anak-anak kan juga bagian dari wanita kan. Bagian dari ibu..hehe
 A : putranya ya
 E : he eh. Jadi ibunya yang kita kasih tahu, kita kasih informasi nih. Gini lho, kalo anak bisa diabetes, misalnya. Dokter Daniel tahu yah? Dari maranatha kan?
 A : dokter Daniel.. Ada 2 yang namanya dokter Daniel.

- E : oo pernah ngirim juga. Pernah saya muat kok.
- A : pernah ya
- E : Daniel siapa yang satu?
- A : satunya Daniel Puradisastra, satunya Daniel Wibowo.
- E : Daniel Wibowo. He eh. Dia dokter ya.
- A : iya, dia dokter.
- E : he eh, pernah saya turinin tentang apa ya dokter Daniel, saya lupa materinya.
- A : beliau sempat jadi rektor waktu itu.
- E : oh ya?
- A : iya..
- E : cuman tulisannya suka panjang-panjang, gitu. He eh saya juga bingung, ini panjang banget. Kan harus dipotongnya banyak juga. Karena saya perlunya cuma 2 halaman HVS lah yang kwarto, ukuran gitu. Spasinya, spasi satu setengah.. Jadi, waa babat. Kalo kebanyakan sekali saya nggak muat. Soalnya saya takutnya harus motong terlalu banyak terus menghilangkan arti, gitu. Itu kan nggak enak ke penulisnya juga.
- A : kira-kira kalo minta penulis untuk menulis ke PR itu ada nggak minta-minta khusus
- E : ada.
- A : maksudnya minta sumbernya yang banyak dong, atau yang apa gitu.
- E : kita kasih guidance gitu, maksudnya apa?
- A : maksudnya dari redaksi minta pesen-pesen khusus gitu, atau mengharapkan sesuatu yang khusus gitu.
- E : iya maksudnya materinya. Materinya iya. Biasanya kalo minta materinya tentang ini, saya minta artikel tentang ini. Dengan panjangnya sekian karakter misalnya. Agar nantinya kita juga tidak susah ngeditnya, terlalu banyak, pusing.
- A : cukup di situ aja? Maksudnya kalo dalam hal teknis, misalnya tolong dong data-data dari pemerintah.
- E : oo gitu, kalo gitu enggak yah. Kita kasih kebebasan buat penulisnya cuma kita kasih tema ajah. Dok, ini harus ada penelitian dari sini, enggak, enggak. Kita enggak.
- A : kalo saya amat-amati ya bu. Kalo wartawan yang mencari ke lapangan itu, pasti hasilnya lebih lengkap ya. Kalo dibanding dengan penulis yang menulis yah. Kalo wartawan larinya bisa ke pemerintah, ke masyarakat.
- E : paling tidak, dia sesuai dengan apa yang kita minta. Apa yang redaktur minta. Pokoknya kita minta yang ini ini ini, pokoknya jawaban tentang ini harus ada. Dan sumbernya jangan satu, misalnya. Kemana lagi kemana. Ke pemerintahan, ke rumah sakit. Nah itu bisa lebih lengkap memang, kalo wartawan. Karena mereka kan sesuai dengan order.
- A : kira-kira dari bobot tulisannya sendiri bisa beda nggak, tulisan yang dicari wartawan dengan tulisan yang dari penulis?
- E : bobotnya? Ng..bisa iya, bisa enggak sih sebenarnya.
- A : ndak selalu ya?
- E : ndak selalu. Bisa beda. Ada dokter yang nulisnya sangat mendetil gitu, kalo nulis.
- A : kalo bicara kendala bu, selain mungkin kepanjangan, atau bahasa yang terlalu sulit, kira-kira ada yang lain, kalo misal dari penulis luar gitu bu??
- E : kendalanya memang yang paling dominan itu ya, kepanjangan sama ini..istilah istilah yang..sebenarnya tidak kita mengerti. Banyak kalimat2 yang..ya, tidak kita mengerti. Kemana sih ini arahnya, gitu? Nah kalo kayak gitu ribet, ah udah, gitu.. Nah kalo memang sangat-sangat bagus, sayang kan kalo kita ini..ya kita hubungin dokternya. Atau penulisnya yang kita hubungin pokoknya apa sih maksudnya. Tapi

- kalo misal tidak terlalu bagus, dan yang lain masih ada, misalkan yang artikel serupa, ah udah kita lewat ajah, gitu. Nggak usah dimuat, daripada ribet gitu.
- A : kalo dari wartawannya sendiri yang keluar, kira-kira sama nggak langkah-langkahnya? Atau mungkin bisa diceritain sedikit, langkah-langkahnya.
- E : kalo langkahnya hampir sama ya. Cuma kalo wartawan langsung ke saya, saya ambil dari ininya dia. Teh, ini filenya ini. Saya ambil kan, saya edit. Proses ke sananya sama.
- A : o maksudnya dari wartawannya sendiri..
- E : maksudnya gimana. Dari wartawan sendiri..
- A : iya, langkah-langkah yang harus ditempuh wartawan itu seperti apa.
- E : oooo, wartawannya ya, saat harus mencari beritanya, tulisannya?
- A : iya, iya
- E : ya jadi misalkan wartawannya udah dapet tugas dari kita, guidance dari kita, udah dapet arahan dari kita, ya mereka cari, ke sumbernya. Gitu, kalo misalnya mereka..ng..sebetulnya kita juga kasih kebebasan kepada mereka, sumbernya tidak harus yang kita tentukan. Artinya kalo misalkan gini, ng..tolong, ini di scope kesehatan ya?
- A : iya
- E : ng..misalkan tolong cari ke dokter sofi deh, wawancara tentang kan itu tentang kandungan, tentang kebidanan. Dokter sofinya kan sama wartawannya nggak ketemu, nah terus dia menentukan sendiri tanpa menelepon ke saya, bu nggak ada ini, si dokter sofi. Dia tentukan sendiri dia wawancara dokter lain, oke, ga papa. Asal dia dapet orang yang kompeten yang memang kita minta gitu. Informasi yang kita minta gitu. Jadi nggak papa. Jadi pada saat kita minta wartawan untuk cari informasi, mereka cari. Dan setelah itu, ya mereka bikin, terus, langsung ke kita. Gitu aja. Kalo misalkan ada yang kurang-kurang, ini maksudnya apa, kita bisa tanya mereka. Kurang nih, informasi tentang ini, kamu cari lagi, ya dia harus cari. Tapi sebatas itu aja sih tugas wartawan yah.
- A : berarti kalo tugas redaktur sendiri itu seperti apa bu? Atau mungkin ibu sebagai asisten redaktur, tugasnya apa bu?
- E : sebenarnya tugasnya menentukan tema. Satu. Yang keduanya mengedit. Meminta foto. Minta foto udah beda redaktur nih. Saya minta ke redaktur foto nanti. Redaktur fotonya kebetulan namanya dudi. Nah, dud, saya butuh foto tentang ini. Dudi nanti yang ini. Kadang-kadang kita diskusi. Ng..ininya kira-kira apa ya fotonya? Tentang apa ya? Orang-orang lagi ngapain? Kita biasanya kayak gitu, membicarakan fotonya, terus ya pengeditan, ada di saya, pengeditan tulisan. Sampai layout, kita harus lihat sampai dia jadi layout jadi sampai ke film sebenarnya. Seharusnya kita lihat dulu ada yang salah nggak. Okey, ini difilm? Udah difilm diliat lagi, siapa tahu ada yang salah. Nanti kalo misalnya, ini ada yang ketinggalan nih, ganti filmnya. Nah sampai situ. Sesudah itu, ya langsung ke percetakan.
- A : jadi kalo saya tangkep tugas utamanya lebih kepada pengeditan ya.
- E : pemilihan tema sama pengeditan.
- A : dua itu ya
- E : iya. Menentukan tema, pemilihan tema, itu kita yang ngelakuin.
- A : kalo pemilihan tema, bisa cerita dikit nggak bu?
- E : biasanya kalo untuk kesehatan, saya lihat yang aktual. Kayak kemarin itu flu burung, gitu. Tapi pada saat itu juga, waktu flu burung rame, kita lihat dulu di induk. Kan kita seminggu sekali nih turun, kalo misal di induk kayak kemarin di selisik itu banyaaak udah dikupas tuntas gitu, kita nggak turinin lagi lah, untuk apa, overlap. Ya kita koordinasi dulu. Atau, saya suka ngobrol dengan cakrawala.

