

## Cara Mengirim Artikel ke Media Massa

Oleh: Arda Dinata



*"Tulisan yang baik membuat orang berpikir sesudah membaca. Tulisan yang buruk membuat orang kelelahan hanya untuk memahami kalimat yang sedang dibaca."*

**[Mohammad Fauzil Adhim]**

Sebuah tulisan itu menunjukkan isi ide sang penulisnya. Ide tulisan dapat diketahui, manakala tulisan itu dibaca oleh seseorang. Untuk itu, agar tulisan tersebut dapat dibaca orang banyak, maka tulisan itu harus kita terbitkan di suatu media (cetak maupun elektronik).

Untuk dapat diterbitkannya sebuah tulisan, tentu kita harus mengirimkannya ke media massa yang sesuai. Bila tulisan kita baik dan berkualitas, tentu dapat dipastikan tulisan kita akan diterbitkan dan dibaca orang banyak.

Dari proses seperti itu, tulisan kita dapat dinilai seseorang. Hasilnya, apakah tulisan kita itu baik atau buruk. Dalam hal ini, Mohammad Fauzil Adhim menyebutkan bahwa tulisan yang baik itu akan membuat orang berpikir sesudah membacanya. Dan sebaliknya, tulisan yang buruk akan membuat orang kelelahan hanya untuk memahami kalimat yang sedang dibacanya.

Pertanyaannya adalah bagaimana cara mengirimkan tulisan yang telah susah payah kita buat itu ke media massa agar kemungkinan besar dapat dimuat oleh media tersebut?

Berbicara pengiriman artikel ke media massa, tentu kita tidak terlepas dari artikel itu sendiri sebagai obyek yang akan kita pasarkan. Artinya, pada dasarnya artikel itu ada dua macam. Pertama, artikel yang berhubungan dengan deadline. Kedua, artikel yang tidak ada sangkut pautnya dengan deadline. Terkait dengan aktualitas kejadian, biasanya deadline suatu media terkadang

ng sama. Deadline ini biasanya paling lama waktunya seminggu dan paling singkat sehari setelah kejadian atau momentum tertentu. Sebetulnya, lama atau sebetulnya suatu deadline ini bergantung kepentingan media tersebut terhadap suatu masalah, peristiwa atau moment tersebut.

**Pada dasarnya artikel itu ada dua macam. Pertama, artikel yang berhubungan dengan deadline. Kedua, artikel yang tidak ada sangkut pautnya dengan deadline.**

Lalu, apa hubungan antara deadline dengan cara pengiriman artikel ke media massa? Deadline adalah merupakan berita utama suatu media cetak atau elektronik yang ditempatkan di halaman pertama media massa. Deadline itu biasanya berhubungan dengan hari bersejarah atau peristiwa spontan yang mengandung reaksi global dan paling banyak

dikenal masyarakat luas. Jadi, keberadaan deadline bagi seorang penulis memiliki arti yang penting dari segi aktualitas.

Menyimak pentingnya deadline bagi seorang penulis, maka hal ini tentu terkait dengan tulisan yang akan dikirimnya ke media massa. Artinya, sebuah tulisan artikel yang berhubungan dengan deadline, seperti tulisan-tulisan terkait moment peringatan hari-hari besar (misalnya: hari pendidikan, kesehatan, sumpah pemuda, kelahiran pancasila, dll), maka pengirimannya satu

minggu sebelum hari "H". Namun, jika Anda hanya memiliki waktu tiga hari sebelum hari "H", maka sebaiknya artikel tersebut dikirim langsung ke media bersangkutan atau bisa juga lewat email dengan menuliskan di kolom subyek: AKTUAL PERINGATAN HARI ..... (tuliskan judul tulisan dalam tanda kurung).

Kondisi tersebut, tentu tidak jauh berbeda dengan cara pengiriman tulisan terkait peristiwa spontanitas, maka hendaknya diselesaikan secepatnya dan dikirimkan minimal 2-5 hari setelah kejadian. Adapun waktu pengiriman adalah lebih cepat tentu lebih baik untuk kemungkinan dimuatnya sebuah tulisan.

