

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia digital teknologi dan informasi melahirkan media *online* pada dunia media massa. Media massa yang biasa dikenal dengan media konvensional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi kini bertambah dengan kehadiran media *online*. Adapun bentuk media *online* salah satunya adalah penyajian berita melalui portal berita *website*.

Romli (2012: 30-31) mengartikan media *online* sebagai media yang berbasis telekomunikasi atau multimedia yang memakai jaringan internet. Serta melakukan kegiatan jurnalistik yang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Media siber adalah semua yang berbentuk media menggunakan jaringan internet serta melakukan kegiatan peliputan dan memenuhi kode etik jurnalistik atau yang ditetapkan Undang-undang Pers.

Dengan pesatnya perkembangan dunia digital teknologi dan informasi ini, banyak perusahaan/industri media yang turut serta hadir berinovasi dengan menyuguhkan berita melalui *website*. Seperti media konvensional cetak dan radio yang bersaing ketat mempertahankan eksistensinya, kini persaingan ketat pun timbul pada industri media *online* akibat maraknya penggunaan media *online* ini.

Pun pada era saat ini khalayak hampir tidak bisa lepas dari *smartphone* yang dimilikinya. Dengan *smartphone* tersebut khalayak dapat menentukan apapun yang mereka inginkan, mencari berita melalui *keyword-keyword* tertentu di *google* misalnya, dari mesin pencarian tersebut muncullah berita-berita terkait sesuai *keyword* dari beragam media *online*. Atau situasi lainnya adalah dengan kemudahan

dalam penggunaan *smartphone* tersebut, khalayak dapat menentukan preferensi dirinya dalam membaca informasi berita, apakah membaca melalui media A, B atau C. Maka dengan maraknya media *online* saat ini, perlu digarisbawahi tentunya mereka bersaing ketat agar medianya mejadi pilihan preferensi bacaan berita bagi “khalayak”.

Sehingga pada situasi tersebut, media perlu membuat citra dan ciri khas serta menentukan segmentasi khalayak yang dituju. Ini menjadi menarik bagi peneliti sebagai penggiat jurnalistik, bagaimana cara media *online* membentuk ciri khasnya tersendiri. Ada yang menyuguhkan informasi khusus pada segmentasi tertentu, atau menonjolkan ciri/karakteristik medianya sendiri, baik dari penggunaan gaya bahasa, *headline* bombastis, *clickbait*, dan semacamnya. Hal-hal berciri khas seperti itu, tentunya akan lebih mendapatkan perhatian dari khalayak/pembaca.

Ditinjau dari segi *content*, penulisan berita pada *website* tidak terlalu tunduk pada kaidah-kaidah penulisan yang digunakan pada jurnalistik umumnya, namun untuk isi berita tetap harus mencakup 5W+1H (*what, where, who, why, when + how*). Perbedaan lainnya pada berita *website* adalah isi beritanya bersifat langsung, lebih singkat, dan mudah dipahami, artinya isi yang dipaparkan tidak bertele-tele. Hal tersebut masih sesuai dengan standar teknis jurnalistik seperti yang dikatakan (Sumadiria, 2006:119), yaitu berita harus tunduk pada formula 5W+.1H dan 1S atau *safety/aman* yang dimaksudkan agar berita tersebut tidak menimbulkan dampak negatif.

Dalam sebuah berita *online* tentu juga memiliki *headline* berita, namun penggunaan *headline* berita pada media *online* atau *website* lebih memudahkan para pembaca untuk mencari berita dengan menggunakan kata *keyword*. Karena

kemudahan itu, muncullah banyak *headline* berita terkait dari berbagai media, maka disinilah ujiannya, ada pembaca yang hanya memilih berita berdasarkan *headline* berita yang pertama kali muncul, atau ada juga yang memperhatikan siapa yang menulis berita, bisa juga karena pilihan media yang menulisnya, atau bisa jadi karena *headline* berita itu menarik bagi dirinya. Disinilah peran penulis berita bagaimana cara berita tulisan mereka menarik bagi pembaca, mungkin pembaca tidak tau trik apa yang digunakan agar menarik, tapi penulis tau yaitu salah satunya dengan menggunakan gaya bahasa.

Gaya bahasa sebagai bagian dari diksi berkaitan dengan ungkapan-ungkapan yang karakteristik atau individual, artinya ia memiliki nilai artistik yang tinggi (Keraf, 2007:23). Dengan penggunaan gaya bahasa dapat memungkinkan penulis berita menuliskan berbagai macam jenis *headline* yang berbeda. Hal tersebut juga dapat menilai pribadi, watak/karakteristik dan kemampuan seseorang mempergunakan bahasa yang ditulisnya itu.

Jika strategi penggunaan gaya bahasa *headline* berita ini berjalan dengan baik, tentu hal ini akan menjadi keuntungan bagi pemilik media karena *views* dan *clicks* pada situs beritanya stabil atau bahkan meningkat, yang ujung-ujungnya bermuara pada keuntungan keuangan.