Cakrawala kan ada sisi sainsnya yang dia bahas. Kayak demam berdarah tentang obatnya, tentang nyamuknya, tentang apanya, gitu.

A : oo ada juga ya tentang kesehatan. Saya kira cuma teknologi aja.

E : oo sering, sering, kayak kemarin, diare. Makanya dia ngomong, teh, ini saya topiknya diare. Ya udah, saya nggak nulis tentang diare, padahal diare lagi hangat, gitu. Karena kalo di saya, halamannya cuma terbatas, kalo di cakrawala, diare bisa dari halaman satu sampai ke halaman..tiga lah. Jadi ada beberapa halaman tentang diare dengan beberapa tema-tema kecil gitu yah. Jadi kita koordinasi dulu biar nggak overlap.

A : jadi dari sisi aktualnya ya.

E : he eh, aktualitas, yang pertama aktualitas dulu. Keduanya, misal nggak ada yang aktual ya, kadang-kadang penyakit kan suka ada aja yah?

A : iya

E : walaupun tidak boom pasti ah ini, ini ada nih. Ya nggak apa-apa kita bahas juga. Bisa yang misalnya biasa kan, sering gitu. Ada waktunya booming gitu, pas musim hujan. Ya bisa kita kapan aja, kita turunin gitu. Pokoknya yang kira-kira banyak deh di masyarakat terjadi, gitu. Terus kadang-kadang tematis. Seperti kan lagi lebaran nih kemarin. Saya turunin bahayanya makan makanan yang habis lebaran itu. Kan tumisan-tumisan suka diangetin lagi, angetin lagi..bahayanya apa, kita turunin. Jadi untuk tema-tema tertentu ya disesuaikan dengan ada momennya. Kayak kemarin oktober, bulan osteoporosis ya? Dunia yah?

A : belum tahu

E : he eh, nah itu kita turunin tentang osteoporosis. Kayak gitu dik.

A : ng..kalo misalnya rokok ya..

E : he eh. Rokok. Atau nanti tanggal 1 Desember kan AIDS yah, hari AIDS. Nah kita bisa bahas tentang AIDS gitu. Kalo deket-deket tanggal satu gitu.

A : apakah ada semacam rapat redaksi gitu untuk memilih..

E : iya, setiap hari senin kita rapat. Tapi rapatnya barengan yah. Pada saat kita mau nentuin tema atau apa, bisa di rapat itu. Tapi tidak selalu saya mengajukan tema pada saat itu. Cuman, redaktur saya harus dikasih tahu gitu. Tema sekarang ini, gitu, saya kasih tahu.

A : tapi lebih ke..apa ya bu ya, apa yang masyarakat butuhkan ya bu ya?

E : he eh. Iya, kita lebih ke kebutuhan masyarakat sih.

A : mungkin nggak sih bu, kalo misalkan ada yang nggak aktual nih ya, juga nggak tematis, tapi penting gitu bu..

E : oo mungkin

A : pernah nggak ada kasus seperti itu?

E : mmm...pernah lah..

A : seperti apa itu bu

E : mm...jadi misalnya...tentang kemarin saya nulis apa yah. Ah, diabetes. Saya tidak nurunin pada hari diabetes, misalnya. Bisa itu saya turunin. Pernah saya turunin.. saya turunin tentang apa lagi yah.. mm..penyakit mata lah. Pernah saya turunin juga. Itu tidak ada momen tertentu..tidak ada.. ya pokoknya tidak berhubungan dengan ini lah..

A : tidak tematis gitu bu..

E : he eh..(menganggukkan kepala)

A : tadi kalo ibu bilang tiga poin bu, yang penting dalam suatu penulisan berita, yang pertama itu sisi aktualitasnya, kemudian kedua materinya, ketiga pengemasannya, kira-kira pengemasannya selain bahasa itu apa lagi bu? Atau mungkin bisa ceritakan lebih banyak tentang pengemasan itu bu.