Sementara itu, untuk jenis tulisan (artikel) yang tidak ada hubungannya dengan deadline, maka pengirimannya bisa dilakukan kapan saja disesuaikan dengan rubrik yang ada. Namun demikian, agar peluang dimuatnya lebih besar, maka disarankan tulisan yang kita buat tersebut selalu dikaitkan dengan hal-hal yang aktual atau sesuatu yang memiliki kepentingan bagi orang banyak.

Di luar itu semua, ada beberapa hal penting yang mesti diperhatikan dalam pengiriman artikel di media massa. Menurut Among Kurnia Ebo (2005), ada 10 hal yang sifatnya teknis terkait apa yang harus dilakukan sebelum mengirimkan tulisan (artikel) ke media massa.

1. Ketik artikel Anda di atas kertas HVS kuarto atau folio.
2. Panjang tulisan artikel yang ideal antara 4-6 halaman.
3. Artikel ditulis dengan spasi ganda atau minimal 1,5 spasi. Spasi besar ini gunanya untuk memudahkan redaksi dalam melakukan koreksi.
4. Judul artikel ditulis di halaman pertama, ditempatkan di bagian tengah atas dan di bawahnya ditulis nama penulis. Di bagian akhir tulisan dicantumkan profesi, jabatan, atau kedudukan Anda dalam lembaga (kalau ada).
5. Jangan ada coretan atau tindihan tip ex yang mengurangi kerapian kertas.

6. Sertakan surat pengantar yang simpatik kepada redaksi.

7. Sertakan foto kopi kartu identitas (KTP, KTM, SIM) untuk mempertegas jati diri Anda sekaligus sebagai bentuk pertanggungjawaban Anda sebagai penulis terhadap artikel yang dikirim.

8. Pada akhir halaman, tulis secara lengkap identitas diri Anda. Mulai nama, asal institusi, alamat lengkap, nomor kontak telepon dan email, serta bila ada nomor rekening bank agar pengiriman honorarium lebih cepat. Biasanya honorarium penulis dikirim lewat wesel pos atau bank.

9. Kirim artikel dengan prangko kilat khusus. Pada bagian kanan atas sampul, tuliskan: Artikel Opini (Aktual) agar tidak jatuh ke meja redaksi rubrik lainnya.

10. Jika menginginkan artikel Anda dikembalikan kalau tak layak muat, sertakan prangko balasan secukupnya.

Melihat kesepuluh hal tersebut, saya kira hal tersebut harus Anda lakukan pada pengiriman-pengiriman artikel pertama kali ke suatu media massa. Hal ini sebetulnya hanya sekedar etika saja. Sebab berdasarkan pengalaman penulis di era internet saat ini, dengan alasan kepraktisan maka penulis melakukannya melalui fasilitas surat elektronik (email) dalam mengirimkan sebuah tulisan ke media massa.

Adapun caranya adalah naskah tulisan (artikel), identitas diri dan foto diri ini dilampirkan dalam bentuk file lewat attachment. Sedangkan surat pengantar, penulis langsung tuliskan di halaman box email. Tapi, kalau lewat email jangan lupa dalam subyeknya tuliskan nama rubrik dan judul artikel yang Anda kirimkan.

Akhirnya, pesan saya bahwa apa yang diungkapkan di atas, sesungguhnya adalah hanya sekedar teknis, selera, dan kebiasaannya saja. Jadi, terserah Anda mau pilih yang mana. Bukankah hidup ini adalah sebuah pilihan juga. Yang pasti, redaksi suatu media itu hanya menantikan tulisan-tulisan Anda yang berkualitas, enak dibaca dan berguna bagi pembaca.\*\*\*

Majalah

Inggris & M. Litbangkes P201  
**inside**

Terdistribusikan Ke:

- Seluruh Dinkes. di Prov. Jawa Barat & Banten
- Balitbangkes Depkes. RI
- UPT Balitbangkes Depkes. RI

Majalah

Inggris & M. Litbangkes P201  
**inside**

Sarana Promosi  
 Tepat Sasaran  
 Perusahaan Anda

Iklan & Marketing:  
**Doni Lasut**  
**Firda Yanuar Pradani**  
**Imas Masturoh**

Telp/ Fax. (0265) 639375  
 Email:  
 lokaciamis@litbang.depkes.go.id.

