

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi berhasil membuat manusia semakin mudah untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi antara individu maupun kelompok. Salah satu teknologi yang sangat berpengaruh dalam hal tersebut adalah internet. Internet adalah jaringan komputer global yang menggunakan Standard Internet Protocol Suite untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer lainnya di setiap negara di dunia. Tidak diragukan lagi, internet berfungsi sebagai infrastruktur dan jaringan yang meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama sebagai sarana komunikasi dan sarana untuk memperoleh informasi yang diperlukan (Gani, 2020). Seiring dengan perkembangan zaman, internet terus dikembangkan hingga lahirnya Google yang dikenal masyarakat luas pada tahun 1998 sebagai pemicu munculnya berbagai media *typo* yang mudah diakses oleh masyarakat dimana saja dan kapan saja. Sehingga muncullah istilah *Online Journalism* atau *Jurnalistik Online*. Jurnalistik *online* yang disebut juga *cyber journalism*, merupakan generasi baru setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak dan jurnalistik penyiaran).

Menurut Junaidi (2015) Jurnalistik *online* merupakan proses peliputan, penulisan, penyuntingan dan penyebarluasan informasi yang aktual atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai “memberitakan sebuah peristiwa,” sedangkan *online* adalah keadaan konektivitas (ketersambungan) yang mengacu pada internet atau *World Wide Web*.

Dalam media massa khususnya surat kabar, keberadaan bahasa tidak lagi hanya sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas, tetapi dapat menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas media yang akan muncul di benak khalayak (Badara 2012). Maka dari itu, Pada era media publikasi *online* saat ini tak

jarang media massa kerap melakukan kesalahan-kesalahan dalam penulisan berita. Kesalahan yang seringkali dilakukan oleh jurnalis diantaranya yaitu, penyusunan kalimat-kalimat yang kurang tepat, penghilangan unsur-unsur gramatikal, pemilihan kata, dan penggunaan ejaan. Ciri prinsip utama dari bahasa jurnalistik yaitu singkat, sederhana, jelas, lugas, padat, jernih, demokratis, menarik, sedapat mungkin tidak menggunakan kata atau istilah-istilah teknis dan mengutamakan kalimat aktif.

Selain itu, salah satu permasalahan media massa yang meresahkan masyarakat saat ini adalah *headline* atau judul berita yang seringkali mengandung kalimat *clickbait* atau frase, sehingga judul berita dan isinya seringkali berbanding terbalik atau tidak sesuai. Hal ini sering dilakukan perusahaan-perusahaan media *online* untuk menarik minat pembaca. Namun, bahan bacaan yang diberikan tentunya tidak bermanfaat bagi masyarakat dan hanya menguntungkan bagi media *online* tersebut.

Bagi jurnalis atau wartawan, memahami teknik, ilmu, etika jurnalistik adalah hal yang wajib. Namun, bagi masyarakat pendengar, penonton hingga pembaca pun harus mengetahui bahkan memahami dasar jurnalistik, agar tidak menjadi objek pasif media massa, atau bahkan bisa menjadi pembaca, pendengar, penonton yang aktif dan kritis terhadap berita yang disajikan media. Maka dari itu seorang jurnalis harus tunduk pada kaidah bahasa jurnalistik, karena bahasa jurnalistik yang baik selain mudah dipahami pembaca, juga bahasa yang mampu membuat perusahaan media massa diakui eksistensinya. Sehingga berita yang disajikan mudah dipahami oleh khalayak.

Menurut Romli (2014) sebuah berita umumnya memiliki struktur yang mengandung enam unsur tentang pertanyaan yang mengandung unsur 5W+1H. Pertanyaan tersebut yaitu meliputi *what* (peristiwa apa yang terjadi), *where* (di mana tempat terjadinya peristiwa), *when* (kapan terjadinya peristiwa), *who* (siapa yang mengalami peristiwa), *why* (mengapa peristiwa tersebut terjadi), dan *how*

(bagaimana peristiwa tersebut terjadi) (Cahyaningtyas, 2020). Kesalahan dalam penulisan maupun struktur dalam berita dapat berakibat fatal, diantaranya yaitu, mengakibatkan kesalahan pemahaman antara pesan yang disampaikan penulis dengan pembaca dan berkurangnya pemahaman pembaca mengenai bahasa baku, . Seperti kasus pesan yang memiliki makna ganda atau ambigu. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis salah satu media daring, yaitu Okezone.com untuk mengetahui penerapan bahasa jurnalistik yang dilakukan media tersebut, khususnya pada kanal OkeCelebrity.