- E : sebenarnya..kalo di sini yang utama sih bahasa yah. Bahasa sih yang populer ya, kalo pengemasan itu. Soalnya kalo misalkan kita bagiin subjudul-subjudul itu sudah teknis ke kitanya dibagiin kalo misalkan si penulisnya ngirim blek gitu aja, ga ada tema-tema sub tema ya kita bagi-bagi. Biar pembacanya nggak ini kan namanya, bosan mbacanya. Kalo mbacanya gitu teruuussss ga ada sub temanya. Ya paling tidak kita kasih 'ster' lah, kasih bintang-bintang gitu. Jadi ada sret gitu, kasih ster lagi.. itu menandakan masalahnya agak berbeda dengan yang di atas. Terus dalam masalah..ini masuk ke layout kali yah? He eh, pengemasan itu kan masuk layout. Kita biasanya ada kayak eye-catcher gitu.
- A : eye cathcer?
- E : he eh, eye catcher itu tulisan yang kira-kira ng..kalimat itu penting, lebih penting dari yang lainnya gitu. Kita blok..
- A : seperti kutipan-kutipan?
- E : he eh, bisa kutipan, bisa.. biasanya kutipan sih yang saya ambil. Kita blok, kita miringin di atas, kayak jendela gitu, dikasih jendela gitu.
- A : oo dikasih frame
- E : he eh, biar oo..ini penting gitu. Terus ng..masuk lagi layout, biar pembaca tidak bosan gitu, biasanya kita kasih fotonya 2.. misalnya dalam satu rubrik itu, misalnya rubrik kesehatan. Atau satu pun fotonya, tapi agak besar gitu.. Kita crop gitu. Sebisanya menarik, gitu. Dan judul.
- A : judulnya gimana bu?
- E : judulnya yang kira-kira..memancing orang untuk baca, gitu
- A : berapi-api
- E : nggak berapi-api sebenarnya.. yang memancing orang untuk baca ajah. Nggak datar teuing gitu, hehehe.
- A : okey.....aduh apa lagi nih. Saya kan suka anu..kalo lagi baca apa pun di media, itu suka dengan tampilan-tampilan visual gitu. Kira-kira sepenting apa sih tampilan-tampilan visual itu bu?
- E : ih, penting sekali menurut saya sih.. ini foto kan. Di sini visual artinya foto kan?
- A : layout, gambar plus keterangan atau apa..
- E : saya pikir penting, karena kalo cuman tulisan aja gitu orang juga bosan baca. Itu yang pertama, gitu. Yang kedua.ng..kalo foto itu kayaknya lebih bicara deh, menurut saya.
- A : satu gambar mewakili seribu..
- E : he eh, satu gambar mewakili seribu kata, gitu. Bisa begitu kan?
- A : he eh.
- E : nah terus layout harus, biar lebih enak dipandang aja sih sebenarnya kan? Kalo misalkan ini cuma tulisan terus-terusss aja gitu, terus ga ada sub tema. Ah,orangnya juga aduh males ini kepanjangan, kayak gitu. Penat gitu lihatnya. Ya gimana orang nggak minat mbacanya gitu. Jadi kasih foto-foto..
- A : kenapa sih bu, kalo jaman sekarang-sekarang ini hal-hal kayak gitu jadi serasa makin penting ya? Kalo lihat koran-koran jaman dulu kan..
- E : he eh. Sekarang koran-koran lebih main di foto.
- A : he eh, kira-kira kenapa ya seperti itu, mungkin itu ada pendapat tersendiri
- E : kalo menurut saya sih ya.. orang-orang itu sekarang sudah..dalam tanda kutip kekurangan waktu untuk baca. Baca kan kalo banyak sekali, aduh males nih bacanya gitu kan. Melihat fotonya, ih, fotonya menarik. Makanya baca. Orang pertama lihat judul dulu biasanya. Lihat judul menarik, dia baca. Terus ada gambarnya menarik juga nih. Coba, pengen tahu isinya. Kalo cuman tulisan aja panjang gitu, orang-orang juga males bacanya, akan lelah gitu. Lagian sekarang kan

banyak yang sibuk gitu. Yaa, nggak jarang lah orang yang cuman baca judulnya ajah. Bener.

A : kok bisa tahu bu?

E : he?

A : kok bisa tahu..

E : ng..saya kadang-kadang begitu. He eh, saya kadang-kadang begitu, tapi.. tidak hanya saya. Saya suka ngobrol sama temen2, sama yang lain, dan teori pun juga mengatakan demikian, hehe. Bener, kayak gitu, jadi sebenarnya sangat penting gitu. Ah, teu rame judulna, teu dibaca.. jadi judul, sama ini lead. Sekarang orang cenderung di lead itu yang menarik gitu. Dari dulu juga yang menarik yang di ke atasin. Kayak gitu sekarang. Jadi tulisan tidak panjang-panjang. Main foto biasanya sekarang. Rata2 begitu kan sekarang. Media cetak coba aja. Jarang lah yang miskin foto sekarang.

A : lebih enak juga sih ya, bacanya ya..

E : he eh, bacanya juga nggak capek, gitu. Kitanya nggak capek.

A : jadi dari segi..apa ya..tadi ya, dari segi aktualitas, isi, pengemasan, ini kalo udah dikerjakan dengan baik mudah-mudahan pembaca bisa..

E : iya, kita berharap begitu.

A : jadi dalem bagus, luar bagus bu ya?

E : kenapa??

A : dalem bagus luar juga harus bagus bu ya?

E : oh iya. Kita berharap sih pembaca bisa puas yah. Tapi pasti adalah yang tidak puas. Ada yang ng..ah ini kurang, ini kurang. Pasti ada lah yang kayak gitu. Cuman kita berupaya ajah, untuk memenuhi keinginan pembaca.

A : oya, satu lagi pertanyaan bu. Kan di koran itu kolom-kolom untuk menulis itu terbatas bu yah. Sedangkan kita kadang-kadang harus motong banyak informasi. Nah, yang kepotong ini kan ndak mesti bagi redaktornya itu nggak penting gitu. Mungkin buat orang lain penting, gitu. Itu, gimana mesti milih bagian mana yang harus dipotong..

E : ng..yah..kita ya memang dengan halaman terbatas itu menuntut kita untuk ng..memilih mana sih yang paling, gitu. Dari yang penting mana sih yang paling penting gitu. Dituntun untuk yang seperti itu.

A : kira-kira tips-tipsnya untuk memilihnya gitu? Ada acuan-acuan atau pedoman-pedoman tertentu gitu?

E : kalo saya sih lihatnya oh ini kayaknya lebih dibutuhkan ketimbang yang ini. Misalnya apa ya kalo kayak contoh..ng.. apa ya? Misalnya hal-hal yang lebih..misalnya tentang penyakit nih. Kalo yang dikatakan oleh dokter, misalnya lebih penting ketimbang yang dikatakan oleh yang dari pemda misalnya. Nah saya milih yang ini. Kayaknya masyarakat lebih butuh tentang informasi ini. Tentang kesehatannya, daripada tentang kebijakannya. Nah seperti gitu lah, kayak gitu.

A : jadi pertimbangan dari redaktur sendiri ya bu.

E : he eh, iya, seperti itu. Ya mungkin aja masyarakat juga, ng..apa, oh yang saya butuhin bukan ini, gitu. Tapi kita berusaha meraba empati ajah gitu. Ya mudah-mudahan yang kita pilihin itu cocok buat mereka, gitu. Hehe, susah kan kalo misalkan kita harus tahu persis tentang keinginan masyarakat itu nggak mungkin, gitu. Yah, berpegang pada survey-survey ajah, mereka lebih maunya apa, gitu.