Untuk mempermudah pemahaman, penulis mengutip pengertian Praskova (2009:1), *headline* berita atau judul berita biasanya menjadi poin penting dalam membaca berita karena menjadi satu-satunya yang dilihat pertama kali dalam berita. Sehingga *headline* berita dimaknai sebagai pengantar untuk mengarahkan pembaca apakah mereka akan membaca keseluruhan isi berita atau hanya membaca headline-nya saja. Kepentingan dari *headline* itu sendiri nampak pada cara penulisannya

yang dicetak dengan huruf kapital (besar) dan tebal, *headline* dianalogikan sebagai jendela berita yang memuat informasi pokok dari isi berita yang dimaksudkan. Adapun tujuan dari *headline* itu sendiri adalah untuk membangkitkan minat para pembaca untuk membaca artikel berita secara keseluruhan, seperti yang dikatakan Ludwig dan Gilmore (2005:107) yang dikutip dari Hendar (2012), bahwa *headline* yang baik adalah *headline* yang mampu “bercerita dan menjual”, dalam artian *headline* berita tersebut harus menyajikan informasi secara ringkas, sehingga bisa meyakinkan pembaca bahwa isi berita itu pantas untuk dibaca keseluruhannya.

Seperti yang dikatakan Ludwig bahwa *headline* yang baik adalah *headline* yang mampu bercerita dan menjual, maka peranan gaya bahasa yang telah disebutkan di atas dapat memenuhi kebutuhan *headline* berita agar lebih menarik dan menjual.

Namun, lambat laun juga penggunaan gaya bahasa ini kerap disesuaikan dengan bahasa ala media sosial, dengan alasan untuk menarik pembaca generasi millennial. Maka muncullah media-media, khususnya pada media daring atau *online* yang menggunakan bahasa-bahasa tertentu yang tidak tercatat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Sehingga harus ada penilaian atau syarat-syarat yang diperlukan untuk membedakan penggunaan suatu gaya bahasa yang baik dari gaya bahasa yang buruk. Menurut Gorys Keraf ada sendi gaya bahasa yang menjadi kaidah untuk membedakan suatu gaya bahasa dari gaya bahasa yang baik dengan gaya bahasa yang buruk yaitu dengan nilai *kejujuran*, *sopan-santun*, dan *menarik* (Tarigan, 2013:5).

Selain itu menurut Keraf, bahwa jenis gaya bahasa itu dapat ditinjau dari segi bahasanya. Untuk itu disini peneliti ingin meninjau penggunaan gaya bahasa pada *headline* berita ditinjau dari segi bahasanya. Terdapat beberapa unsur untuk menentukan segi bahasa yang digunakan, yaitu: (1) gaya bahasa berdasarkan pilihan kata; (2) gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna; (3) gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat; dan (4) gaya bahasa berdasarkan nada yang terkandung dalam wacana. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini cukup luas, oleh karena itu perlu adanya fokus penelitian untuk membatasi cakupan masalah yang dibahas dan sesuai dengan yang diinginkan. Penelitian ini hanya berfokus pada segi gaya bahasa dan sendi gaya bahasa menurut Gorys Keraf.

Adapun media yang ditunjukkan sebagai sumber data penelitian ini adalah media *online* CNBC Indonesia. Sebab CNBC Indonesia ini meski di bawah naungan yang sama dengan CNN Indonesia pada kepemilikan Trans Media, tetapi terdapat perbedaan diantara keduanya, yaitu pemilihan dan penggunaan kata atau diksi pada penulisan *headline* beritanya. Dimana kata atau diksi yang digunakan pada *headline* CNN Indonesia lebih baku dan dominan digunakan oleh banyak media *online* lainnya. Berbeda dengan CNBC Indonesia yang peneliti temukan lebih beragam gaya penulisan pada *headline* beritanya.

Agar penelitian lebih terarah, peneliti akan mengambil *sample headline* berita di rubrik *news* pada media *online* CNBC Indonesia edisi Oktober sampai November 2020. Edisi tersebut dipilih karena terdapat *headline* berita yang menggunakan gaya bahasa sesuai dengan kaidah gaya bahasa yang dikemukakan oleh Gorys Keraf dalam buku Diksi dan Gaya Bahasa. Selain itu juga pada edisi Oktober sampai

November banyak berita *news* yang *uptodate* (terbaru), misalnya tentang ekonomi, politik dan sosial.

Berdasarkan hal itu, maka penelitian ini akan melihat dan menjabarkan penggunaan jenis gaya bahasa media *online* CNBC Indonesia pada tulisan *headline* di rubrik *news*. Karena dengan menggunakan jenis gaya bahasa akan ada hal yang menarik bagi audiens untuk membaca berita keseluruhan.

Atas dasar itulah penelitian ini mencoba menjelaskan sejauh mana perwujudan jenis gaya bahasa yang digunakan media *online* CNBC Indonesia pada tulisan *headline* beritanya. Dengan jenis gaya bahasa dan fungsi bahasa dalam penggunaan gaya bahasa itu, penulis dapat menemukan hal-hal yang memberikan kesan lain dan tidak monoton, sehingga bahasa menjadi indah, menarik, dan menjadikan sebuah berita menjadi lebih hidup.

Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik dengan ciri khas CNBC Indonesia dalam menyajikan *headline* informasi beritanya pada media *online* tersebut. Adapun yang menjadi fokus penelitian disini adalah analisis gaya bahasa pada *headline* rubrik *news* media *online* CNBC Indonesia edisi Oktober-November 2020.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana segi bahasa yang yang digunakan pada *headline* di rubrik *news* media *online* CNBC Indonesia edisi Oktober-November 2020?
2. Bagaimana penerapan sendi gaya bahasa pada *headline* rubrik *news* media *online* CNBC Indonesia edisi Oktober-November 2020?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan jenis gaya bahasa pada *headline* di rubrik *news* media *online* CNBC Indonesia edisi Oktober-November 2020;
2. Untuk mengetahui apakah gaya bahasa yang digunakan pada *headline* di rubrik *news* media *online* CNBC Indonesia edisi Oktober-November 2020 menerapkan sendi gaya bahasa.

