

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Jurnalistik merupakan kegiatan pengumpulan suatu informasi, mengolah, dan menulis, serta menyebarkan informasi tersebut kepada khalayak. Dikutip dalam buku 4 Pilar Jurnalistik: Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik (2018) karya Azwar pengertian jurnalistik menurut Onong Uchjana Effendy adalah teknik mengelola berita, mulai dari mendapatkan bahan hingga menyebarkannya kepada khalayak. Apa saja yang terjadi di dunia, apakah itu fakta peristiwa atau pendapat yang diucapkan seseorang. Jika diperkirakan akan menarik perhatian khalayak, akan menjadi bahan dasar jurnalistik, dan menjadi sumber berita untuk disebarluaskan kepada masyarakat.

Dalam perkembangannya dari masa ke masa, jurnalistik kini telah berkembang secara pesat, dimulai dari munculnya media cetak, media televisi, hingga kini jurnalistik telah berkembang pesat dengan munculnya media online. Dengan adanya media online muncul juga beragam media baru dengan konten-konten jurnalistik yang lebih menarik dengan berbagai konten yang menarik dan sangat kontemporer.

Media online kini memiliki peran yang sangat penting bagi arus penyebaran informasi bagi masyarakat. Dengan munculnya media online, kini kegiatan jurnalistik online merupakan hal yang baru dan lumrah dilakukan oleh para jurnalis serta media yang ada. Dalam bukunya yang berjudul Jurnalistik Online:

Panduan Mengelola Media Online, M. Romli (2018) Mengemukakan: “Jurnalistik online merupakan proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website.”

Masyarakat dapat mengakses berbagai informasi dari manapun serta kapanpun menggunakan *gadget*. Berbagai kalangan mengakses media online setiap harinya, namun kini kalangan usia muda lebih dominan dalam mengakses media melalui internet. Kalangan usia muda dinilai sangat haus akan informasi, serta konten-konten yang dinilai unik, dengan adanya kebutuhan tersebut munculah media-media berbasis online dengan konten yang dikhususkan bagi kalangan usia muda dengan isi, pembawaan, serta bahasanya yang dapat menarik kalangan usia muda untuk mengaksesnya.

Bahasa merupakan alat komunikasi bagi manusia dengan sesamanya, sebagai makhluk sosial, manusia perlu bersosialisasi dan berkomunikasi dengan menggunakan bahasa sebagai alat perantaranya. Dalam komunikasi terdapat banyak faktor pendukung, diantaranya, komunikan, komunikator, serta pesan. Bahasa ialah suatu sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat ununtuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008 : 119).

Dengan munculnya pers yang didalamnya terdapat berbagai kegiatan kejournalistikan, bahasa pun turut berkembang dengan hadirnya bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang mempunyai sifat singkat, padat, lugas, serta sederhana dalam penyampaiannya namun tetap tunduk pada

kaidah etika. Dalam bahasa jurnalistik, penggunaan kata yang panjang sangat dihindari agar tidak mempersulit pembacanya, serta agar para pembaca dapat lebih mudah memahami apa yang disampaikan. Menurut Sumadiria (2011 : 7) Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh para wartawan, redaktur, atau pengelola media massa dalam menyusun dan menyajikan, serta memuat berita dan laporan peristiwa atau pernyataan yang benar, aktual, penting, dan atau menarik dengan tujuan agar mudah dipahami isinya dan cepat ditangkap maknanya.

Sumadiria (2011:14) menjelaskan bahwa terdapat 17 ciri utama dalam bahasa jurnalistik, yaitu (1) sederhana, (2) singkat (3) padat, (4) lugas, (5) jelas, (6) jernih, (7) menarik, (8) demikratis, (9) populis, (10) logis, (11) gramatikal, (12) menghindari kata tutur, (13) menghindari kata dan istilah asing, (14) pilihan kata diksi yang tepat, (15) menggunakan kalimat aktif, (16) menghindari kata atau istilah teknis, (17) tunduk kepada kaidah etika.

Sedangkan Rahardi (2011 : 7-8) juga mengemukakan bahwa bahasa jurnalistik memiliki lima ciri dalam ragam bahasa jurnalistik, diantaranya: (1) komunikatif, yaitu bahasa jurnalistik memiliki ciri khas, ialah tidak berbelit-belit, tidak bertele-tele, tidak berbunga bunga, dan langsung pada inti permasalahan (*straight to the point*), (2) spesifik, bahasa jurnalistik harus disusun menggunakan kalimat singkat atau pendek, (3) hemat kata, bentuk kebahasaan dalam bahasa jurnalistik bersifat minim karakter atau huruf yang lebih sedikit, (4) jelas makna, bahasa jurnalistik sebaiknya menggunakan kata-

kata yang bermakna denotatif, bukan konotatif, (5) tidak mubazir dan tidak klise, bentuk mubazir berarti merujuk pada frasa atau kata yang dapat dihilangkan dari kalimat tanpa mengubah arti dan maknanya.

