

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebagai bentuk acuan dan perbandingan peneliti dalam melakukan penelitian, maka peneliti melakukan tinjauan pustaka. Hal ini berguna selain untuk melengkapi penelitian, tinjauan pustaka juga menjadikan penelitian lebih relevan dan berkaitan dengan Analisis Jurnalistik Pada Unggahan Akun Instagram @cimahikota Dalam Penyampaian Informasi.

Berikut adalah penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan:

Tabel 2.1
Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Uraian	Arif Takomala	Santy Sugiarti	Rahmah
1	Universitas	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2008)	Universitas Muhammadiyah Malang (2019)	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (2016)
2	Judul Penelitian	Analisis Bahasa Jurnalistik Berita Utama Surat Kabar Republika Edisi Desember 2008	Implementasi Bahasa Jurnalistik Dalam Penyampaian Berita Pada Portal Berita <i>Online</i>	Analisis Penerapan Bahasa Jurnalistik Terhadap Berita Kriminal Tribun Timur
3	Metode Penelitian	Kualitatif	Kuantitatif	Kualitatif
4	Hasil Penelitian	Penggunaan bahasa	Berdasarkan pengkodean yang	Pada suatu surat kabar masih

		<p>jurnalistik diterapkan baik dalam penulisan beritanya. Tetapi masih terdapat kesalahan dalam surat kabar <i>Republika</i>. Seperti masih adanya kata-kata mubazir dan tidak ekonomi kata. Peneliti menemukan kasus baru dalam penelitian yang dilakukan, yaitu sering terdapat kesalahan dalam paragraf. Berita surat kabar <i>Republika</i> sering terdapat paragraf yang terdiri dari satu kalimat. Bahkan dalam berita utama pun sering terdapat hal tersebut.</p>	<p>telah dilakukan, ada 64% kalimat yang dikategorikan sebagai kalimat yang menerapkan bahasa jurnalisme. Persentase itu dinyatakan rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa Tribunnews belum maksimal menggunakan bahasa jurnalistik dalam menyampaikan berita. Oleh karena itu, Tribunnews.com jurnalis harus lebih profesional dalam menerapkan penggunaan bahasa jurnalistik agar berita yang disampaikan lebih mudah diterima dan dipahami oleh pembaca</p>	<p>banyak kesalahan-kesalahan atau ketidaksesuaian dalam penulisan berita dengan karakteristik bahasa jurnalistik. Dalam surat kabar lokal Tribun Timur yang terbit dalam periode harian ini ditemukan kata-kata bahkan kalimat yang tidak sesuai dengan ciri dan etika bahasa jurnalistik seperti penggunaan kata yang tidak konsisten pada judul berita yaitu seperti 'grebek' dan 'gerebek' yang dapat membingungkan pembaca. Redaksi Tribun Timur sebaiknya memiliki Standar Operasional Prosedural (SOP), agar wartawan/koresponden lebih terarah dan memiliki acuan khusus dalam kinerja kerjanya yang hanya berstandar pada Kamus Besar Bahasa</p>
--	--	--	---	---

				Indonesia (KBBI) dan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) dan tidak memiliki Standar Operasional Prosedural (SOP) tanpa memperhatikan lebih dalam lagi tentang ciri bahasa jurnalistik dan teori pers tanggung jawab sosial
5	Persamaan	Sama-sama meneliti tentang kaidah bahasa jurnalistik dengan indikator penelitian sama metode kualitatif deskriptif.	Penelitian seputar penggunaan bahasa jurnalistik pada informasi yang disampaikan lewat media massa.	Meneliti sejauh mana ciri bahasa jurnalistik diterapkan dalam penulisan berita.
6	Perbedaan	Objek penelitian sebelumnya adalah surat kabar <i>Republika</i> , sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah akun media sosial @cimahikota.	Dalam penelitian sebelumnya, metode yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan peneliti memilih kualitatif sebagai metode penelitian dengan analisis sebagai metode tambahan.	Penelitian yang dilakukan sebelumnya dilakukan di media massa Tribun Timur dengan cakupan area yang luas.

Sumber: Penelitian, 2022

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.1.2.1. Definisi Ilmu Komunikasi

Ilmu komunikasi menurut Harold Laswell adalah *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa yang Mengatakan Apa di Saluran Mana Kepada Siapa Dengan Efek Apa) atau berarti bagaimana komunikasi yang merupakan proses penyampaian pesan yang berasal dari komunikator kepada komunikan melalui media apa dan menimbulkan efek apa.