### D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa manfaat yang dapat diharapkan yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis
  - a. Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat terwujud kurikulum pembelajar baru untuk mahasiswa jurnalistik di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
  - b. Mampu memperluas daya pikir dan wawasan penulis serta sebagai syarat untuk mendapat gelar sarjana di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini semoga bisa menjadi referensi bagi siapapun yang meneliti tentang gaya bahasa pada media *online* maupun media *mainstream* lainnya.

## **E. Landasan Pemikiran**

### **E.1 Landasan Konsep**

Gaya bahasa dalam retorika dikenal dengan sebutan *style*. Kata *style* berasal dari bahasa latin, yaitu *stilus*. *Stilus* berarti sebuah benda yang digunakan untuk menulis pada lempengan lilin. Jelas atau tidaknya sebuah tulisan sangat dipengaruhi oleh alat ini. Ketika waktu penekanan sangat dititikberatkan pada keahlian dalam menulis kalimat yang indah. Oleh karena itu, gaya bahasa berubah fungsi menjadi kemampuan penulis dalam menggunakan kalimat seindah mungkin (Keraf. 2010: 112).

Keraf (2007: 104) menjelaskan, gaya bahasa dapat dilihat dari unsur bahasa yang digunakan. Oleh karena itu terdapat perbedaan gaya bahasa, yaitu gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan kelangsungan atau tidaknya makna yang terdapat dalam wacana. Berikut ini merupakan uraian singkat dari segi bahasa:

1. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata: gaya bahasa ini menentukan keakuratan dan kecocokan pilihan kata terhadap situasi tertentu.
2. Gaya bahasa berdasarkan nada: gaya bahasa berbasis nada berdasarkan pada sugesti yang muncul dari urutan kata yang berada dalam beberapa wacana.
3. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat: struktur kalimat ialah bagaimana meletakkan faktor kalimat penting dalam kalimat.
4. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna: gaya bahasa bersandarkan maksud tidak langsung (latin: *tropas*), yaitu kelainan evaluatif atau emosi bahasa dari bahasa yang biasa.

Gaya bahasa atau biasa disebut dengan *style language*, merupakan cara seorang penulis untuk mengungkapkan apa yang dipikirkan dengan menggunakan kata atau bahasa yang menjadi ciri khas dan mampu memperlihatkan jiwa serta kepribadiannya. Gaya bahasa yang baik adalah gaya bahasa yang terdapat tiga unsur di dalamnya, yaitu kejujuran, sopan-santun, dan menarik (Keraf, 2007: 113). Berikut ini merupakan uraian singkat tentang sendi gaya bahasa:

### 1. Kejujuran

Kejujuran menurut bahasa artinya kita mematuhi aturan berbahasa yang baik dan benar. Bentuk mengundang ketidakjujuran adalah penggunaan kata yang ambigu dan tidak terukur, juga penggunaan kalimat yang berbelit-belit.

### 2. Sopan Santun

Maksud dari sopan santun, memberikan penghormatan atau menghargai kepada orang yang lawan bicara, baik pendengar atau pembaca. Penghormatan dalam gaya dimunculkan melalui kejelasan.

### 3. Menarik

Gaya menarik diukur dari elemen-elemen berikut: ragam, humor sehat, akal sehat, vitalitas, dan imajinasi. Penggunaan variasi menjadi solusi dalam mereduksi monoton dalam struktur kata serta pilihan kata

Dalam hal ini penulis akan menganalisis gaya bahasa pada *headline* di rubrik *news media online* CNBC Indonesia edisi Oktober – November 2020 yang akan menitik beratkan pada segi bahasa dan sendi bahasa.

## E.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini berkenaan dengan gaya bahasa, bahasa jurnalistik, *headline* berita, dan media *online*.

### 1. Gaya Bahasa

Gaya bahasa didefinisikan sebagai susunan kata yang berdasarkan perasaan penulis itu sendiri yang mengakibatkan efek tertentu terhadap pembacanya secara indah (Muljana, 2012:16). Gaya bahasa yang dimaksud yaitu bagaimana seorang penulis menuangkan pikirannya yang kemudian muncul suatu efek berupa perasaan yang indah.

Efek di sini yaitu dalam karya sastra adalah efek estetis yang mampu membuat karya bernilai seni. Walaupun dalam menciptakan nilai seni dalam sebuah karya sastra bukan karena gaya bahasa saja, namun gaya bahasa dapat membuat nilai seni dalam karya sastra menjadi lebih besar.

### 2. Bahasa Jurnalistik

Menurut Sumadiria (2014:7) bahasa jurnalistik adalah bahasa yang dipakai oleh insan media, mulai dari wartawan, redaktur, maupun pengelola media dalam memproses berita hingga tayang dengan tujuan agar berita mudah dimengerti oleh pembaca.