Dalam kegiatan kejournalistikan yang menghasilkan produk jurnalistik berbentuk tulisan baik itu artikel ataupun berita, bahasa jurnalistik merupakan salah satu aspek yang krusial dan harus ada pada. Realitanya, dalam praktek jurnalistik banyak media online yang menyajikan konten serta beritanya tidak terpaku pada kaidah bahasa jurnalistik dan sering ditemukan kesalahan dalam penulisannya. Media-media tersebut menggunakan bahasa tersebut untuk menarik kalangan tertentu terpikat dengan isi bahasa yang dinilai unik, dan konten-konten ringan yang sarat akan kehidupan sehari-hari.

Sumadiria (2011: 6) berpendapat bahwa artikel terbitan surat kabar atau majalah perlu tunduk pada bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik ialah ragam bahasa yang biasa ditemui dalam media massa, seperti tabloid, surat kabar, dan majalah. Namun kini fenomena media-media online yang tidak mematuhi prinsip bahasa jurnalistik sedang populer.

Salah satu media tersebut ialah Froyonion.com, merupakan situs media online yang didalamnya menyajikan tulisan-tulisan artikel dan berita yang dibangun oleh dan untuk anak muda. Tulisan-tulisan pada Froyonion.com bersifat informatif, menghibur, dan inspiratif dari perspektif anak muda yang masih kurang mendapatkan tempat di media massa arus utama (*mainstream mass media*).

“Tapi tahu nggak sih, ternyata belum banyak perusahaan yang bisa menciptakan lingkungan kerja seperti itu. Mirisnya lagi, sebagian besar perusahaan justru malah membudayakan hustle culture. Para karyawan diharuskan untuk bekerja terus menerus dan hanya diberi kesempatan beristirahat sebentar. Hal ini sudah sering dinormalisasi, dan dianggap sebagai bentuk loyalitas karyawan pada perusahaan.”

“Duh, hati-hati deh, alih-alih menganggap sebuah loyalitas tanpa batas, ternyata malah banyak karyawan terjebak dalam red flag perusahaan. Red flag perusahaan merupakan kondisi yang sebenarnya mengganggu, bahkan bisa sampai berbahaya jika nggak disadari dengan cepat oleh para karyawan. Berikut beberapa hal yang biasanya menjadi red flag di sebuah perusahaan:”

“Eits, tapi bagaimana jika tiba-tiba atasan menghubungi di tengah-tengah me-time untuk memberikan tambahan pekerjaan atau bahkan hanya sekedar menanyakan progres yang sudah dikerjakan? Duh, sudah pasti mood langsung hancur seketika deh.”

“Pernah ngajuin cuti dari jauh-jauh hari, tapi endingnya nggak disetujui? Ternyata, banyak loh karyawan yang mengeluh sulit mendapatkan cuti, padahal masa kerjanya sudah lebih dari setahun dan semua pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya sudah terpenuhi. Hati-hati, ini juga salah satu ciri red flag perusahaan loh!”

Beberapa kutipan diatas merupakan artikel yang terbit pada tanggal 1 April 2023 berjudul ‘Bukan Loyalitas Tanpa Batas, Jangan-Jangan Malah Kejebak Red Flag Perusahaan’, pada media online Froyonion.com. Terdapat beberapa kesalahan dalam praktek penulisan karya jurnalistik pada artikel tersebut, beberapa kesalahan tersebut diantaranya bahasa yang tidak komunikatif, tidak hemat kata, dan tidak jelas makna.

Selain menyajikan artikel dalam websitenya, Froyonion.com pun menyajikan berita-berita ringan yang dimuat setiap harinya. Platform ini mewadahi anak muda untuk saling berbagi ide, pengalaman, dan perkembangan

terkini tentang budaya populer dan industri kreatif terutama musik, olahraga, film, dan topik-topik populer lainnya baik di lingkup lokal dan global. Dalam website Froyonion.com terdapat rubrik *news* dengan berbagai kategori didalamnya, diantaranya, Movies, Music, Sports, Fashion, Tech, Beauty, Food, Design, Trends, Stories, Esensi, Tips, dan Kreatif.