Jika berdasarkan pemahaman umum, komunikasi adalah sebuah interaksi yang terjadi antara dua orang atau lebih, baik secara langsung (bertatap muka) atau lewat media (tidak langsung). Berger dan Chaffe menjelaskan komunikasi yaitu:

“Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan, dan efek dari symbol serta sistem signal dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan, dan efeknya.” (Berger & Chaffe dalam Rismawaty et al, 2014: 63).

Menurut Carl Hovland yang dikutip oleh Onong Uchana Effendy dalam Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menjelaskan jika ilmu komunikasi ialah upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi sekaligus pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2003: 10).

Komunikasi tidak sebatas mengabarkan dengan cara bertukar pesan antara komunikator dan komunikan, melainkan berupaya untuk memengaruhi tindakan, sikap, dan pandangan seseorang atau sejumlah

orang sesuai apa yang diinginkan. Dalam buku *Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*, Manap Solihat menjelaskan:

“Proses terjadinya komunikasi dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan pesan atau informasi, yang kemudian dilambangkan, baik berupa ucapan atau isyarat, proses selanjutnya dengan melakukan transmisi berupa media dan perantara hingga pesan dapat diterima oleh komunikan. Komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yakni komunikator dengan komunikan dapat saling memahami pesan yang disampaikan.” (Solihat et al, 2015:4).

Sehingga komunikasi dikatakan berhasil jika pembicara/penyampai pesan berhasil mempengaruhi lawan bicara dengan pesan yang ditujukan kepadanya.

2.1.2.2 Komunikasi Massa

Sejumlah pesan yang ditampilkan dari media massa seperti media cetak, televisi, radio, serta media *online* yang berisi nilai berita adalah bentuk dari penerapan komunikasi massa yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Bittner mengemukakan:

“Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dalam definisi tersebut dijelaskan bahwa komunikasi massa harus disampaikan lewat media massa, sekalipun di hadapan banyak audiens secara langsung, sehingga melalui media massa, informasi atau pesan dapat disampaikan secara serentak.” (Elvinaro et al, 2015: 3)

Komunikasi massa tidak bisa mungkin bisa lepas dari media massa, karena komunikasi massa hanya dapat dilakukan melalui media massa.

2.1.3 Media Massa

Media massa merupakan alat atau perantara dalam proses komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan pesan secara serentak dan cepat kepada audiens secara luas dan dalam waktu yang tidak terbatas, meski *feedback* yang disampaikan oleh audiens tidak bisa langsung diterima oleh komunikator sehingga tidak terjadi komunikasi dua arah. Media massa juga mampu mengatasi hambatan ruang dan waktu, menjadikan hal tersebut sebagai kelebihan media massa dibandingkan jenis komunikasi lain. Informasi yang disampaikan cenderung bersifat terbuka, dimana ada pesan tersebut dapat diterima oleh semua siapa saja, dengan catatan audiens mengakses media massa yang bersangkutan.

Media massa juga merupakan beragam teknologi media yang dikembangkan untuk mencapai sasaran sejumlah besar audiens, dengan menggunakan komunikasi massa.

Devito mengemukakan:

“Sebagai salah satu produk teknologi, media massa turut mewarnai kehidupan masyarakat. Media massa terdapat di mana-mana, di sekitar kita. Hidup satu hari saja tanpa komunikasi massa adalah mustahil bagi kebanyakan orang. Namun demikian banyak di antara kita yang tidak mengetahui bagaimana media beraksi dan bagaimana mereka memengaruhi kehidupan kita. Kita membutuhkan surat kabar, radio, televisi, bioskop, dan rekaman musik. Tanpa mereka, hidup kita akan sangat berbeda, dan bagi kebanyakan kita akan sangat sulit.” (Rismawaty et al, 2014:208).

Dalam keterangannya, Waskito menyampaikan jika media massa dapat dijelaskan sebagai saluran-saluran komunikasi yang menyampaikan informasi, untuk membentuk pemahaman masyarakat luas, sarana dan

saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan, kepada masyarakat luas (Waskito, 2013: 204).

2.1.3.1 Media Online

Media *online* merupakan media atau saluran komunikasi yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Menurut Romli,

“Media *online* dapat dikatakan sebagai media ketiga setelah media cetak dan elektronik. Media *online* termasuk media baru di dunia jurnalistik. Sebuah media pemberitaan yang diterbitkan di internet secara *online* yang kini memberikan kemudahan bagi khalayak dalam untuk memperoleh berbagai informasi dengan lebih cepat.” (Romli, 2018)

Lebih lanjut, media *online* secara khusus terkait dengan konteks komunikasi massa yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) yang dikemas secara *online* dan merupakan bagian dari *new media*. Bersamaan dengan hadirnya internet menjadikan informasi dapat dengan sangat mudah dipublikasikan dan bisa ditampilkan dalam bentuk multimedia seperti teks, audio, visual, audio visual, dan video.