Okezone.com terdaftar sebagai salah satu portal berita yang sudah terverifikasi oleh Dewan Pers, dengan begitu Okezone.com memiliki kewajiban untuk menggunakan kaidah bahasa jurnalistik yang sesuai. Karena, selain harus menyajikan berita yang sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik, okezone.com juga harus mengedukasi pembacanya agar mudah memahami makna berita melalui bahasa jurnalistik yang digunakan.

#	Nama Media	Jenis Media	Penanggung Jawab	Pemimpin Redaksi	Badan Hukum	Provinsi	Alamat	Telp	Email	Website	Status	User Status Certificate Date
1	okezone.com	Siber			PT	Jakarta	Gedung MNC News Center Lt.12 K.H Wahid Hadsyim No.36-38 Menteng Kota Jakarta Pusat 10340	021-3924706	radaksi.okezone@imicgroup.com	www.okezone.com	Terverifikasi Administrasi dan Faktual	2018-09-04

Gambar 1.1 Okezone.Com Terdaftar di Dewan Pers

Sumber: dewanpers.or.id (2022)

Pada gambar 1.1 terdapat data dimana okezone.com merupakan perusahaan media yang terletak di jalan K.H Wahid Hadsyim No.36-38 Menteng Kota Jakarta Pusat 10340. Perusahaan siber tersebut telah terverifikasi dewan pers pada 09 April 2018 hingga saat ini. Okezone.com juga memiliki

berbagai rubrik dan konten, seperti Berita Umum, Makanan (*food*), Olahraga (*sport*), Selebriti, Travel, Bola, Teknologi, Politik, Ekonomi, Internasional, Muslim, Gaya Hidup (*lifestyle*), Haji, hingga Kedai Kopi. Rubrik pada Okezone.com mempunyai slogan “Tau Cepat Tanpa Batas”.

Dari banyaknya rubrik yang dimiliki okezone.com, penulis memilih OkeCelebrity yang dimana rubrik ini memiliki lebih banyak pengunjung sebanyak 2.9M dibandingkan rubrik utama OkeNews sebanyak 24M (Data Similarweb.com, 2022). OkeCelebrity salah satu rubrik dengan fokus menyajikan kabar, info, berita selebritas, musik, film terhangat nasional dan internasional terupdate. Menurut Pratiwi (2014) sejak tahun 2000, berita selebriti menunjukkan dirinya yang populer disebut infotainment yang melampaui iklan dan sinetron yang paling berpengaruh di Indonesia. Sebagai bentuk hiburan budaya massa genre baru, produk media massa ini memiliki poin penting untuk analisis dinamika sosial dan budaya Indonesia.

Rubrik ini mengangkat isu-isu hingga kabar terkini dari artis internasional maupun lokal, tidak hanya itu, tidak hanya itu namun di media *online* ini juga terdapat informasi tentang musik, film terbaru dan juga informasi hiburan lainnya. Penulis memilih rubrik *celebrity* karena seharusnya berita *soft news* atau *feature* bisa terhindar dari kesalahan-kesalahan penulisan, sebab diluar berita yang mengutamakan aktualitas, kanal *celebrity* berisikan 50% hard news 50% soft news, sehingga penggunaan bahasa jurnalistiknya pun berbeda.

Bahasa jurnalistik memiliki karakteristik yang bermacam-macam berdasarkan jenis bahasan apa yang akan diberitakan. Sebagian orang beranggapan bahwa bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis berita utama dan berita *features* adalah berbeda. Karena ciri bahasa jurnalistik sebenarnya dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya jenis tulisan, sumber tulisan, penentuan masalah dan pembagian tulisan.

Menurut Yus Badudu, bahasa jurnalistik merujuk pada bahasa surat kabar dilihat dari karakter yang dimilikinya harus singkat, padat, sederhana, lugas, jelas dan menarik. Sifat-sifat harus dipenuhi oleh bahasa surat kabar mengingat bahwa surat kabar dibaca oleh lapisan-lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. mengingat bahwa orang tidak harus menghabiskan waktunya hanya dengan membaca surat kabar. Harus lugas tetapi jelas agar mudah dipahami orang tidak mesti mengulang-ngulang apa yang dibacanya karena ketidakjelasan bahasa yang digunakan dalam surat kabar itu (Anwar, 1984:2).