Tidak hanya artikel, berita-berita ringan yang ditulis dalam media Froyonion.com pun sering kali menyisipkan bahasa-bahasa yang akrab di telinga masyarakat, atau bahasa populer. Bahasa populer atau lebih dikenal bahasa gaul merupakan bahasa yang seringkali digunakan oleh kalangan usia muda di Indonesia dalam berkomunikasi, para remaja menggunakan bahasa gaul untuk lebih memudahkan mereka dalam berkomunikasi dan agar lebih ekspresif. Bahasa gaul ini tercipta dari kalangan usia muda yang bertujuan agar mencairkan suasana ketika mengobrol atau berkomunikasi. Menurut Mulyana (Sari 2015 : 2), bahasa gaul adalah sejumlah kata atau istilah yang mempunyai arti yang khusus, unik, menyimpang atau bahkan bertentangan dengan arti yang lazim ketika digunakan oleh orang-orang dari subkultur tertentu.

Pertama, **lo** harus perhatikan top notes, middle notes, dan base notes nya. Biasanya di deskripsi atau gambar sudah ada. Atau kalau **nggak** ada, **lo** bisa buka situs fragrantica.com, seperti contoh gambar di bawah ini.

Tips lainnya **lo** bisa juga cari reviewnya di internet. Biasanya di Fragrantica pun ada, atau **nggak** langsung aja ketik 'Review Victoria's Secret Bombshell'.

Karena selain untuk diri sendiri, parfum dipakai juga untuk menyenangkan hidung orang lain kan? **Seenggaknya** dari review itu kita bisa melihat pandangan orang lain tentang parfum yang **lo** incer.

Beberapa kutipan diatas merupakan artikel yang terbit pada tanggal 25 Juni 2023 berjudul ‘Tips Blind Buy Parfum Online Biar Nggak Nyesel’, pada media online Froyonion.com. Terdapat penggunaan beberapa bahasa populer dalam berita tersebut, diantaranya kata *lo*, *nggak*, dan *seenggaknya*.

Froyonion merupakan sebuah pralform bagi kalangan anak muda. Froyonion memiliki beberapa platform media diantaranya Instagram dengan followers 119 ribu pengikut, kanal Youtube dengan 598 ribu subscribers, dan platform media massanya yang bernama Froyonion.com. Dengan kalangan peminat atau audiensnya yang begitu banyak, seharusnya Froyonion mengerti dengan tulisan-tulisan baik itu artikel ataupun berita pada kanal media massanya akan penggunaan bahasa jurnalistik.

Berkaitan dengan hal yang dijelaskan, penelitian ini akan mengkaji kaidah kebahasaan dalam artikel berita yang terdapat pada website Froyonion.com dalam rubrik *news*. Konteks penelitian ini mencoba menganalisis bagaimana penerapan bahasa jurnalistik dalam karya jurnalistik artikel yang terangkum pada edisi Juni 2023 di website Froyonion.com, khususnya berkaitan dengan penggunaan bahasa jurnalistik yang komunikatif, spesifik, hemat kata, dan jelas makna. Juga peneliti menganalisis mengenai bagaimana penggunaan bahasa populer pada berita yang terangkum pada edisi Juni 2023.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, agar penelitian ini tidak keluar dari pembahasan yang diteliti, maka penulis

hanya membatasi fokus penelitian pada penerapan bahasa jurnalistik menurut Kunjana Rahardi dan penggunaan bahasa populer pada berita yang terdapat pada rubrik *news* Froyonion.com edisi Juni 2023. Dari fokus penelitian tersebut, diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan bahasa jurnalistik pada karya jurnalistik artikel di rubrik *news* Froyonion.com?
2. Bagaimana penerapan bahasa populer pada karya jurnalistik berita di rubrik *news* Froyonion.com?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan bahasa jurnalistik pada karya jurnalistik artikel di rubrik *news* Froyonion.com.
2. Untuk mengetahui penerapan bahasa populer pada karya jurnalistik berita di rubrik *news* Froyonion.com.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian kali ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi kajian Ilmu komunikasi pada umumnya dan pada bidang kejournalistikan khususnya para penikmat tulisan artikel maupun berita untuk mengetahui bagaimana penerapan bahasa jurnalistik dan bahasa populer pada tulisan artikel dan berita dengan pengkajian berdasarkan konsep bahasa jurnalistik kunjana rahardi.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis, yaitu manfaat hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah kontribusi positif dalam penulisan suatu berita, serta bagaimana suatu inovasi penggunaan bahasa populer dalam sebuah artikel berita ini dapat menjadi sebuah tren positif dalam masyarakat terutama dalam minat baca anak muda supaya lebih mudah dicerna serta dipahami.