A : iya, iya ibu. Saya kira saya paham apa yang ibu ingin sampaikan. Saya pikir cukup aja sekian bu.

E : iya, kalo misalkan ada kurang-kurang boleh lah telepon gitu.

A : barangkali kalo ada kurang-kurang saya boleh kontek-kontek lagi bu ya.

E : boleh..

(informan 4)

- A : iya. Ini sebelumnya terima kasih dulu bapak ya. Bersedia meluangkan waktu untuk jadi narasumber buat penelitian saya. Pertama boleh sedikit kenalan dulu nggak pak. Siapa nama lengkapnya, pak?
- R : nama lengkapnya Riadi.
- A : oh Riadi. Titelnya?
- R : ya MPH ajah.
- A : MPH. bisa cerita sedikit nggak pak, latar belakang pekerjaan bapak sekarang.
- R : kalo sekarang saya kepala bagian dinas kesehatan di setda propinsi Jawa Barat. Kesehariannya saya memberikan masukan kepada pimpinan daerah pimpinan Jawa Barat tentang kesehatan. Jadi draft untuk diambil keputusan oleh pimpinan wilayah itu, dapurnya di tempat saya.
- A : iya. Maksudnya strategi-strategi yang akan diterapkan..
- R : iya, permasalahan kesehatan apa. Semua kebijakan kesehatan. Sekarang kan mau membicarakan bagaimana kita mau kampanye campak. Kita akan melakukan imunisasi campak, untuk anak-anak. Ya kita godok. Apakah kebijakan dari pusat ini untuk dilakukan ini kita sudah siap tidak. Nah saya kan harus memberikan masukan kepada pimpinan. Pada gubernur, bagaimana nanti operasional di lapangan untuk melaksanakan kegiatan itu. Jadi biasanya dari, secara operasional itu kan dari dinas kesehatan, tapi kebijakannya kan diambil dari pimpinan wilayah, kan gitu. Dalam hal ini gubernur. Kalo gubernur tidak mendapat informasi tentang itu, ya beliau nggak tahu tentang rencana kampanye campak itu. Itu tugasnya di tempat saya seperti itu. Mengolah apa yang akan diambil Jawa Barat.
- A : hmmm. Kira-kira ada kekhususan di bagian promosi kesehatan nggak pak?
- R : itu..sebagian kecil saja.
- A : sebagian dari promosi kesehatan pak ya?
- R : ya salah satu kan bagaimana melakukan kampanye itu. Nanti pak gubernur akan meneteskan.. kalo yang mengimunitasikan kan petugas kesehatan..
- A : iya, tapi ini..dari gubernur sendiri.
- R : iya. Atau memberikan kapsul vitamin A. Nah itu nanti bagaimana pelaksanaannya. Jadi di tempat saya begitu. Jadi bagaimana mengarahkan hubungan dari sektor-sektor. Nah itu kan nanti gubernur tinggal memerintahkan. Itu kan salah satu bentuk promosi kesehatan.
- A : iya. Kemudian yang saya denger dari dr.dani, menurut beliau bapak ini akrab dengan mengkritisi pesan-pesan kesehatan yang ada di koran gitu pak. Bisa cerita sedikit pak?
- R : nah itu karena keilmuan saja. Saya sejak s1nya memang seneng dengan media itu. Kemudian pekerjaan saya sebelum di setda pekerjaan saya di seksi promosi kesehatan.
- A : ooo begitu ya.
- R : ya salah satu tugasnya adalah melihat bahan-bahan atau pesan-pesan yang ada di media.
- A : salah satunya koran pak ya.
- R : iya.
- A : nah kalo seperti itu pendapat umumnya tentang strategi promosi kesehatan.. kan promosi kesehatan itu kalo saya baca di literatur kan macem-macem ya pak, strategi medianya. Bisa elektronik, bisa lewat cetak, segala macem. Kalo menurut bapak gimana dengan strategi yang memakai koran itu pak?
- R : ng..itu kan gini. Di ilmunya itu bahwa pesan itu satu. Tapi medianya harus banyak.

- A : oo semakin banyak semakin baik ya.
- R : iya. Kan yang baca koran itu segmennya tertentu. Yang baca leaflet itu tertentu, yang baca tabloid itu tertentu kan. Nah sekarang kalo kita mau memberi informasi kepada masyarakat itu kan harus kepada semua sasaran. Kalo kita hanya memberikan informasi atau pesan hanya di koran. Hanya orang-orang yang membaca koran saja yang menerimanya. Sama, kita mau memberi tahu sesuatu hanya kepada mahasiswa. Yang tahu hanya mahasiswa. Yang lainnya ya nggak tahu. Siapa yang kita sasar ya dia yang mendapatkan. Ya kalo kita memberikan informasi melalui koran. Ya kita hanya memberikan informasi kepada orang-orang yang membaca koran. Itu teorinya begitu.
- A : jadi kalo secara tersirat informasi satu medianya banyak itu justru strategi yang baik pak ya.
- R : memang harus begitu.
- A : justru harus begitu ya.
- R : sekarang coba kasus contoh ini. Sms dari ibu menteri ke semua masyarakat. Itu belum tentu sms didapet oleh semua orang. Sekarang mau kampanye, gubernur, atau bupati, atau presiden. Kan sudah ada nomor sms terdaftar. Kirimin aja. Pilih saya. Kan bisa saja begitu. Belum tentu sms dibaca. Ah ini mah.. tapi kalo dia pas dia ke kantor. Ada billboard dia baca. Oh ya betul tadi saya dapet sms. Di billboard saya baca pilihlah saya. Oh iya bener, cocok. Denger di radio ada lagi. Di kantor pas dia baca koran oh ada lagi. Akan lebih percaya dia dengan pesan itu.
- A : iya iya. Ngomong-ngomong kalo di koran sendiri pak. Ee..bapak selama ini, atau waktu dulu pak, katanya sempat mengkritisi, atau memberi masukan-masukan gitu, gimana pak, pernah nemu satu kasus yang..
- R : ya sekarang juga masih. Misalnya saja koran. Misalnya ng..pesan kesehatan di koran itu seperti apa. Berbeda juga koran itu. Ada koran yang beroplah nasional misalnya kompas, media indonesia. Ada koran yang beroplah lokal, jawa bara, misalnya pe er. Ada yang sub lokal lagi, misalnya radar., galamedia. Itu juga ada segmen-segmen. Orang yang baca pe er, belum tentu baca galamedia, atau Bandung radar. Biasanya kalo koran itu bacanya satu. Kecuali pejabat yang baca korannya ada lebih dari satu ya. Orang rakyat pada umumnya itu cuma satu. Satu pun yang baca belum satu. Kalo satu penduduk baca satu koran kan bagus. Sekarang tanya oplah pe er ajah berapa. Itulah orang yang baca. Kali misalkan dalam keluarga empat, ya segitu. Kalo misalnya pe er oplahnya 100rb, dikali empat aja. Nah jadi yang baca hanya 400rb orang. Misalnya begitu. Nah sekarang ada fenomena lain. Di perempatan-perempatan itu orang ada yang menjajakan koran yah. Tapi orang bisa baca 100 rupiah 200 rupiah boleh baca di situ, di tempat. Setelah baca dikembaliin. Itu kan ada yang begitu.
- A : itungannya jadi.. lain lagi pak ya.
- R : jadi lebih. Tapi secara rata2 seperti itu. Kan orang yang baca kan itungannya itu satu orang. Nah sekarang yang baca PR, yang baca Galamedia, yang baca radar, segmennya beda-beda. Kalo PR, nanti kan bisa ditanya ke pikiran rakyat, dia segmennya apa. Pasti menengah ke atas. Tapi kalau galamedia menengah ke bawah. Radar, mungkin lebih lagi, pada segmen siapa nih orang yang aktif, orang yang muda, dan lain sebagainya. Tapi kalo PR kan lebih ke keluarga dia, apa namanya, sasarannya. Nah kalo sekarang pesan kesehatannya apa. Kalo PR, jadi bahasanya harus bahasa keluarga. Informasinya tentang keluarga. Contohnya, di tiap minggu itu ada, di PR itu ada informasi untuk pemuda. Pe er kecil, atau, anak-anak ya. Untuk remaja, misalnya..
- A : belia ya