Namun apapun jenis beritanya, bahasa jurnalistik tetap harus menggunakan kaidah yang dimiliki oleh ragam bahasa Indonesia yang baku dalam hal pemakaian kosakata pada berita, karena bahasa jurnalistik sangat berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan berbahasa yang lugas, ringkas, sederhana dan mudah dipahami (Romli, 2018). Salah satunya ada pada judul berita Okezone.com yang diunggah pada tanggal 29 November 2022 yang berjudul “Lesti Kejora Laporkan Rizky Billar Terkait Dugaan KDRT”. Dalam berita tersebut terdapat pernyataan dari narasumber yang memiliki ciri tidak jelas,

"Iya betul semalam, saudara **LR** sudah melaporkan kasus yang dialaminya. Laporan saudari L adalah KDRT yang dialaminya," kata AKP Nurma Dewi di kantornya, Kamis (29/9/2022). Wardani, R. (2011, September 29). Lesti Kejora Laporkan Rizky Billar Terkait Dugaan KDRT. Okezone.com.

Terdapat kesalahan pada inisial “LR” dalam kalimat di atas, ini sial tersebut bukanlah inisial dari korban yang dimaksud yaitu Lesti Kejora, karena inisial dari Lesti Kejora adalah “LK” hal tersebut tentunya membingungkan pembaca. Kalimat tersebut tidak mengikuti salah satu prinsip penulisan kaidah jurnalistik yakni, jelas, yang dimana prinsip jelas berarti mudah ditangkap,

tidak baur dan kalimat sesuai dengan subjek-predikat-objek-keterangan (SPOK).

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan berita pada rubrik *celebrity* edisi 29 September hingga 20 Oktober. Karena pada periode tersebut marak berita tentang kasus KDRT (Kekerasan Dalam Rumah Tangga) pasangan selebritas Lesti Kejora dan Rizky Billar yang menarik perhatian publik beberapa waktu lalu. Dilansir dari website Ubersuggest, *keyword* (kata kunci) Lesti Kejora dan Rizky Billar meningkat pada periode tersebut. Selain itu, Okezone.com juga telah menerbitkan sebanyak 207 berita terkait kasus KDRT Lesti Kejora dan Rizky Billar pada kurun waktu kurang lebih 3 minggu.



Gambar 1. 2 Grafik *Keyword* Lesti Kejora dan Rizky Billar

Sumber: neilpatel.com/ubersuggest (2022)

Pada gambar 1.2 terlihat grafik yang meningkat terkait *keyword* dari nama Lesti Kejora dan Rizky Billar pada periode September hingga pertengahan November. Selain karena kepopolaritasan keduanya, hal tersebut terjadi karena kasus KDRT yang dialami sepasang selebritas itu. Sehingga grafik tersebut membuktikan jika masyarakat Indonesia banyak mencari berita Lesti Kejora dan Rizky Billar di mesin pencarian Google.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis melakukan penelitian penggunaan bahasa jurnalistik dalam berita selebritas pada media *online* okezone.com yang berjudul “Analisis Penerapan Bahasa Jurnalistik Dalam Berita Selebritas Pada Media *Online* Okezone.Com”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu,

1. Bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik singkat pada berita selebritas di Okezone.com ?
2. Bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik sederhana pada berita selebritas di Okezone.com ?
3. Bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik lugas pada berita selebritas di Okezone.com ?
4. Bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik jelas pada berita selebritas di Okezone.com ?
5. Bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik padat pada berita selebritas di Okezone.com ?
6. Bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik menarik pada berita selebritas di Okezone.com ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah,

1. Untuk mengetahui penggunaan bahasa jurnalistik singkat pada berita selebritas di Okezone.com?
2. Untuk mengetahui penggunaan bahasa jurnalistik sederhana pada berita selebritas di Okezone.com?
3. Untuk mengetahui penggunaan bahasa jurnalistik lugas pada berita selebritas di Okezone.com?

4. Untuk mengetahui penggunaan bahasa jurnalistik jelas pada berita selebritas di Okezone.com?
5. Untuk mengetahui penggunaan bahasa jurnalistik padat pada berita selebritas di Okezone.com?
6. Untuk mengetahui penggunaan bahasa jurnalistik menarik pada berita selebritas di Okezone.com?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam bidang kajian ilmu komunikasi, khususnya teori dasar-dasar jurnalistik serta penerapan bahasa jurnalistik pada berita *feature*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan masukan dalam penerapan ilmu di dalam menggunakan bahasa jurnalistik pada penulisan berita. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi para jurnalis untuk lebih memperhatikan teknis penulisan berita agar sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik yang telah ditentukan.