1.5 Penelitian Yang Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang relevan terhadap topik permasalahan penerapan serta penggunaan bahasa jurnalistik dalam berita dan artikel dan juga teori yang dipakai. Peneliti menemukan beberapa kajian pustaka berdasarkan teori-teori yang dapat menjabarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan.

Pertama, Penelitian terdahulu yang pembahasannya sama namun berbeda objek penelitian, yaitu penelitian oleh Putri Annisa (2022) dengan judul *“Penerapan bahasa Jurnalistik pada media online: Studi deskriptif mengenai penggunaan bahasa Jurnalistik dalam Berita Ekonomi Bisnis.com edisi April 2022”*. Penelitian ini diperuntukan guna memenuhi syarat kelulusan jenjang sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini, peneliti menjabarkan bagaimana pemilihan tata kata dan bahasa jurnalistik dalam suatu media yang tidak memenuhi kaidah bahasa jurnalistik tidak komunikatif, tidak spesifik, tidak hemat kata, dan tidak jelas makna. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Hasil

dari penelitian menjelaskan bahwa terdapat kesalahan dari 15 berita yang diteliti, penggunaan bahasa jurnalistik menurut konsep Kunjana Rahardi belum dapat diterapkan dengan baik pada ekonomi Bisnis.com edisi 1-30 April 2022.

Kedua, penelitian oleh Yuliani Seruni Mega (2014) yang berjudul “*Bahasa Jurnalistik Media Online: Analisis Isi Bahasa Jurnalistik pada Rubrik News dan Lifestyle di Situs Okezone.com Edisi Desember 2014*”. Penelitian ini diperuntukan guna memenuhi syarat kelulusan jenjang sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, dengan menjelaskan bagaimana keakuratan berita, keefektifan kalimat, dan ketepatan ejaan pada rubrik news dan lifestyle di situs Okezone.com. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa keakuratan berita, keefektifan kalimat, dan ketetapan ejaan sangat tinggi, sehingga berita-berita yang diteliti memenuhi unsur-unsur yang diteliti.

Ketiga, penelitian oleh Novitasari Irfani (2018) dengan judul penelitian “*Penerapan bahasa jurnalistik pada berita utama di Surat Kabar PIKIRAN RAKYAT edisi 12 Juni-19 Juli 2018*”. Penelitian ini diperuntukan guna memenuhi syarat kelulusan jenjang sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ditujukan guna mengetahui dan menggambarkan mengenai penerapan bahasa jurnalistik yang sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik menurut JS Badudu yaitu sederhana, singkat, padat, lugas, jelas, menarik dengan metode deskriptif analisis. Hasil dari penelitian ini

menjabarkan bahwa dalam 79 berita ekonomi Pikiran Rakyat edisi 27 Mei – 27 Juni 2021 ditemukan 44 kesalahan dari 24 berita yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik seperti penggunaan bahasa asing, bahasa leksikon, penggunaan singkatan yang tidak disertai penjelasan dan penggunaan kata mubazir dan kata penat.

Keempat, jurnal penelitian oleh Safitri Nurul Wahyuni (2016) dengan judul “*Bahasa Jurnalistik dalam Rubrik Citizen Journalism Tribun Bali: Analisis dari Segi Unsur Bahasa yang Singkat dan Gramatikal*”. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bahasa jurnalistik dari unsur singkat dan gramatikal. Hasil dari penelitian ini menjelaskan terdapat beberapa kesalahan penulisan dari unsur singkat sebanyak 15,3% dan 46% ketidaksesuaian dari segi unsur gramatikal.



Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Putri Anissa (2022)	<i>Penerapan bahasa Jurnalistik pada media online: Studi deskriptif mengenai penggunaan bahasa Jurnalistik dalam Berita Ekonomi Bisnis.com edisi April 2022</i>	Menjabarkan bagaimana pemilihan tata kata dan bahasa jurnalistik dalam suatu media yang tidak memenuhi kaidah bahasa jurnalistik tidak komunikatif, tidak spesifik, tidak hemat kata, dan tidak jelas makna.	Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa terdapat kesalahan dari 15 berita yang diteliti, penggunaan bahasa jurnalistik menurut konsep Kunjana Rahardi belum dapat diterapkan dengan baik pada ekonomi Bisnis.com edisi 1-30 April 2022	Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif.	Memiliki persamaan yakni sama-sama meneliti tata bahasa jurnalistik dalam suatu artikel berita dari suatu media massa.	Memiliki perbedaan pada media yang diteliti, dalam penelitian tersebut media yang diteliti ialah Bisnis.com, sedangkan penelitian ini meneliti media online Froyonion.com
Yuliani Seruni Mega (2014)	<i>Bahasa Jurnalistik Media Online: Analisis Isi Bahasa Jurnalistik pada Rubrik</i>	Menjelaskan bagaimana keakuratan berita, keefektifan kalimat, dan ketepatan ejaan pada rubrik news	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa keakuratan berita, keefektifan kalimat, dan ketetapan ejaan sangat tinggi, sehingga berita-	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode analisis isi.	Memiliki persamaan yakni sama-sama meneliti penerapan bahasa jurnalistik dalam suatu media online.	Memiliki perbedaan pada metode, penelitian tersebut menggunakan metode analisis isi, sedangkan penelitian ini menggunakan metode deskriptif