- R : belia. Jadi yang baca adalah.. nah belia ini banyak sekali, pesan-pesan kesehatan ada banyak. Nah kalo di pe er kecil, ada, tapi lebih pada pengembangan anak. Tapi ada pesan-pesan kesehatan di situ. Nah kalo pr itu kekhususannya apa, berita, ide, atau apa namanya. PR itu kan lebih banyak ke berita. Jadi banyak hal-hal yang menyangkut berita. Beda dengan kompas. Kalo kompas kan lebih, dia lebih artikelnnya kan. Jadi orang baca pertama artikel. Nuansa beritanya berbeda. Ng..berita yang dibuat artikel. Itu berbeda masing-masing. Galamedia juga sama, galamedia lebih ke berita dan beritanya lebih ke segmen tertentu lagi. Jadi yang mau dilihat apa, yang mau dievaluasi apa. Mengkritisi apa, itu disesuaikan dengan kondisi itu. Sasarannya itu.
- A : sasarannya ya. Sebetulnya untuk saya sendiri sih penelitiannya fokusnya lebih ke pada teknik-teknik mengemasnya pak. Misal dari awal bagaimana mencari sumber, bagaimana menulisnya, bagaimana menyajikannya kasih gambar-gambar yang bagus..
- R : nah makanya kalo ke koran itu harus tau itu dulu. Sasaran dulu. Siapa yang mau kita tuju. Informasi ini mau untuk siapa. Kalo menengah ya ambil galamedia. Jangan ambil kompas, nggak akan dibaca.
- A : maksudnya dari pihak..
- R : dari pihak kitanya belum menentukan pesannya aja, model pesannya.. kita harus tau dulu sasarannya. Kalo kita mau mengambil keputusan, untuk advokasi mesti kompas. Karena pejabat baca kompas.
- A : em.. gitu pak ya.
- R : soal pesan itu nanti lain lagi. Jadi untuk advokasi ya harus ada gambar menarik. Makanya kompas kan biasanya ada jajak pendapat. Yang lebih ilmiah lah misalnya. Itu, begitu. Nah kalo PR, enggak dia. Dia hanya artikel saja, berita. Jadi advokasinya mungkin kalo misalnya ada 5 anak keracunan makanan disebabkan karena tidak adanya pengawasan oleh dinas kesehatan. Artinya itu kan kesannya oh itu hanya teguran kepada orang dinas kesehatan, tidak melakukan pengawasan, kan gitu.
- A : he ehm..
- R : jadi tergantung pada..
- A : targetnya
- R : targetnya. Kalo soal menarik itunya, orang di koran sudah tahu. Tapi kita bisa bantu. Sekarang, kita mau ditempatkan di mana, pesan tadi. Segmennya berbeda. Misalnya di PR itu dimana orang yang sering baca pertama. Supaya orang bisa gini, itu sangat tergantung kita [memusatkan pandangan pada satu titik sembari tangan memeragakan membaca koran]. Di halaman pertama, dengan halaman 4 beda. Nah kalo di halaman pertama kita mau dimana nih. Space yang paling banyak dibaca. Nah itu harus tahu. Kalo dulu.. bukan dulu. Misalkan PR, itu ada pojong mang ohle. Semua orang baca PR pasti baca itu. Jadi sekarang kalo mau mengemas itu, informasi, di mang ohle itu. Nah sekarang bagaimana sekarang kita bisa pesan kita dimuat di mang ohle. Nah itu pendekatan-pendekatan kepada redaksi. Nah pentingnya apa, kenapa harus masuk di situ. Kan berbeda juga. Nah misalnya ah, cukup. Di headline belum tentu orang bisa baca asal sepiintas aja. PR itu punya ciri khas mang ohle itu.
- A : maksud tadi pendekatan itu lobi lobi.
- R : iya, ke redaksinya. Kalo yang di mang ohle itu kan sedikit informasinya. Jadi berebut dengan informasi yang lainnya.
- A : hehehe [tersenyum]