Menurut Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan oleh Dewan Pers, kata “siber” dimaknai dengan “seluruh bentuk media yang menggunakan internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta telah memenuhi persyaratan Undang-undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan oleh Dewan Pers” (Romli, 2018: 34).

Keunggulan media *online* jika dibandingkan dengan pendahulunya yakni media cetak dan media elektronik adalah tidak adanya batasan ruang

dan waktu. Media *online* merupakan media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia atau sebuah media yang melibatkan komputer dan internet. Termasuk kategori media *online* yakni *website*, *radio online*, *televisi online*, email dan portal.

2.1.3.2 Media Sosial

Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya gawai yang diproduksi menjadikan seolah-olah istilah “dunia dalam genggam” terasa semakin nyata. Sebagaimana yang diulas oleh Richard Hunter (2002) yakni *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi semakin terbuka dan mudah untuk dicari.

Secara sederhana, Laughey dan McQuail menjelaskan jika istilah “media” bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2007 dan McQuail, 2003 dalam Nasrullah, 2018: 3). Pengertian media cenderung dekat dengan sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa.

Sedangkan kata “sosial” jika dikutip dari Weber merujuk pada relasi sosial yang bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relation*). Kategori yang mampu membawa penjelasan mengenai apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan individual (Weber, 1978 dalam Fuchs, 2014: 39). Dengan catatan diperlukan simbol-simbol yang bermakna di antara individu yang terlibat dalam relasi tersebut.

Disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Sehingga keberadaan media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2018: 11).

Media sosial juga hadir dalam banyak jenis yang kerap digunakan untuk beberapa kepentingan yang berbeda. Setidaknya terdapat enam jenis media sosial menurut Nasrullah:

- a. Media Jejaring Sosial
Jejaring sosial menjadi yang paling populer dalam kategori media sosial. Menjadi perantara untuk bersosialisasi secara virtual. Salah satu contoh jejaring sosial adalah *Facebook* dengan fitur memublikasikan konten berupa teks, foto, dan video menciptakan ruang komunikasi.
- b. Jurnal *Online*
Media sosial yang saat ini lebih dikenal dengan sebutan *blog* ini memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas kesehariannya berupa tulisan-tulisan (*diary*) yang bisa dikomentari juga dibagikan kepada khalayak.
- c. Jurnal *Online* Sederhana
Serupa dengan *blog*, jurnal *online* sederhana atau *microblogging* merupakan media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk menulis lalu memublikasikan kesehariannya namun dengan jumlah kata yang lebih terbatas. *Twitter* menjadi contoh dari *microblogging* dengan ruang tulisan sebanyak 140 karakter lengkap dengan fitur *trending topic*, *hashtag*, dan *tweet*.
- d. Media Berbagi
Situs berbagi media juga termasuk dalam media sosial karena memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media berupa dokumen, foto, audio, video dan sebagainya.
- e. Penanda Sosial
Dalam istilah lain disebut *social bookmarking*, penanda sosial adalah media sosial dengan fungsi mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara *online*. Informasi yang diberikan oleh media sosial ini bukanlah informasi utuh, melainkan media singkat berupa teks, foto, atau

video yang nantinya ketika dibuka akan langsung menuju sumber informasi tersebut.

f. Media Konten Bersama

Sebuah media sosial berupa situs dengan konten yang dihasilkan dengan cara kolaborasi antar penggunanya. Mirip dengan kamus dan ensiklopedia, *wiki* atau media konten bersama memberikan pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan dari satu kata. Sebagai contoh, Wikipedia menjadi salah satu media kolaborasi konten bersama yang paling populer (Nasrullah, 2018: 40-47).

Media sosial menjadi sarana yang digunakan oleh khalayak untuk berinteraksi dengan sesama dengan cara menciptakan, berbagi, dan bertukar informasi dalam sebuah jaringan secara virtual.

2.1.3.3 Jurnalistik *Online*

Jurnalistik *online* atau *cyber journalism* didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya *website*. Menurut Paul Bradshaw dalam *online journalism blog* terdapat lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C:

- a. *Bravity* (keringkasan)
Berita *online* dituntut ringkas, berjalan lurus dengan kesibukan manusia yang semakin tinggi.
- b. *Adaptability* (kemampuan beradaptasi)
Dapat menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik.
- c. *Scannability* (dapat dipindai)
Pembaca dapat memilah situs yang jurnalistik *online*, memudahkan mereka untuk membaca informasi yang ada.
- d. *Interactivity* (interaktivitas)
Keterlibatan pembaca dalam jurnalistik *online* akan membuat mereka lebih dihargai dan lebih senang membaca informasi yang ada.
- e. *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan)
Berperan sebagai penjaring komunitas, sehingga harus memberi timbal balik atau *feedback* atas interaksi yang dilakukan oleh khalayak.