	<i>News dan Lifestyle di Situs Okezone.com Edisi Desember 2014</i>	dan lifestyle di situs Okezone.com	berita yang diteliti memenuhi unsur-unsur yang diteliti.			
Novitasari Irfani (2018)	<i>Penerapan bahasa jurnalistik pada berita utama di Surat Kabar PIKIRAN RAKYAT edisi 12 Juni-19 Juli 2018</i>	Bertujuan guna mengetahui dan menggambarkan mengenai penerapan bahasa jurnalistik yang sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik menurut JS Badudu yaitu sederhana, singkat, padat, lugas, jelas, menarik	Hasil dari penelitian ini menjabarkan bahwa dalam 79 berita ekonomi Pikiran Rakyat edisi 27 Mei – 27 Juni 2021 ditemukan 44 kesalahan dari 24 berita yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik seperti penggunaan bahasa asing, bahasa leksikon, penggunaan singkatan yang tidak disertai penjelasan	Metode yang digunakan ialah metode deskriptif analisis.	Memiliki persamaan yakni sama-sama meneliti penerapan bahasa jurnalistik dalam suatu artikel berita, juga metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode deskriptif.	Memiliki perbedaan pada objek yang diteliti, jika penelitian ini meneliti berita yang berfokus pada berita utama, sedangkan pada penelitian ini meneliti artikel dan berita.

			dan penggunaan kata mubazir dan kata penat.			
Safitri Nurul Wahyuni (2016)	<i>Bahasa Jurnalistik dalam Rubrik Citizen Journalism Tribun Bali: Analisis dari Segi Unsur Bahasa yang Singkat dan Gramatikal</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bahasa jurnalistik dari unsur singkat dan gramatika dalam rubrik citizen journalism Tribun Bali.	Hasil dari penelitian ini menjelaskan terdapat beberapa kesalahan penulisan dari unsur singkat sebanyak 15,3% dan 46% ketidaksesuaian dari segi unsur gramatikal	Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Memiliki persamaan yakni sama-sama meneliti mengenai kaidah bahasa jurnalistik dalam rubrik yang sama-sama mengandung unsur opini.	Memiliki perbedaan pada kajian penelitian yang dipakai, penelitian tersebut mengkaji berita berdasarkan bahasa jurnalistik singkat dan gramatikal, sedangkan pada penelitian ini mengkaji artikel dari segi bahasa jurnalistik komunikatif, spesifik, hemat kata, dan jelas makna.



1.6. Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Konseptual

1.6.1.1 Bahasa Jurnalistik

Dengan adanya kegiatan jurnalistik, bahasa pun berkembang dengan adanya bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang mempunyai sifat singkat, padat, lugas, serta sederhana dalam penyampaiannya namun tetap tunduk pada kaidah etika. Dalam bahasa jurnalistik, penggunaan kata yang panjang sangat dihindari agar tidak mempersulit pembacanya, serta agar para pembaca dapat lebih mudah memahami apa yang disampaikan.

Menurut Sumadiria (2011 : 7) Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh para wartawan, redaktur, atau pengelola media massa dalam menyusun dan menyajikan, serta memuat berita dan laporan peristiwa atau pernyataan yang benar, aktual, penting, dan atau menarik dengan tujuan agar mudah dipahami isinya dan cepat ditangkap maknanya.