- R : isu apa yang sekarang ada. Kan sekarang isu apa? Alda. Bagaimana isu itu dikemas menjadi informasi. Jadi tergantung kita mau ngambilnya apa. Kalo kita punya uang. Nah itu..kadang-kadang berhubungan dengan uang juga. Atau berhubungan dengan kepentingan-kepentingan. Ada tekniknya supaya kita bisa masuk ke kolom-kolom itu. Kalo kita misalnya berita, tapi di halaman berapa. Nah, harus tau di halaman berapa itu orang baca apa. Ng, masing-masing lembaran di koran itu punya..punya..kekhususan. Kan berita daerah ada di halaman berapa, misalnya. Untuk bisa menarik berita daerah itu, kita harus lakukan apa. Nah kita harus dekat dengan redaksi, gimana kita mau memuat itu. Karena kan bukan kita yang memutuskan. Informasi kita ini, yang dari mereka, bukan kita yang memutuskan. Yang memutuskan kan redaksi.
- A : maksudnya dari segi apa pak, yang bukan keputusan kita.
- R : dari segi, ng..informasinya ditempatkan di mana kan mereka yang memutuskan.
- A : ng..tapi isinya kan tetep dari kita.
- R : iya, isinya bisa dari kita. Bisa bargaining juga. Yang penting dari kita informasinya tentang ini. Mereka yang mengolah. Nah itu bisa kerja sama dengan balai iklan. Mereka kan ada iklan layanan masyarakat gitu. Jangan sampai layanan masyarakat disimpennya di mana gitu. Atau pesan kita yang berharga itu disimpennya di mana gitu. Nah itu sering tidak dimanfaatkan oleh pemerintah atau rekan-rekan yang di bagian promosi kesehatan. Itu harus tahu tentang..itu harus tahu.
- A : dari bapak sebagai pengamat pak ya. Selama ini yang namanya informasi kesehatan yang dikemas di koran itu yang penting itu apa sih pak, biar dia itu bisa menarik. Maksudnya terlepas dari..apa ya.. dari segmen mungkin pak ya, harus mengikuti aturan-aturan apa.
- R : tergantung dari tujuan promosi. Kalo untuk advokasi ya bahasanya harus bahasa advokasi. Kalo bahasanya untuk informasi masyarakat, itu harus informasi.
- A : kalo advokasi itu... misalnya seperti apa ya pak?
- R : advokasi itu untuk diambil keputusan..
- A : ada contohnya nggak pak?
- R : contohnya misal.. ada gizi buruk di daerah..atau telah meninggal anak dengan busung kelaparan. Itu pasti pimpinan daerah yang akan menindaklanjuti. Tapi tentang bagaimana menangani gizi buruk, itu harus artikel. Atau pendapat ahli di situ dituliskan.
- A : kalo advokasi lebih ke..atas
- R : pengambil keputusan.
- A : bottom up gitu pak ya. Kalo informasi lebih cenderung ke masyarakat..
- R : iya. Jadi kita mau apa, tujuannya promosi atau memasukkan pesan kesehatan itu untuk siapa.
- A : kalo untuk masyarakat pak.
- R : kalo untuk masyarakat ya lebih ke informasi yang ringan, atau tergantung. Tergantung dari segmen dari korannya itu. Kalo ke kompas, kita harus ngasihnya artikel. Pasti orang baca artikel. Tapi kalo ke PR itu tadi, yang ringan-ringan, berita singkat. Jadi jangan artikel.
- A : itu kalo dari artikel atau dari segi berita ya pak. Kira-kira ada aturan2 lain nggak pak, misalnya dari segi panjang kata-katanya gitu pak
- R : oh ada, ada. Jadi tambah singkat pesannya, tambah mudah dipahami. Kalo misalnya leaflet gini kan harus 1000 kata. Tidak boleh lebih. Sama, berita di kalo di media2 gitu, itu kan headlinenya dibaca, orang kan bisa tau. Padahal headline dengan isinya jauh berbeda.
- A : hehehe [tersenyum]

- R : kadang-kadang beritanya sedikit, tapi tentang.. itu akan lebih cepet orang ngertinya. Makanya berbeda. Kalau artikel, panjang, itu Kompas. Biar gimana pun akan dibaca. Tapi kalo kayak di PR orang ga akan baca yang panjang-panjang. Paling 1 kolom, bisa hanya sepertiganya, mungkin. Orang sudah bosan bacanya.
- A : kok bisa tau pak, kalo kecenderungannya masyarakat seperti itu?
- R : itu sudah pasarnya begitu. Kecenderungan orang begitu.
- A : atau teorinya memang begitu.
- R : teorinya bisa. Ng..tetapi koran itu sudah membuat image seperti itu. Sekarang kalo orang baca Kompas, pasti artikel yang dia kejar. Berita. Beritanya kan juga panjang-panjang kalo Kompas. Lebih detil dia, berupa artikel. Jadi bisa bandingkan anda bisa baca Kompas dengan PR. Atau PR dengan Galamedia, itu berbeda. Beritanya sama, tapi cara menulisnya berbeda, gitu. Artinya..kalo orang Galamedia lebih pendek lagi dia. Karena orangnya yang bacanya segmennya menengah. Orang gak suka baca lama-lama.
- A : jadi tetep ada pengaruh dengan segmen, sasaran pembaca?
- R : iya. Kita mau bikinnya di mana. Seperti itu harus tahu. Dan yang mengolah itu harusnya kita. Orang promosi. Oh ini mah buat koran ini. Jadi sebetulnya press release apa segala macam betul diolah oleh wartawan. Kalau press release ini sudah kita tentukan oh ini untuk segmen ini, itu akan mudah orang wartawan itu, orang media itu mengolahnya. Mengapa kemarin waktu siapa..pak Jusuf Kalla, humas itu, juru bicara dikritisi. Karena informasi yang ditulis oleh Kompas, atau Galamedia, atau radar, itu beda. Padahal informasi juru bicara kan sama.
- A : hehe, bisa gitu pak ya??
- R : bisa. Kadang-kadang bisa miss kan? Sekarang kalo Kompas dia inginnya detil kan? Kalo orang media Indonesia, orang-orang apalah, tempo, begitu, biasanya mereka ingin diskusi lebih lanjut dengan pemerintahan itu. Dia harus gali informasi tambahan. Kalo majalah, tempo misalnya. Harus investigasi dia. Tetapi kalo..misalnya.. [ponsel berbunyi]
-
- A : iya, tadi kalo yang saya tangkep lebih harus dikaitkan dengan segmennya pak ya. Kalo secara umum, bisa nggak ya pak, diambil aturan-aturan yang bapak penting itu. Apakah dari isinya, apakah dari pengemesannya. Pake gambar-gambar. secara umum aja pak.
- R : kalo secara ini, di media koran, bukan gambar. Tapi kata-kata. permainan kata-kata. orang di bahasa PR, dengan bahasa Galamedia, dengan bahasa radar, berbeda. Nah sekarang mana ini nya. Kalo kita mau pasang di radar, kata-kata radar yang harus kita keluarkan. Beda, cara pengungkapannya beda. Misalnya kan kadang-kadang segmennya orang-orang tertentu. Jadi di PR juga bukan gambar. Tapi dengan kata-kata. Kalo gambar, paling dengan foto. Kecil, ini aja tentang informasinya. Misalnya tentang gizi buruk, gitu. Nah itu bagus. Memperjelas. Tapi harus diberikan artikel di sebelahnya tentang apa. Jadi kalo gambar hanya sebagai pemicu orang untuk membaca. Itu bagus, untuk bisa memicu orang ngikutin artikelnya. Tapi setelah baca artikelnya ah nggak ada apa2. Ya udah lewat, orang-orang.
- A : kalo bapak sendiri, posisi sebagai pembaca, dikonfer dengan pengetahuan bapak sendiri bagaimana pak, menanggapi selama ini yang sudah ada di koran-koran itu.
- R : ya itu. Ng..belum memberikan pembelajaran bagi masyarakat.
- A : artinya bagaimana pak.
- R : artinya kan kalo promosi itu kan proses pembelajaran. Belum menjadi..em..hanya menjadi berita saja. Belum menuntun masyarakat untuk belajar.
- A : mmm...