Prinsip dasar jurnalistik *online* menjadi pedoman dasar bagi mereka yang terlibat dalam dunia jurnalistik *online*, sehingga memberikan karakteristik jurnalistik yang berbeda dengan jurnalistik cetak dan elektronik.

2.1.4 Tinjauan Bahasa Jurnalistik

2.1.4.1 Definisi Bahasa Jurnalistik

Bahasa menjadi alat utama yang digunakan untuk berkomunikasi, baik secara individu maupun dalam kelompok. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri. Bahasa juga dianggap sebagai alat komunikasi yang efektif dalam upaya penyampaian informasi untuk khalayak jika disusun dengan bahasa yang benar tentunya.

Sedangkan jurnalistik secara etimologis berasal dari kata *journal* dari bahasa Perancis yang berarti laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari (Sumadiria, 2019: 4). Menurut Adinegoro, jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberikan perikabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya (Amar, 1984 dalam Sumadiria, 2019: 4).

Jika dirunut secara mendalam, dalam bahasa Yunani dapat ditemukan istilah *de jour* yang berarti hari ini. Bahasa jurnalistik juga dijelaskan oleh Kunjana Rahardi dalam bukunya:

“Jadi, sosok bahasa dalam ragam jurnalistik atau bahasa pers sesungguhnya menunjuk pada bahasa yang dipakai untuk menyampaikan sosok fakta, sosok laporan, sosok berita, sosok tulisan yang terjadi terkini atau baru terjadi, yaitu fakta yang memang terjadi pada hari ini, bahkan pada saat sekarang ini (Rahardi, 2011).”

Menurut Dewabrata, bahasa jurnalistik adalah bahasa yang erat hubungannya dengan kaidah dan unsur-unsur pokok yang melekat dalam definisi jurnalistik (Dewabrata, 2004: 23). Susunan kalimat jurnalistik yang baik bisa menggunakan kata-kata yang tepat dan sesuai dalam menggambarkan suasana serta isi pesan yang disampaikan.

2.1.4.2 Fungsi Bahasa Jurnalistik

Fungsi bahasa dapat diturunkan dari dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu sendiri. Dasar dan motif pertumbuhan bahasa dalam garis besarnya menurut Keraf adalah:

- a. Alat untuk menyatakan ekspresi diri
Bahasa menjadi alat untuk mengungkapkan perasaan, pemikiran, keinginan, hingga emosi pada diri seseorang. Menjadikan komunikasi lebih sempurna karena orang lain turut mengerti ekspresi diri.
- b. Alat komunikasi
Sebagai saluran dalam penyampaian maksud dan tujuan seseorang, bahasa digunakan sebagai perantara mengutarakan semua yang dirasakan.
- c. Alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial
Memungkinkan untuk seseorang menjadi terikat atau termasuk dalam suatu golongan kelompok sosial, setidaknya dalam lingkungan masyarakat.
- d. Alat mengadakan kontrol sosial
Sebagai alat kontrol sosial yang mana bertujuan untuk memengaruhi tingkah laku seseorang, bahasa menjadi penting sebagai penyampai gagasan atau pikiran kepada orang lain. (Keraf, 2001 dalam Sumadiria, 2019: 8-9)

Menurut beberapa pakar bahasa Indonesia, bahasa baku mendukung empat fungsi, yakni:

- a. Fungsi pemersatu
Bahasa baku menghubungkan semua penutur berbagai dialek bahasa, dan mempersatukan mereka menjadi satu masyarakat bahasa, sehingga meningkatkan proses identifikasi penutur dengan masyarakat itu.
- b. Fungsi pemberi kekhasan
Fungsi pemberi kekhasan yang diemban oleh bahasa baku membedakan bahasa itu dari bahasa yang lain. Karena fungsi itu, bahasa baku memperkuat perasaan kepribadian nasional masyarakat bahasa yang bersangkutan.
- c. Fungsi pembawa kewibawaan
Pemilikan bahasa baku membawa serta wibawa atau *prestise*. Fungsi pembawa wibawa bersangkutan dengan usaha orang mencapai kesederajatan dengan peradaban lain yang dikagumi lewat perolehan bahasa baku sendiri.
- d. Fungsi sebagai kerangka acuan
Bahasa baku berfungsi juga sebagai kerangka acuan bagi pemakaian bahasa dengan adanya norma dan kaidah (yang dimodifikasi) yang jelas. Norma dan kaidah menjadi tolak ukur bagi benar atau tidaknya pemakaian bahasa orang seorang atau golongan. Dengan demikian, penyimpangan dari norma dan kaidah dapat dinilai.
(Alwi et al, 2000 dalam Sumadiria, 2019: 9-11)

Bahasa jurnalistik sangat erat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga dapat disimpulkan jika bahasa jurnalistik adalah alat untuk menyatakan ekspresi diri, alat komunikasi, alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi social, serta menjadi alat untuk mengadakan control sosial.