Terdapat 17 ciri utama bahasa jurnalistik Menurut Sumadiria (2011 : 14), yaitu (1) sederhana, (2) singkat, (3) padat, (4) lugas (5) jelas (6) jernih (7) Menarik (8) Demokratis (9) populis (10) logis, (11) gramatikal, (12) menghindari kata tutur (13) menghindari kata dan istilah asing (14) pilihan kata diksi yang tepat (15) mengutamakan kalimat aktif (16) menghindar kata atau istilah teknis (17) tunduk kepada kaidah etika

Sedangkan menurut Rachardi (2011 : 5) menuturkan bahwa bahasa jurnalistik dikenal dengan bahasa pers, adalah terminology yang digunakan jurnalis untuk mengkomunikasikan peristiwa yang sedang terjadi saat ini atau

yang baru saja terjadi. Kunjana Rahardi juga menyebutkan beberapa ciri-ciri sebuah bahasa jurnalistik, yaitu:

- 1) Komunikatif, artinya tidak berbelit-belit, harus terus langsung pada pokok permasalahannya. Jadi, bahasa jurnalistik harus lugas, sederhana, tepat diksinya, dan menarik sifatnya.
- 2) Spesifik, artinya bahasa jurnalistik harus disusun dengan kalimat-kalimat yang singkat atau pendek.
- 3) Hemat kata, artinya bahasa jurnalistik memegang teguh prinsip ekonomi kata.
- 4) Jelas makna, artinya dalam bahasa jurnalistik sedapat mungkin menggunakan kata-kata yang denotatif (makna sebenarnya).
- 5) Tidak mubazir dan tidak klise.

1.6.1.2 Ragam Bahasa

Menurut Chaer (2010: 62) keragaman bahasa disebabkan oleh keragaman bahasa dengan adanya latihan komunikasi sosial yang dilakukan oleh jaringan atau perkumpulan itu sangat berbeda dan karena para penuturnya non-homogen. Seperti yang diungkapkan Allan Ringer (dalam Coupland dan Adam, 1997:240) ragam bahasa merupakan salah satu hal paling menarik dalam sociolinguistik. Aturan penting dari ragam bahasa ini adalah penuturnya tidak harus berbicara dengan cara yang sama untuk semua kesempatan atau kejadian. Ini menyiratkan

penutur memiliki pilihan atau keputusan berbicara dengan berbagai cara dalam situasi yang berbeda.

Pendekatan berbeda untuk berbicara ini dapat mendorong implikasi sosial yang berbeda. Dengan demikian, dilihat dari sentimen-sentimen di atas, cenderung dianggap bahwa bahasa itu beraneka ragam dan penggunaannya disesuaikan dengan kemampuan dan keadaan, tanpa mengabaikan keputusan pokok yang berlaku dalam bahasa yang bersangkutan. Hal ini karena keragaman bahasa terjadi karena keragaman sosial terlebih lagi, ragam kemampuan bahasanya. Ragam bahasa dibagi menjadi dua macam ragam, diantaranya:

1) Ragam Tinggi

Variasi yang tinggi digunakan dalam wacana, pelajaran, pidato, penyiaran, komposisi formal, dan tulisan yang tepat. Desain sintaksis tidak dapat diubah, dan memiliki kalimat yang panjang. Berbagai macam tinggi diusulkan untuk masyarakat yang tinggi nilainya.

2) Ragam rendah

Variasi rendah digunakan dalam diskusi pribadi dalam aktivitas publik, serta dalam penulisan nonformal seperti bertukar pesan antar pribadi. Ragam bahasa rendah diajukan sebagai bahasa pertama bagi seseorang tanpa memeriksa kaidah tata bahasa.

1.6.1.3 Media Online

Jurnalistik kini telah berkembang secara pesat, dimulai dari munculnya media cetak, media televisi, hingga kini jurnalistik telah berkembang pesat dengan munculnya media online. Dengan adanya media online muncul juga beragam media baru dengan konten-konten jurnalistik yang lebih menarik dengan berbagai konten yang menarik dan sangat kontemporer.

Media online kini memiliki peran yang sangat penting bagi arus penyebaran informasi bagi masyarakat. Dengan munculnya media online, kini kegiatan jurnalistik online merupakan hal yang baru dan lumrah dilakukan oleh para jurnalis serta media yang ada. Dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, M. Romli (2018) Mengemukakan: “Jurnalistik online merupakan proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website.”

1.6.1.4 Artikel

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) artikel adalah karya tulis lengkap, misalnya laporan berita atau esai dalam majalah, surat kabar, dan sebagainya. Artikel bisa diartikan sebagai karya tulis yang berisi, pemikiran, opini, gagasan, atau informasi yang disebarluaskan melalui berbagai media, baik itu media cetak ataupun media online.

Sumadiria (2011 : 4) mengatakan bahwa artikel memiliki tujuh ciri utama yang konkrit, ketujuh ciri tersebut antara lain:

1. Ditulis dengan atas nama (*by line story*)

Artikel merupakan karya yang dihasilkan individual. Sebagai karya individual, artikel perlu mencantumkan dengan gamblang nama penulisnya.