Di dalam dunia kejournalistikan, bahasa yang dipakai dikenal dengan bahasa jurnalistik atau bahasa pers. Ada beberapa sifat di dalam bahasa jurnalistik sehingga berbeda dengan ragam bahasa yang lain. Sifat tersebut yaitu singkat, padat, lugas, jelas, sederhana, dan menarik.

### 3. *Headline*

Yunus (2010:76) mengatakan bahwa *headline* berita atau *headline* harus mampu membuat pembaca tertarik untuk membaca berita dan menumbuhkan minat baca seseorang. Meskipun *headline* berita tidak terlalu diperhatikan atau terkesan sepele, namun yang paling pertama dibaca dalam sebuah berita adalah *headline*. Oleh karena itu *headline* berita merupakan hal terpenting dalam sebuah berita.

Di dalam sebuah berita, hal yang paling penting adalah *headline* berita. *Headline* berita merupakan identitas dalam suatu berita yang dimuat karena mewakili isi berita tersebut. Oleh karena itu, penulisan *headline* berita harus berada di paling atas dan harus menjelaskan inti dari berita itu. Selain itu, *headline* berita juga harus mampu memikat pembaca sehingga berminat untuk membaca, mendengarkan, dan menonton berita. Apalagi bagi orang yang tidak memiliki waktu banyak untuk membaca berita, dengan melihat *headline* saja orang tersebut sudah mendapatkan sebuah informasi tanpa harus membaca berita secara keseluruhan.

### 4. *Media Online*

*Media online* merupakan media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Dalam *media online* terdapat portal *website* (situs web), *TV-online*, *radio online*, *mall online*, dan *pers online*. *Media online* adalah yang paling umum digunakan pada era modern ini dengan sebutan situs berita atau portal berita (Prihantoro 2013).

Para jurnalis memanfaatkan *media online* sebagai wadah untuk menampung hasil karya jurnalistiknya secara *online*, maka untuk memuat dan

mengaksesnya menggunakan internet. Selain itu, media *online* juga menjadi media konvergen yang memuat segala unsur media massa, seperti teks, gambar, audio, dan video.

## **F. Hasil Penelitian Sebelumnya**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan yang memiliki kaitan relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal itu bertujuan guna memperkuat kajian pustaka dalam penelitian ini. Adapun sebagai bahan acuan atau dukungan terhadap penelitian analisis gaya bahasa ini, peneliti mencoba mengkaji dari berbagai hasil riset yang relevan, diantaranya adalah sebagai berikut:

Hasil kajian riset pertama yaitu dari Yuentie Sova Puspidalia yang melakukan penelitian terhadap penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar pada sebuah berita, yakni berita olahraga, ilmu dan teknologi, seni dan budaya, ekonomi, hukum, hiburan, kesehatan, hingga berita politik. Adapun pada penelitiannya, Yuentie berfokus pada penelitian gaya Bahasa yang mengandung makna kiasan, sebab menurutnya *headline* berita dengan gaya bahasa kiasan dapat memberikan kesan yang lebih segar, hidup, juga membuat pembaca penasaran dan tertarik. Pembahasannya pun terkait dengan penggunaan gaya bahasa kiasan itu sendiri, mulai dari bentuk fungsinya hingga pemaknaan *headline* yang bermuatan gaya bahasa kiasan (Puspidalia, 2016). Ditinjau dari metodologi, data, sumber data, teknik pengumpulan, dan analisis data, hampir sama persis dengan yang digunakan oleh peneliti. Hanya saja, pada penelitian ini Yuentie berfokus pada fungsi gaya bahasa kias yang ditemukannya, sedangkan peneliti mencari, mengklasifikasikan dan mencari makna kontekstual dari data yang ditemukan.

Penelitian serupa lainnya yaitu jurnal tahun 2011 karya Menik Winiharti dan Anna Marietta da Silva yang melakukan penelitian perbandingan penggunaan diksi pada *headline* isu berita yang sama pada tiga media cetak yang berbeda, yakni surat kabar Kompas, Koran Tempo, dan Media Indonesia. Perbandingan ini dilakukan karena menurutnya setiap surat kabar memiliki penggunaan diksi yang berbeda tergantung pada media atau redaksi medianya masing-masing. Adapun penelitian pilihan kata atau diksi pada *headline* berita terkait rapat Pansus DPR RI untuk kasus Bank Century ini menunjukkan bahwa bentuk dan gaya penulisan yang digunakan oleh ketiga media tersebut berbeda. Dimana surat kabar Kompas lebih berhati-hati dalam pemilihan diksi serta menunjukkan sikap menjaga terhadap citra pemerintah, berbeda dengan Kompas, koran Tempo lebih objektif dalam pemberitaannya, namun selektif juga dalam penggunaan diksinya, sedangkan Media Indonesia cenderung memberikan kesan yang kontra dengan keputusan yang diambil Pemerintah RI terhadap kasus Bank Century (Winiharti, 2011). Hasil penelitian ini menjadi bahan acuan bahwa penggunaan diksi berpengaruh pada terbentuknya citra atau tanggapan pembaca, dan begitupun gaya bahasa yang ingin diangkat oleh peneliti akan memberikan nyawa yang berbeda pada *headline* sebuah berita.