- R : contoh misalnya bagaimana sih orang bisa menganggulangi sampah di kota Bandung. Itu kan di koran-koran sudah banyak. Sekarang ada gerakan misalnya. Pak siapa kemarin. Mengumandangkan 3R. Itu untuk diikuti atau untuk apa. Bahasanya beda. Koran dengan bahasanya beda dengan di tivi.
- A : gitu pak ya.
- R : iya. Kalau 3Rnya kalau ini bukan hanya itu. Tapi apa yang harus bisa dilakukan oleh masyarakat. Dan itu harus berulang-ulang. Coba masyarakat disuruh mengumpulkan barang-barang bekas. Bagaimana caranya? Nggak pernah kan dalam artikel itu gimana caranya? Tiga R sudah ajah. Operasionalnya.. tapi segmennya harus berbeda tadi. PR, galamedia, kompas, atau tadi..
- A : radar.
- R : radar.. Berarti kan siapa sih sasaran yang 3R itu? Siapa sasarannya?
- A : masyarakat pak..
- R : masyarakatnya siapa.
- A : oo tergantung lagi ya pak. Apakah itu keluarga, apakah itu..
- R : di keluarga itu siapa..
- A : oo harus bener2 jelas pak ya.
- R : harus jelas. Yang paling kena sampah itu siapa? Pembantu. Pembantu itu bacanya koran apa. Nggak kena kan 3R? Paling ke ibu, sasarannya. Ibu-ibu rumah tangga. Nah nanti mana ibu yang suka baca. Tidak semua bisa baca di PR. Jadi paling banyak bacanya apa ibu-ibu? Galamedia. Informasi ada galamedia. Bagaimana melakukan 3R itu di rumah tangga. Kayak gitu. Kalau 3R di PR ga akan ada yang ngelakuin. Kalau galamedia banyak ibu-ibu yang baca.
- A : iya.
- R : jadi itu tadi. Kritisinya seperti itu.
- A : Selain dari masalah pembelajaran. Barangkali ada lagi pak yang lainnya.
- R : kalo sebetulnya media itu proses membantu masyarakat untuk melakukan pembelajaran. Koran, itu sebagai upaya untuk lebih meng-explore pengetahuan yang sebenarnya dia sudah dapat. Gitu. Jadi kalo ada artikel kecil di pojok apa itu, mang ohle. Masyarakat hayo kita melakukan.. atau apa bahasanya.. ngajak 3R dicanangkan menteri. Menteri di rumahnya pernah pegang tempat sampah? Kan gitu.
- A : hehehe
- R : kan gitu. Tapi dari situ orang akan..oh 3R, ini apah? Di belakang ada lagi tulisan. Bagaimana melakukan 3R, nah gitu. Nanti minggu depan dipilah lagi. Tiga R, reducenya apah.. sampah, ada artikel lagi. Atau informasi yah, bukan artikel. Di kabupaten anu, atau keluarga anu, ada berita tentang.. bagaimana masyarakat itu melakukan reduce.
- A : jadi koran untuk membantu mengexplore itu tadi, pengetahuan-pengetahuan..
- R : iya. Koran kan untuk memperjelas. Di tivi. Makanya ga bisa kalau hanya di koran saja. Ga ada di tivi, orang nggak denger juga, nggak baca 3R itu. Di radio nggak ada informasi tentang 3R, 3R, 3R, orang nggak ngerti. Nanti harus disinkronkan, pesan di galamedia, atau di PR, atau di radar. Di radionya harus radio apah. Tivi, tivinya apah. Begitu juga harus. Itu namanya satu benang merah informasi itu sampai pada masyarakat. Kalau kita hanya menggunakan koran untuk melakukan penerangan tentang kesehatan. Dari masyarakat, itu nonsense.
- A : nggak bisa mencakup semuanya pak ya.
- R : bukan nggak bisa mencakup semua ajah. Yang baca aja belum tentu memahami lebih mendalam.

- A : tadi yang sempet saya tangkep bapak lebih menekankan koran yang mana pak ya, supaya bisa nyampek ke masyarakat. Kalo dari segi yang sepelnya pak. Dari segi bahasanya harus yang akrab, atau gambarnya..
- R : bahasanya harus sesuai dengan korannya.
- A : kalo dari perwajahnya pak?
- R : iya sama. Gambarnya juga kalo yang gambarnya PR, gambarnya radar, gambarnya itu beda. Dari segi kualitas, dari segi angle, pengambilan gambar itu berbeda.
- A : kira-kira menurut bapak itu yang bagus seperti apa pak.
- R : mm, tidak ada yang bagus. Semuanya bagus. Hanya tergantung sasaran. Mereka sudah menciptakan sendiri imej-imejnya, korannya. Saya misalnya mempunyai gambar yang bagus. Kasih ke radar. Belum tentu diterima. Karena dia sudah punya.. suka aneh kan orang kan ada wartawan yang. Bukan wartawan. Media itu beli, karena dia ter ini oleh antara.
- A : iya. Iya
- R : pernah baca antara.. sama saja korannya koran kompas sampai koran ini, gambarnya sama, ngambil dari antara. Itu akan aneh, di medianya itu.
- A : kok bisa aneh pak
- R : aneh, karena yang ngambil gambar itu, mungkin orang Reuters. Oh lain lagi segmennya. Cara angle nya kan beda. Detilnya kan beda. Orang-orangnya. Seperti itu. Jadi kadang-kadang informasinya Antara ngasih. Terus berita nya full tidak disaring oleh dewan redaksinya. Rasanya aneh, anda bisa..baca ajah. Misalnya apa yah. Kasus yang sekarang ini, Jusuf Kalla yang ngomong ke pak Humas itu. Tulisannya di Kompas, tulisan di PR, di Galamedia, di Radar, itu beda sama sekali. [telepon berbunyi]
-
- R : iya, masih ada lagi? Nanti kapan-kapan ini lebih ini lagi.. tapi harus konfirmasi dulu kapan..
- A : enggak, sedikit lagi saja pak ya. Kalo misal kemarin sempet wawancara dari PR, kemudian juga saya sempet sebarin kuesioner ke mahasiswa sebagai sampel pembaca koran itu mereka kurang lebih sama pak. Kalo enggak dari bahasanya yang harus awam, gambarnya yang harus banyak, supaya informasinya bisa lebih masuk ke mereka gitu. Kalo menurut bapak gimana gitu pak. Nggak ada hubungannya dengan efektivitas pak ya.
- R : yah, sebetulnya nggak ada kalo yang seperti itu.
- A : jadi kebanyakan mereka suka bahasa yang awam. Misalnya..
- R : belum tentu. Kalo tulisan di PR belum tentu bahasa awam. Di Kompas belum tentu bahasa awam.
- A : mm, masalah gambar-gambar lebih bagus..
- R : itu mah, tidak terlalu.. Gambar itu mah di media hanya sebagai penambah ilustrasi saja. [berbincang-bincang dengan seorang wanita]
- R : terus apa lagi.
- A : jadi kalo boleh saya simpulkan pak ya. Jadi dari kita pihak yang akan memberikan informasi itu harus benar-bener tahu segmen mana yang harus kita sasaran berikan informasi kesehatan pak ya. Itu ajah yang penting pak ya.
- R : jadi pesannya kepada siapa. Kita lalu masukannya korannya apa, itu harus match.
- A : jadi sasarannya siapa, korannya apa, harus match. Masalah kata-kata harus pendek, atau apa, itu nggak..
- R : kalo Kompas bahasa awam nggak akan ngerti. Harus ilmiah. Anda baca Kompas beda kan. Gini aja lah. Anda baca Kompas, terus baca PR, ada satu yang nggak enak. Coba ya.. bacanya apa?