2.1.4.3 Karakteristik Bahasa Jurnalistik

Secara spesifik, bahasa jurnalistik dikategorikan menurut bentuknya, seperti dalam surat kabar, tabloid, majalah, siaran radio, televisi,

dan media *online*. Menurut Sumadiria, terdapat beberapa kriteria dalam bahasa jurnalistik yang berlaku pada semua kategori sebagai berikut:

- a. Sederhana
Pemilihan kata atau kalimat yang digunakan haruslah dapat dengan mudah dimengerti oleh khalayak dari latar belakang yang berbeda.
- b. Singkat
Langsung membahas pokok permasalahan dengan tidak bertele-tele atau berbelit dalam menyampaikan berita.
- c. Padat
Memuat kalimat yang sarat akan informasi, menarik, dan layak untuk dipublikasikan pada khalayak.
- d. Lugas
Bahasa jurnalistik yang lugas adalah menyampaikan pesan dengan tegas untuk menghindari ambigu yang dapat menimbulkan kesalahpahaman.
- e. Jelas
Pesan dapat dengan mudah dipahami dan ditangkap maksud dan isinya.
- f. Jernih
Tidak menyembunyikan hal negatif yang dapat mengundang fitnah, dalam kata lain pesan yang disampaikan haruslah transparan, jujur, dan tulus.
- g. Menarik
Bahasa jurnalistik baiknya menambah minat baca khalayak, memunculkan rasa penasaran terhadap pesan yang disampaikan.
- h. Demokratis
Tidak mengenal tingkatan, artinya pesan disampaikan untuk semua kalangan dan tanpa memandang status sosial.
- i. Populis
Menggunakan kalimat, kata, diksi, ataupun istilah yang familier atau akrab untuk khalayak sehingga pesan dapat dengan mudah dipahami.
- j. Logis
Pemilihan kata, kalimat, atau istilah harus dapat diterima akal sehat atau masuk akal.
- k. Gramatikal
Artinya setiap kata, kalimat, atau istilah yang dimuat dengan bahasa jurnalistik harus sesuai kaidah tata bahasa dan baku.
- l. Menghindari kata tutur
Tidak menggunakan kata informal yang sering digunakan sehari-hari.
- m. Menghindari kata dan istilah asing

- Tidak terlalu banyak memasukkan istilah asing yang menyebabkan informatif dan tidak komunikatif serta dapat membuat pembaca bingung.
- n. Pilihan kata (diksi) yang tepat
Diksi yang dipakai haruslah akurat dan sesuai dengan pesan yang akan disampaikan pada khalayak.
 - o. Mengutamakan kalimat aktif
Karena kalimat aktif lebih disukai pembaca dibandingkan kalimat pasif.
 - p. Menghindari kata atau istilah teknis
Sudah seharusnya bahasa jurnalistik menjadi sederhana sehingga mudah dipahami dan ringan untuk dibaca oleh seluruh lapisan masyarakat.
 - q. Tunduk kepada kaidah etika
Selain harus menggunakan kata yang baku, benar, dan baik, jurnalis dilarang memasukkan kata-kata yang vulgar, caci dan maki, sumpah serapah.
(Sumadiria, 2019: 14-20)

Karakteristik yang disebutkan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti masalah, sudut pandang tulisan, pembagian tulisan, dan sumber tulisan.

2.1.4.4 Ciri Bahasa Jurnalistik

Beberapa ciri dalam ragam jurnalistik yang wajib diperhatikan disebutkan sebanyak lima poin oleh Rahardi, di antaranya:

- a. Komunikatif
Ciri khas dari bahasa jurnalistik adalah tidak berbelit-belit, tidak berbunga-bunga, dan *straight to the point*. Bahasa jurnalistik harus lugas, sederhana, tepat diksinya, dan menarik sifatnya.
- b. Spesifik
Bahasa jurnalistik harus disusun secara singkat atau dengan kalimat yang pendek, sehingga mudah diketahui khalayak dan dapat dipahami oleh masyarakat awam.
- c. Hemat kata
Bahasa jurnalistik memegang teguh prinsip ekonomi atau ekonomi kata (*economy of words*), kata yang dipilih juga berciri minim karakter dan singkat bentuknya.
- d. Jelas makna

Sedapat mungkin digunakan kata-kata yang bermakna denotatif (mengandung makna sebenarnya).