Penelitian ketiga yang relevan dengan bahasan yang peneliti angkat adalah jurnal karya dosen MKU Bahasa Indonesia. Penelitiannya mendeskripsikan faktor keberhasilan dalam menentukan segmentasi pasar yang dilakukan oleh redaksi majalah GATRA terkait dengan strateginya dalam memilih gaya bahasa pada *headline* berita yang dimuatnya. Hasil risetnya menunjukkan bahwa faktor keberhasilannya ditentukan oleh perluasan segmentasi pasar dengan melakukan pemilihan *headline* berita dengan Teknik perbandingan kata atau gaya bahasa

metafora, Teknik sinisme, serta dengan Teknik simbolik. Penggunaan teknik-teknik tersebut memberikan kesan ringan dan santai, namun juga dapat mengecoh pembaca, serta selain dapat menarik dan membuat penasaran, hasil dari penggunaan teknik tersebut juga dapat mengkritik dan mempengaruhi pembaca (Savitri dan Zahrok). Hasil penelitian tersebut kembali menunjukkan bahwa penggunaan gaya bahasa pada *headline* berita menarik untuk dikaji, ternyata selain untuk menarik pembaca namun juga bisa menjadi faktor perluasan segmentasi pasar bagi redaksi majalah GATRA.

Penelitian relevan lainnya yaitu dari Mariani Dewi tentang studi kasus pada Portal detik.com dan kompas.com dengan fokus apakah media daring di Indonesia belum memulai memakai bahasa tidak baku yang sampai sekarang belum diterima oleh Pusat Bahasa Indonesia, serta seberapa besar pemakaiannya. Hasil penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa portal detik.com lebih banyak menggunakan bahasa tidak baku sebanyak 5% jika dibandingkan kompas.com hanya 0.002%. dilihat dari jumlah *clicks* per halamannya pun menunjukkan kepopuleran portal kompas.com, maka dari itu kesimpulannya judul berita yang menggunakan bahasa baku masih digandrungi dan menarik bagi pembaca (Dewi, 2014). Meskipun sama-sama melakukan penelitian tentang gaya bahasa pada media *online*, namun yang dilakukan peneliti adalah fokus pada klasifikasi gaya bahasa pada *headline* berita yang disajikan oleh media *online* CNBC Indonesia, dan mendeskripsikan penilaian sendi bahasa dari hasil klasifikasi tersebut. Adapun pendekatan pada penelitian Mariani menggunakan studi kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian relevan lainnya yaitu karya Sritika Indah untuk mengetahui penggunaan gaya bahasa pada rubrik esai Mojok.co, dilihat dari tujuan, dan deskripsi penelitian Mojok.co dari hasil penelitian. (Indah, 2019). Kesimpulan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Mojok.co memiliki citra atau karakteristik kritik antiradikal, satire yang bersifat ironis, juga humor yang jenaka. Dari penelitian tersebut peneliti menggunakan cara Sritika dalam melakukan klasifikasi gaya bahasa juga bagaimana caranya mendeskripsikan tujuan dari penggunaan gaya tersebut yang dituangkan untuk mendeskripsikan makna kontekstual dari data yang sudah didapatkan. Perbedaannya adalah, peneliti fokus pada analisis gaya bahasa pada *headline* berita saja tidak mengerucutkan kepada citra media yang menjadi objek penelitian, juga tidak menggunakan teori semiotika.

Hasil penelitian terakhir yang relevan dengan isu yang diangkat peneliti adalah skripsi Hendryta Destria Permatasari yang menggunakan media televisi yakni Redaksiana Trans 7 sebagai objek penelitiannya melihat bagaimana pembawa berita dalam menggunakan diksi (Permatasari n.d.). diksi umum mejadi yang paling dominan dalam temuan ini. Sedangkan gaya bahasa yang sering digunakan yaitu retorik dengan gaya erotesis, simile dan kiasan yang digunakan oleh presenter Redaksiana Trans 7. Dan yang terakhir yaitu temuan mengenai fungsi bahasa, ditemukan fungsi segi topik ujaran yang mendominasi. Penelitian tersebut tentunya menambah faktor mengapa gaya bahasa pada sebuah berita semakin menarik untuk dikaji, selain karena pembawaan dari *news anchor*-nya, pemilihan kata pun menjadi lebih menarik karena unik dan tidak membosankan. Adapun perbedaannya dengan isu yang diangkat oleh peneliti adalah sumber penelitiannya bukan media televisi,

dan data primer penelitiannya juga bukan pembawa berita melainkan *headline* berita pada situs media *online* CNBC Indonesia.

Paparan penelitian di atas memberikan efek ketertarikan minat yang tinggi untuk peneliti melakukan penelitian terkait gaya bahasa pada media pemberitaan. Adapun sumber penelitian yang diangkat peneliti adalah media *online* CNBC Indonesia ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)). Melihat *headline* berita yang menarik di CNBC Indonesia, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat gaya bahasa apa yang dipakai pada sajian *headline* berita oleh CNBC Indonesia. sehingga muncullah *headline* penelitian yaitu “Gaya Bahasa pada Media *Online* CNBC Indonesia (Analisis Gaya Bahasa pada *Headline* Rubrik *News* Media *Online* CNBC Indonesia Edisi Oktober-November 2020”.