- A : saya nggak baca pak. Tapi paling sering baca PR pak.
- R : PR. Coba anda baca radar. Ada..
- A : jadi masalah gambar, foto, itu cuma masalah samping.
- R : foto itu bisa jadi penguat. Tapi harus tepat juga. Gambar yang di PR, gambar yang di kompas, gambar yang di radar, beda. Anglanya beda. Kalo di kompas kan harus.. kalo di PR kan ada yang kurang..pas lah masih bisa dibilang gitu. Tapi sekarang ada komisi penyiaran. Itu komisi penyiaran juga nggak sampai ke sana ya. Sampai ke detilnya. Yang jelas tidak sampai merusak tatanan masyarakat. Tidak membuat opini yang menjerus kepada hal-hal yang membahayakan. Gitu..??
- A : bentar satu lagi pak. Tadi yang babapak masih belum menjadikan pembelajaran bagi masyarakat itu karena faktor apa pak?
- R : ya itu karena ketidaktahuan dari orang yang ingin menyampaikan informasi kepada sasaran yang disasari.
- A : ooh balik lagi masalahnya. Jadi informasi apa dengan sasarnya apa itu nggak match.
- R : iya.
- A : jadi nggak bisa jadi pembelajaran.
- R : atau juga, sudah match, korannya. Tetapi informasi yang disampaikan tidak menggigit. Tidak diolah dengan baik. Karena kita membuat pesan itu harus simpel, sederhana. Itu ya jelas, itu syarat-syarat media. Harus sederhana, simpel, kemudian.. sederhana simpel. Memberikan rasa empati, simpati. Menggugah lah ya. Syarat-syarat media kan gitu. Bisa menimbulkan ketertarikan. Nah kalo gambar itu eye's catcher nya. Jadi orang, oh gitu.. dia baca [memusatkan perhatian pada satu titik sembari memeragakan seolah-olah sedang membaca koran]. Gambar itu seperti itu. Jadi di koran itu kita nggak semua ada eye's catcher nya. Makanya sekarang di koran-koran kan banyak pake warna-warna. itu untuk eye's catcher nya. Selembur tapi dia warnanya hitam putih gitu. Biasa aja, nggak.. Dia akan kalah dengan kecil tapi berwarna. Gitu. [berbincang lagi dengan seorang wanita]
- R : Udah apa lagi
- A : udah bapak. Saya pikir cukup sekali informasi yang diberikan.
- R : iya nanti kalo bagaimana membuat pesan yang simpel, bagaimana.. saya punya power pointnya. Saya biasa ngasih ke mahasiswa waktu penjurusan. Mau membuat pesan yang mudah diterima. Efektif.
- A : kalo misal nanti itu bisa memperkaya tulisan saya, boleh saya kontak lagi pak ya.
- R : iya. Anda bisa baca banyak buku-buku media. Promosi-promosi, pemasaran itu sama saja.
- A : iya segitu aja pak, terima kasih atas waktunya.

Lampiran 3. Kuesioner

KUESIONER

Izinkan saya dengan rendah hati memohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk penelitian di bidang promosi kesehatan. Pengumpulan data ini menggunakan metode *purposive sampling*, yang kriteria respondennya adalah :

- mahasiswa FK UKM
- angkatan 2003 / 2004 / 2005 / 2006
- pernah membaca koran dan rubrik kesehatan di koran.

Kesediaan Anda sangat diharapkan bagi penelitian ini. Terima kasih atas kesediaannya.

AKR
0310028

Mohon diisi data Anda :

Nama :

NRP :

Alamat :

Umur :

Jenis Kelamin : L / P

1. Seberapa sering Anda membaca koran? (silang atau beri tanda cek di kotak)

- Selalu (setiap hari)
- Jarang (min. seminggu sekali)
- Pernah

2. Koran apakah yang Anda baca? (silang atau beri tanda cek di kotak)

- Lokal
- Nasional
- Internasional

3. Pernahkah Anda membaca rubrik kesehatan di koran tersebut? (silang atau beri tanda cek di kotak)

- Ya
- Tidak

4. Bagaimana pendapat Anda mengenai rubrik kesehatan tersebut dari segi.. (uraikan pendapat Anda)

Isinya ?

.....
.....
.....
.....

Penyajianya ?

.....
.....
.....
.....

5. Saran Anda untuk penyajian pesan-pesan kesehatan di koran tersebut.. (uraikan pendapat Anda)

.....
.....
.....
.....
.....

RIWAYAT HIDUP

Nama : Arif Kusumo Rahardjo

NRP : 0310028

Tempat, tanggal lahir : Malang, 2 Februari 1986

Alamat : Cibogo 51 Bandung

Riwayat Pendidikan :

TKK Kolese Santo Yusup Malang, tahun lulus 1991

SDK Kolese Santo Yusup II Malang, tahun lulus 1997

SLTPK Kolese Santo Yusup I Malang, tahun lulus 2000

SMUK Santo Albertus Malang, tahun lulus 2003