2. Mengandung gagasan aktual dan kontroversial

Gagasan yang aktual, kontroversial, ataupun keduanya hendaknya terkandung dalam artikel, apapun itu artikel yang ditulis. Gagasan aktual artinya bersifat baru, belum banyak diketahui, ditulis, dan dibicarakan oleh orang. Artikel akan lebih baik jika menghindari gagasan yang using, atau monoton. Gagasan yang segar, dan baru dapat memberikan nilai manfaat bagi masyarakat, hal ini dapat menjadikan artikel tersebut diperhatikan, dibicarakan, dan dijadikan rujukan.

3. Menyangkut kepentingan sebagian besar khalayak pembaca

Artikel yang ditulis oleh seorang penulis, harus memberikan banyak manfaat bagi kepentingan masyarakat sesuai dengan pangsa pasar media yang memuat artikel tersebut.

4. Ditulis secara referensial dengan visi intelektual

Artikel bukanlah cerita fiksi seperti cerita pendek yang banyak menggunakan imajinasi. Artikel merupakan karya yang bersifat nonfiksi dan bertumpu pada pemahaman. Artikel tercipta dari proses kreatif kecerdasan seseorang. Sebagai karya intelektual, artikel perlu

didukung dengan berbagai sumber seperti bacaan, pengetahuan, serta teori yang relevan.

5. Disajikan bahasa yang sederhana, jelas, menarik, hidup, segar, populer, komunikatif

Artikel yang disebarakan pada media surat kabar, majalah, ataupun media online harus tunduk pada kaidah bahasa jurnalistik. Beberapa ciri utama bahasa jurnalistik yaitu, jelas, lugas, singkat, segar, menarik, mudah diingat, mudah dicerna, dan mudah dimengerti arti, maksud, serta arahnya.

6. Singkat dan tuntas

Singkat, berarti tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, agar tidak membuang-buang waktu para pembaca yang berharga, intinya langsung mengarah pada pokok persoalan. Tuntas berarti tidak bersambung pada edisi selanjutnya, artikel harus selesai pada edisi hari yang dimuat di satu halaman, boleh bersambung, namun tetap pada edisi yang sama.

7. Orisinal

Artikel merupakan karya perseorangan yang asli, tanpa menjiplak atau membajak karya tulisan orang lain. Menjiplak, membajak, atau plagiarism merupakan hal yang sangat dilarang dalam dunia jurnalistik. Untuk menghindari hal tersebut, penulis harus menguasai etika penulisan dan pengutipan.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini, penulis memilih Froyonion.com media berbasis online. Penulis meneliti Froyonion.com ini secara daring (online), termasuk pencarian data yakni teks artikel dan berita pada website Froyonion.com.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Secara umum, paradigma berarti pandangan, yaitu cara pandang seseorang terhadap sesuatu, yang memengaruhinya dalam berpikir secara psikologis. Paradigma adalah sebuah model dalam teori ilmu pengetahuan. Paradigma berkaitan erat dengan prinsip-prinsip dasar yang menentukan berbagai macam pandangan manusia terhadap dunia sebagai bagian dari system bricoleur. Menurut Roy Bhaskar (1989), paradigma adalah seperangkat asumsi yang dianggap benar apabila melakukan suatu pengamatan yang dapat dipahami dan dipercaya serta dapat diterima.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Paradigma Interpretif, yaitu paradigma yang lahir dari reaksi terhadap paradigma positivisme yang dipandang masih kurang komprehensif guna menjelaskan suatu realitas. Paradigma interpretif memiliki asumsi dimana realitas sosial dipandang sebagai suatu yang holistik, satu dan yang lainnya terpisah-pisah, kompleks, dinamis, banyak makna, dan bersifat timbal balik hubungannya, bukan kausalitas.

Paradigma interpretif melihat manusia sebagai makhluk yang memiliki kesadaran dan bersifat intensional dalam tindakannya. Hendrarti (2010: 4) berpendapat bahwa paradigma interpretif memandang ilmu sosial sebagai analisis yang sistematis atas '*socially meaningful action*' melalui pengamatan secara langsung pada actor sosial dalam latar alamiah guna bisa memahami dan menjelaskan bagaimana para actor sosial membuat dan memelihara sosial mereka.