- e. Tidak mubazir dan tidak klise
Menghindari mubazir adalah peniadaan kata-kata yang tidak efektif yang tidak merubah isi makna. Sedangkan klise adalah kata-kata yang memenatkan, membosankan, tidak ada variasi, dan tanpa inovasi (*tiring words*), sehingga wajib dihindarkan. (Rahardi, 2011)

Karakteristik dan ciri bahasa jurnalistik menjadi hal yang harus dipenuhi dalam menulis berita, karena informasi yang disampaikan merupakan tulisan dan akan dibaca oleh khalayak dari beragam latar belakang dengan tingkat pengetahuan yang berbeda-beda.

2.1.4.5 Penyimpangan dalam Bahasa Jurnalistik

Terdapat beberapa penyimpangan bahasa jurnalistik dibandingkan dengan kaidah bahasa Indonesia baku. Menurut Suroso dalam sebuah artikel berjudul Bahasa Jurnalistik sebagai Materi Pengajaran BIPA Tingkat Lanjut 1 menjelaskan, yakni:

- a. Penyimpangan Morfologis
Sering ditemukan pada penulisan judul berita dengan kalimat aktif.
- b. Kesalahan Sintaksis
Berupa pemakaian tata bahasa atau struktur kalimat yang kurang tepat, sehingga sering mengacaukan pengertian.
- c. Kesalahan Kosakata
Bertujuan untuk meminimalisir dampak buruk dari sebuah pemberitaan.
- d. Kesalahan Ejaan
Kesalahan yang paling umum dalam penulisan kata.
- e. Kesalahan Pemenggalan
Pergantian kolom yang terkesan dilakukan secara asal, umumnya disebabkan oleh komputer (otomatis).

Zaenal Arifin dan Farid Hadi dalam bukunya yang berjudul 1001 Kesalahan Berbahasa, merumuskan bagaimana penggunaan bahasa yang baik dan benar sebagai berikut:

- a. Bahasa yang Baik
Bahasa Indonesia yang baik adalah bahasa Indonesia yang digunakan sesuai dengan norma kemasyarakatan yang berlaku. Misalnya, dalam situasi yang santai seperti saat berkumpul dengan teman, tempat arisan, pasar hendaklah menggunakan bahasa Indonesia yang santai dan akrab yang tidak terlalu terikat pada aturan. Namun berbeda halnya dalam situasi yang resmi dan formal, seperti saat kuliah, seminar, sidang hendaklah menggunakan bahasa Indonesia yang resmi, formal dan selalu memperhatikan norma berbahasa.
- b. Bahasa yang Benar
Bahasa Indonesia yang benar adalah bahasa Indonesia yang digunakan sesuai dengan aturan atau kaidah bahasa Indonesia yang berlaku. Kaidah bahasa yang dimaksud itu meliputi kaidah ejaan, pembentukan kata, penyusunan kalimat, penyusunan paragraf dan penataan penalaran. Jika kaidah-kaidah tersebut diterapkan dengan cermat, maka pemakaian bahasa Indonesia dikatakan benar. Namun sebaliknya, jika kaidah-kaidah tersebut penggunaannya kurang ditaati, maka pemakaian bahasa tersebut dianggap tidak benar atau tidak baku.
- c. Bahasa yang Baik dan Benar
Bahasa yang Baik dan Benar adalah bahasa Indonesia yang digunakan sesuai dengan norma kemasyarakatan yang berlaku serta sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku. Misalnya, pemakaian lafal daerah dalam berbahasa Indonesia pada situasi resmi dan formal hendaknya dikurangi. Kata memuaskan yang diucapkan memuaskan, kata pendidikan dilafalkan dengan pendidikan, bukanlah lafal bahasa Indonesia. Pemakaian lafal bahasa asing juga harus diperhatikan. Misalnya, kata sukses menjadi sukses, kata “produk” menjadi “prodak”. Hal itu merupakan pengucapan yang perlu dibenahi jika sedang dalam situasi resmi. Sementara itu juga sering kali dijumpai adanya penggunaan kaidah penulisan yang kurang tepat. Misalnya, imbuhan di yang seharusnya ditulis serangkai ternyata masih banyak dituliskan terpisah seperti juga di kata depan yang seharusnya diawali terpisah ternyata dituliskan serangkai.
(Arifin & Hadi, 2009:11)