*Tabel 1. 1 Perbandingan Hasil Penelitian Sebelumnya*

No	Nama Peneliti	Headline	Metode Penelitian	Kesimpulan	Relevansi
1.	Yuentie Sova Puspitalia / 2016	Bentuk Fungsi, dan Makna Kias Dalam <i>Headline</i> Berita Majalah Gatra dan Pemanfaatannya Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di PGMI STAIN Ponorogo	Metode penelitian kualitatif	Pada penelitiannya, Yuentie melakukan riset penelitian gaya bahasa yang dimuat pada <i>headline</i> berita. Pembahasannya pun terkait dengan penggunaan gaya bahasa kiasan itu sendiri, mulai dari bentuk fungsinya hingga pemberian makna pada <i>headline</i> yang bermuatan gaya bahasa kiasan tersebut.	Yuentie berfokus pada fungsi gaya bahasa kias yang ditemukannya, sedangkan peneliti mencari, mengklasifikasikan <i>headline</i> berita pada kategori gaya bahasa, serta menilai sendiri gaya bahasa pada data tersebut.
2.	Menik Winiharti dan Anna	Analisis Diksi Pada <i>Headline</i> Berita Utama	Metode penelitian kualitatif.	Pembahasan pada penelitian ini memuat perbandingan penggunaan	Penelitian ini berfokus pada analisis

	Marietta da Silva / 2011	Surat Kabar yang Memberitakan Rapat Pansus DPR RI Untuk Kasus Bank Century		diksi pada <i>headline</i> isu berita yang sama di tiga media cetak yang berbeda (Kompas, Koran Tempo, dan Media Indonesia). Dari hasil analisis perbandingan tersebut, disimpulkan bahwa bentuk dan gaya penulisan yang digunakan oleh ketiga media tersebut berbeda.	perbandingan diantara ketiga media, sedangkan peneliti fokus pada satu media <i>online</i> CNBC Indonesia.
3.	Eka Dian Savitri dan Siti Zahrok	Strategi Pemilihan <i>Headline</i> Berita Dalam Majalah Gatra	Metode deskriptif kualitatif dengan teknik studi literatur.	Hasil risetnya menunjukkan faktor keberhasilan Majalah Gatra dalam perluasan segmentasi pasar adalah berkat pemilihan <i>headline</i> berita yang menarik dengan menerapkan teknik perbandingan kata metafora, simbolik, dan sinisme. Hal tersebut memberikan kesan ringan dan santai, serta dapat menarik pasar menjadi penasaran dengan Majalah Gatra.	Penelitian ini mendeskripsikan penggunaan teknik gaya bahasa dan fungsinya sebagai hal penarik minat baca untuk perluasan segmentasi pasar Majalah Gatra, sedangkan peneliti berfokus pada mendeskripsikan klasifikasi gaya pada <i>headline</i> berita beserta penilaian penggunaan gaya bahasa berdasarkan sendi gaya bahasa.
4.	Mariani Dewi / 2014	Gaya Bahasa Berita Media <i>Online</i> di Indonesia: <i>Headline</i>	Metode analisis konten dengan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa portal detik.com lebih banyak menggunakan bahasa tidak baku sebanyak	Meskipun sama-sama melakukan penelitian tentang gaya bahasa pada media <i>online</i> ,

		Menarik Tidak Harus Tidak Baku		5% jika dibandingkan kompas.com yang hanya 0.002%, dilihat dari jumlah <i>clicks</i> per halamannya pun menunjukkan kepopuleran portal kompas.com, maka ia menyimpulkan bahwa <i>headline</i> berita dengan bahasa baku pun tetap menarik perhatian pembaca.	namun yang dilakukan peneliti adalah fokus pada klasifikasi gaya bahasa pada <i>headline</i> yang disajikan oleh media <i>online</i> cncindonesia.com, dan mendeskripsikan penilaian terhadap sendi gaya bahasa.
5.	Sritika Indah / 2019	Citra Media Berdasarkan Penggunaan Gaya Bahasa Pada Rubrik Esai dalam Mojok.co (Sebuah Kajian Semiotika M.A.K Halliday)	Menggunakan analisis semiotika M.A.K Halliday	Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa Mojokco memiliki citra karakteristik kritik antiradikal, satire yang bersifat ironis, juga humor yang jenaka.	Perbedaannya adalah peneliti fokus pada analisis gaya bahasa pada <i>headline</i> berita saja tidak mengerucutkan pada mencari bentuk citra media yang menjadi objek penelitian, juga tidak menggunakan analisis dengan teori semiotika.
6.	Hendryta Destria Permatasari	Diksi dan Gaya Bahasa Pembawa Berita Redaksiana Trans 7	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitiannya berupa bentuk diksi yang dominan ditemukan pada berita Redaksiana adalah bentuk diksi umum. Adapun untuk gaya bahasa yang dominan digunakan yaitu gaya bahasa retorik dengan jenis gaya bahasa	Sumber penelitiannya bukan media televisi, dan data primer penelitiannya juga bukan pembawa berita melainkan <i>headline</i> berita pada

				erotesis, gaya bahasa kiasan, serta gaya bahasa simile yang digunakan oleh <i>news anchor</i> Redasiana Trans 7 tersebut. Sedangkan dari segi fungsi bahasanya, lebih dominan ditemukan fungsi segi topik ujaran.	situs media <i>online</i> CNBC Indonesia.
--	--	--	--	---	---

## G. Langkah-langkah Penelitian

### G.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di rumah peneliti di Jalan Caringin Gg. Cikungkurak No. 17 RT/RW 001/006, Kelurahan/Kecamatan Babakan Ciparay, Kota Bandung, Jawa Barat, 40223. Alasan memilih pelaksanaan penelitian di rumah adalah karena unit analisis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan *headline* berita yang diperoleh langsung pada sumber resmi *website* CNBC Indonesia. Sehingga dalam praktik penelitiannya, peneliti dapat mengerjakan proses penelitian di rumah. Adapun sesekali, peneliti menggunakan ruang baca di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat (Dispusipda Jabar) yang terletak di Jl. Kawalayaan Indah II No. 4 untuk keperluan mengumpulkan sumber referensi.