Penelitian ini terkait studi teks, yang mana studi teks menganalisis secara sistematis serta menginterpretasikan teks yang ada dalam artikel dan berita di rubrik *news* Froyonion.com dengan menggunakan kajian yang digunakan dalam penelitian. Dengan paradigma interpretif yang digunakan pada penelitian ini, maka pendekatan yang relevan digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Di mana penelitian berdasarkan proses dari apa yang terjadi pada media Froyonion.com. Penelitian kualitatif atau dapat dikatakan penelitian natural atau penelitian alamiah merupakan jenis penelitian yang mengutamakan fokus dalam proses & makna yang tidak di uji, atau diukur menggunakan sebenar-benarnya menggunakan data yang bersifat deskriptif.

Pada penelitian ini menggambarkan atau menginterpretasikan kembali peristiwa yang ada kemudian dibuat berupa pernyataan serta data deskriptif. Penelitian ini memiliki karakteristik alamiah berdasarkan apa yang terjadi di lapangan.. Menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan

untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

1.7.3 Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Metode ini digunakan karena dianggap dapat menjabarkan fakta yang didapat secara deskriptif. Pencarian fakta diperlukan adanya metode deskriptif karena metode ini bersifat menafsirkan suatu hal. Pendekatan deskriptif akan menggali lebih dalam dalam menggambarkan data. Digunakan narasi dalam penelitian ini guna menggambarkan suatu peristiwa atau keadaan. Metode deskriptif menyajikan fakta atau subjek yang diteliti secara metodis, akurat, dan faktual.

Penggunaan metode penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan temuan dari isi artikel berita yang diteliti. Metode ini juga dipandang lebih cocok dan sesuai untuk menemukan kesalahan penerapan bahasa jurnalistik yang komunikatif, spesifik, hemat kata, dan jelas makna.

1.7.4 Jenis dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

1) Data Primer

Data primer merupakan segala suatu informasi yang didapatkan dari subjek penelitian secara langsung. Data primer atau data kunci dalam penelitian ini berupa tulisan-tulisan artikel dan berita dari website Froyonion.com.

2) Data Sekunder

Data sekunder ialah data pendukung guna memperkuat data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pemimpin redaksi Froyonion.com yang berhubungan dengan objek penelitian. Data sekunder lain dalam penelitian ini berupa data mengenai profil perusahaan dan susunan redaksi Froyonion.com yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemimpin redaksi.

1.7.4.2 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini, data yang didapatkan berupa teks pada tulisan-tulisan artikel dan berita di rubrik *news* Froyonion.com sebagai data primer.

2) Sumber Data Sekunder

Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa profil perusahaan dan susunan redaksi Froyonion.com yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pemimpin redaksi.

1.7.5 Unit Analisis

Unit analisis merupakan suatu objek yang diteliti yang termasuk dalam komponen penelitian kualitatif. Suatu objek yang diteliti ini berkaitan dengan kelompok, individu, serta benda. Pada penelitian, unit analisis merupakan salah satu acuan serta instrumen yang penting.

Dalam kasus penelitian ini, unit analisis yang diteliti yaitu tulisan-tulisan artikel dan berita yang terdapat pada rubrik *news* Froyonion.com dengan menggunakan metode deskriptif terhadap kaidah kebahasaan yang terkandung dalam artikel dan berita yang terdapat pada edisi Juni 2023.

1.7.6 Metode Pengumpulan Data

1.7.6.1 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi ialah salah satu metode mengumpulkan informasi dengan melakukan studi dokumen-dokumen guna memperoleh informasi mengenai masalah yang diteliti. Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010:143). Studi dokumentasi adalah suatu cara dimana peneliti kualitatif bisa menggambarkan perspektif atau sudut pandang subjek penelitian dari materi yang tertulis ataupun dokumen lainnya yang diwujudkan langsung oleh subjek-subjek yang berpartisipasi (Sugiyoni, 2009: 228). Studi dokumentasi dalam penelitian ini berupa bentuk dokumen tulisan artikel dan berita yang terdapat di rubrik *news* Froyonion.com.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Penggunaan metode analisis data kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Analisis data kualitatif merupakan teknik dalam pengumpulan dan pencarian data dengan memilah serta mengelola data yang diperlukan. Data yang ditemukan kemudian dianalisis dan disaikan secara naratif.

Ada beberapa tahapan dalam analisis data kualitatif, diantaranya pengumpulan data yang diperlukan berupa teks artikel dan berita dari media Froyonion.com periode Juni 2023. Lalu data yang sudah terkumpul diteliti dan diamati dengan teori yang ada pada kerangka konseptual berupa penggunaan bahasa jurnalistik komunikatif, spesifik, hemat kata, dan jelas makna. Selanjutnya penarikan kesimpulan dari data yang telah dianalisis guna memenuhi jawaban rumusan masalah yang telah ditetapkan.