Kusumaningrat dalam bukunya mengemukakan, terdapat beberapa kendala yang menghalangi terciptanya penggunaan bahasa jurnalistik yang

baik. Berikut merupakan lima kendala yang utama yang harus diwaspadai oleh setiap wartawan:

- a. Menulis di bawah tekanan waktu
Kecepatan merupakan salah satu keharusan dalam menulis berita, baik dalam menyampaikan informasi maupun dalam penulisan yang dikejar waktu atau *deadline*. Umumnya mereka tidak punya banyak waktu untuk memperindah tulisan dengan pemilihan kosakata yang sesuai kaidah.
- b. Kemasabodohan dan kecerobohan
Seorang wartawan umumnya malas berpikir, malas mencari kosakata atau istilah yang tepat. Adanya kemalasan ini maka timbul masa bodoh, mereka menganggap bahwa akan ada redaktur yang akan membenahi penulisan mereka.
- c. Malas mengikuti petunjuk
Petunjuk dalam penggunaan bahasa tertulis yakni tata bahasa, kamus, dan pedoman ejaan yang disempurnakan (EYD). Untuk bahasa jurnalistik dapat ditambah lagi dengan memperhatikan sepuluh pedoman pemakaian bahasa dalam pers.
- d. Ikut-ikutan
Wartawan cenderung meniru apa yang ia lihat. Seperti dengan penggunaan bahasa jurnalistik, hal itu akan menimbulkan kata-kata yang klise dan kurang sesuai dalam sebuah berita.
- e. Merusak arti
Pemilihan kata merupakan hal yang penting dalam menulis. Misalnya, kata “memukul” berbeda dengan kata “meninju”. Memukul dapat dilakukan dengan telapak tangan, tetapi meninju hanya dengan tinju atau alat pemukul.
(Kusumaningrat, 2014:196)

Penyebab terjadinya penyimpangan dalam bahasa jurnalistik biasanya adalah karena minimnya penguasaan kosa kata, pengetahuan kebahasaan yang terbatas, dan kurangnya tanggung jawab dalam pemakaian bahasa.

2.2 Kerangka Pemikiran

Perbedaan penggunaan bahasa dipengaruhi oleh media yang digunakan baik pada media elektronik, cetak maupun *online*. Bahasa yang

lazim dipakai media cetak berkala yakni surat kabar, tabloid dan majalah disebut bahasa jurnalistik pers. Selain pers kita juga mengenal bahasa jurnalistik radio, bahasa jurnalistik televisi, bahasa jurnalistik film dan bahasa jurnalistik media *online* internet.

Bahasa jurnalistik memiliki karakteristik yang harus terpenuhi oleh penyajian berita agar penyampaian berita berlangsung efektif. Adapun ciri-ciri utamanya adalah sederhana, singkat, padat, jelas, lugas, jernih, menarik, demokratis, populis, logis, gramatikal, menghindari kata tutur, menghindari kata dan istilah asing, pilihan kata (diksi) yang tepat, mengutamakan kalimat efektif, menghindari kata atau istilah teknis, dan tunduk kepada kaidah serta etika bahasa baku.

Sedangkan menurut Rahardi dalam buku Bahasa Jurnalistik: Pedoman Kebahasaan untuk Mahasiswa, Jurnalis, dan Umum menjelaskan jika umumnya terdapat beberapa ciri yang harus diperhatikan sebagai dasar jurnalistik, adalah komunikatif, spesifik, hemat kata, jelas makna, tidak mubazir dan tidak klise (Rahardi, 2011: 7).

Dalam menulis berita, terdapat pedoman yang dijadikan sebagai pegangan dengan fungsi untuk memikat dan memudahkan audiens memahami berita. Penggunaan kata-kata yang efisien dan ekonomis atau membuang kata-kata yang tidak perlu sehingga membuat kalimat menjadi lebih singkat adalah salah satu penerapan pedoman dalam penulisan berita.

Penggunaan bahasa jurnalistik menjadi hal yang wajib dalam penyajian berita, hal ini menyangkut kepentingan masyarakat akan

pemahaman isi berita. Peneliti akan meneliti penyampaian informasi sesuai bahasa jurnalistik pada akun *Instagram* @cimahikota dengan indikator **komunikatif, spesifik, hemat kata, jelas makna, tidak mubazir dan tidak klise** pada bahasa jurnalistik.