### G.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, yaitu paradigma non-positivisme yang merupakan buah fikiran dari beberapa filsuf Jerman yang berfokus pada penelitian tentang peranan bahasa, interpretasi dan pemahaman dalam ilmu sosial. Secara umum, paradigma interpretif ini adalah bagaimana

peneliti dalam sebuah sistem sosial memaknai perilaku sosial secara detail dengan melakukan pengamatan langsung (observasi) (Newman, 1997:68). Hakikat paradigma ini yaitu memposisikan individu dapat melihat dan membangun realitas sosial secara sadar dan aktif. Sehingga setiap individu mempunyai pandangan yang berbeda-beda dalam menilai suatu peristiwa (Burrell & Morgan, 1979: 23-25).

Adapun tujuan dari paradigma interpretif ini adalah tidak lebih sebagai cara untuk menganalisis dan mengungkapkan bagaimana suatu realitas sosial terbentuk. Sehingga, pengembangan dari paradigma interpretif adalah bertujuan untuk menginterpretasikan dari berbagai sudut pandang (*point of view*) dan realitas sosial tertentu sehingga peneliti dapat mendapatkan pemahaman dan menjelaskan dalam lingkungan sosialnya, dengan tiga prinsip dasarnya, yakni: (1) peneliti menyikapi suatu realitas sosial berdasarkan makna yang peneliti buat sendiri; (2) makna tersebut terbentuk karena adanya interaksi sosial yang terjalin antara peneliti dengan yang ditelitinya; (3) makna yang terbentuk tersebut oleh peneliti akan dipahami serta dimodifikasi melalui proses interpretasi (Salim, 2001:75). Selain itu paradigma interpretif juga memposisikan ilmu pengetahuan sebagai cara untuk memahami suatu peristiwa (*to understand*) (Burrell & Morgan, 1979:26).

Djam'an Satori (2011: 23) menjelaskan bahwa peneliti yang melakukan penelitian kualitatif karena tidak semua fenomena dapat dikuantitatifkan, sehingga dengan penelitian kualitatif proses tahapan pekerjaan, formulasi, pemahaman tentang konsep yang berbagai macam jenis, karakter barang dan jasa, gambar, gaya, budaya, dan lain sebagainya.

Pendekatan ini berfokus pada pengamatan fenomena sosial. Sampel yang digunakan sedikit dan bersifat induktif. Dengan menggunakan paradigma

interpretif ini peneliti dapat mendeskripsikan yang kaya atas fenomena. Selain itu dengan paradigma interpretif ini juga peneliti dapat memberikan pemahaman tentang substansi dari fenomena atau peristiwa yang terjadi. Paradigma interpretif juga menjabarkan pola hubungan yang bersifat interaktif, dan bertujuan memperoleh suatu makna. Dengan demikian, peneliti sepatutnya membekali diri tentang apa yang menjadi fokus penelitian.

### **G.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, maksud dari metode ini yaitu memberikan pemahaman tentang suatu fenomena yang diteliti pada subjek penelitian. Misalnya perilaku perilaku, motivasi, dan lain-lainnya dengan mendeskripsikan melalui kata atau kalimat ilmiah (Moloeng, 2014: 6).

Kerja dari metode deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan suatu fenomena dengan pendalaman yang kongkret, data didapat melalui wawancara, observasi, dan dokumen resmi lainnya. Data tersebut lalu diolah didapatkan hasil yang sesuai dengan fakta atau keadaan sebenarnya (Kriyantono, 2007).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa metode deskriptif kualitatif yaitu mengolah data yang didapat menjadi sebuah kata-kata atau kalimat yang lengkap dan menyeluruh. Selain itu, penelitian ini digunakan untuk menjabarkan fenomena atau peristiwa yang diteliti dengan memberikan jawaban yang sesuai dengan fokus penelitian. Alasan memilih metode studi deskriptif karena penelitian ini dirasa cocok dengan tujuan atau fokus penelitian untuk mendeskripsikan gaya bahasa pada *headline* media *online* CNBC Indonesia.

#### **G.4 Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini, jenis data sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif yakni dengan menggambarkan atau mendeskripsikan berbagai hal yang berhubungan dengan penggunaan gaya bahasa pada penulisan *headline* berita CNBC Indonesia.

Adapun data primer pada penelitian ini adalah dari *headline* rubrik *news* pada situs media CNBC Indonesia (<https://www.cnbcindonesia.com/>) edisi Oktober-November 2020 yang mengandung gaya bahasa. Sedangkan sumber datanya adalah media CNBC Indonesia (<https://www.cnbcindonesia.com/>).

Sedangkan untuk data sekunder, peneliti menggunakan berbagai referensi seperti dari, jurnal, buku, dan KBBI (2008) edisi IV terbitan Gramedia, serta referensi skripsi-skripsi terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

#### **G.5 Unit Analisis**

Unit analisis merupakan satuan yang menjadi objek penelitian. Terdapat beberapa jenis unit analisis, yakni bisa individu, benda, kelompok, maupun suatu fenomena. Dengan unit analisis, peneliti bisa mendapatkan siapa dan apa yang menjadi subjek penelitian (Hamidi, 2005:75-76).

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik simpulan bahwa unit analisis pada penelitian ini yaitu subjek yang akan diteliti. Dalam hal ini unit analisis data yang menjadi bahan kajian dalam penelitian adalah gaya bahasa pada *headline* rubrik *news* media *online* CNBC Indonesia edisi Oktober-November 2020.

#### **G.6 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan teknik pustaka, simak, dan catat. Teknik pustaka ialah teknis untuk memperoleh data dari sumber-sumber tertulis. Lalu teknik simak dilakukan dengan cara menyimak pengamatan

bahasa yang akan digunakan sebagai metode untuk memperoleh data (Mahsun, 2005:90-93). Setelah teknis simak, selanjutnya diikuti dengan teknik catat. Dimana teknik catat digunakan untuk pengumpulan atau penyediaan data terhadap penggunaan bahasa secara relevan, kemudian digunakan untuk klasifikasi data untuk dijadikan sebagai objek penelitian (Mahsun, 2005:93).

Adapun langkah-langkah yang ditempuh untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data berupa *headline* rubrik *news* yang disajikan pada situs media *online* CNBC Indonesia pada edisi Oktober-November 2020.
- b. Menyimak dengan membaca sumber referensi dan menentukan data *headline* pada rubrik *news* yang dicurigai mengandung gaya bahasa.
- c. Mengidentifikasi serta mengklasifikasikan data yang telah ditemukan.
- d. Menafsirkan data temuan terkait penggunaan gaya bahasanya.
- e. Mengidentifikasi dan menafsirkan penerapan sendi gaya bahasa berdasarkan nilai kejujuran, sopan-santun, dan menarik dari data temuan.

#### **G.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Pada penelitian kualitatif, dalam pengujian validitas dan realibilitas disebut dengan penentuan keabsahan data, yang mana formulasi penentuan keabsahan data ini terkait pada kriteria derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), serta kepastian (*confirmability*). Dari formulasi tersebut, pendekatan kualitatif mempunyai beberapa teknik pemeriksaan data, yakni dengan perpanjangan keikutsertaan, triangulasi, ketekunan pengamatan, kecukupan referensi, pengecekan anggota, pengecekan sejawat, kajian kasus negatif, serta uraian rinci (Moleong, 2014:175-187).

Adapun pada penelitian ini pengujian atau penentuan keabsahan data didasarkan pada ketekunan pengamatan serta kecukupan referensi.

#### A. Ketekunan Pengamatan

Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan pengamatan ini ialah dengan cara mencari dan membaca beberapa referensi buku, hasil penelitian, maupun dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan materi penelitian (Sugiyono, 2017:125). Diharapkan dengan meningkatkan ketekunan pengamatan ini, peneliti dapat memahami betul semua data-data terkait dengan gaya bahasa, terutama pada gaya bahasa *headline* berita jurnalistik. Dengan hal tersebut, penelitian ini ditekuni dan didalami dengan berbagai referensi data-data yang berhubungan dengan penelitian. Adapun proses ini dilakukan agar memudahkan peneliti untuk menjelaskan fokus penelitian dengan data-data yang valid sesuai pokok fokus penelitian.

#### B. Kecukupan Bahan Referensi

Dengan teknik keabsahan data ini, peneliti memperbanyak referensi sebagai sumber pendukung, mengkoreksi hasil penelitian, dan membuktikan data yang telah ditemukan atau akan dianalisis. Sehingga referensi tersebut dapat memudahkan peneliti dalam menjelaskan permasalahan yang dianalisisnya (Ibrahim, 2015:132).

### **G.8 Teknik Analisis Data**

Penggunaan metode dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, yaitu data yang telah didapat akan diklasifikasikan ke beberapa kategori. Dimana pengelompokkan data ini berdasarkan jenis gaya bahasa yang ditemukan pada data

itu sendiri. Lalu setelah data terkumpul, data dianalisis dengan metode padan intralingual yang sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Metode padan intralingual ialah suatu cara menganalisis dengan membandingkan dan mencocokkan unsur yang memiliki sifat lingual, baik dalam bahasa yang sama maupun bahasa yang berbeda (Mahsun, 2005:118). Dikutip dari Sudaryanto (Sudaryanto, 1993:13-15) terdapat dua cara atau teknik untuk melakukan penyajian hasil analisis data, yaitu melalui metode agih dan padan. Metode agih yaitu memanfaatkan bahasa yang bersangkutan sebagai alat penentunya. Kemudian metode padan adalah sebaliknya, yakni bahasa yang tidak bersangkutanlah yang menjadi penentunya, yang mana alat penentu dalam penelitian ini adalah konsep sendi gaya bahasa Gorys Keraf, yakni nilai kejujuran, sopan-santun, dan menarik. Adapun teknik analisis data ini bertujuan untuk mengetahui informasi, makna, dan konteks dalam menggunakan bahasa karena data dalam penelitian ini adalah *headline* berita.