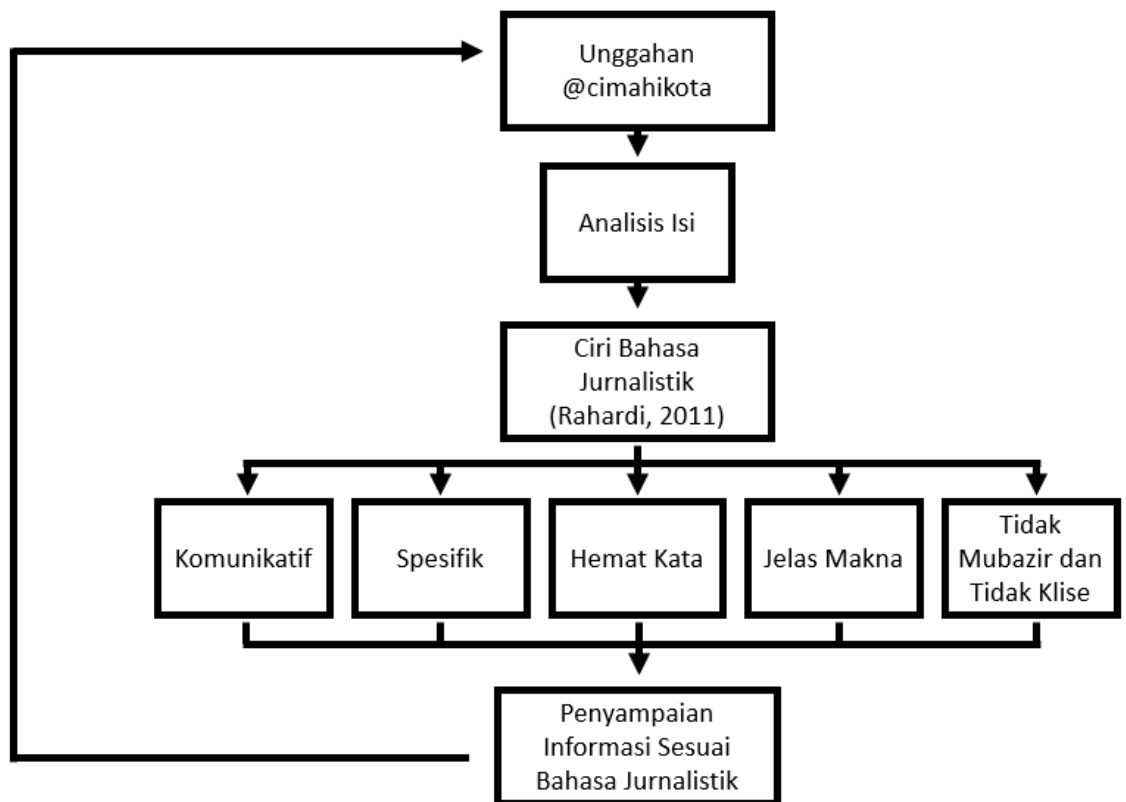
Bahasa jurnalistik harus komunikatif, artinya bahasa yang digunakan harus (*straight to the point*) yang berarti langsung pada pokok permasalahan, tidak berbelit-belit, dan tidak berbunga-bunga. Menghasilkan kalimat yang efektif yang dengan kata lain informasi yang dipahami oleh pendengar sama seperti yang diharapkan oleh pembicara (penulis) atau kalimat itu harus mampu membuat isi atau maksud yang disampaikan oleh pembicara (penulis) tergambar lengkap dalam pikiran si pendengar (pembaca).” (Juanda et al, 2017:51).

Bahasa jurnalistik harus spesifik, artinya bahasa harus disusun dengan kalimat-kalimat yang singkat dan pendek. Kata-kata yang digunakan mesti spesifik sifatnya dan denotatif maknanya, sehingga tidak terjadi tafsir makna ganda (Rahardi, 2011:7).

Bahasa jurnalistik harus hemat kata, artinya bahasa yang digunakan harus memegang teguh prinsip ekonomi bahasa atau ekonomi kata (*economy of words*). Bentuk kebahasaan yang digunakan dalam bahasa jurnalistik berciri minim karakter kata atau sedikit jumlah hurufnya. Maka preferensi jurnalis harus mengarah pada bentuk kata sinonim yang lebih singkat dan sederhana.

Bahasa jurnalistik harus jelas makna, artinya kata-kata yang digunakan harus bermakna denotatif (kata-kata yang mengandung makna sebenarnya). Yang terakhir adalah bahasa jurnalistik harus tidak mubazir dan tidak klise, artinya bahasa yang digunakan harus ringkas dan menghilangkan kata-kata yang berciri mengulang, tidak bervariasi bahkan tidak berinovasi. Demi maksud kejelasan, kelugasan dan ketajaman penyampaian ide atau gagasan (Rahardi, 2011: 7-8).

Gambar 2.1
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2022