

BAHASA JURNALISTIK:

Aplikasinya dalam Penulisan Karya Jurnalistik
di Media Cetak, Televisi, dan Media Online

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

BAHASA JURNALISTIK:

Aplikasinya dalam Penulisan Karya Jurnalistik
di Media Cetak, Televisi, dan Media Online

Husen Manu, M.Si.



**BAHASA JURNALISTIK:
APLIKASINYA DALAM PENULISAN KARYA JURNALISTIK DI MEDIA CETAK,
TELEVISI, DAN MEDIA ONLINE**

Husen Mony

Desain Cover :
Rulie Gunadi

Sumber :
<https://www.shutterstock.com>

Tata Letak :
Titis Yuliyanti

Proofreader :
Avinda Yuda Wati

Ukuran :
x, 171 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :
978-623-02-1727-2

Cetakan Pertama :
Oktober 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2020 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

Sebuah persembahan...

*Untuk ibunda, **Bokiwael Tuheteru**, atas limpahan doanya*

*Untuk ayahanda, **Madzhab Mony**, atas luasan ajarannya*

*Untuk istriku **Desi Wahyuni**, atas cinta dan kasih sayangnya*

*Untuk ananda **Nheela Huqhoiria Mony**, atas inspirasinya*

*Untuk ananda **Madzhab Insani Mony**, atas energi positifnya*

Untuk saudara/i-ku, Toria Mony/Tam Sangadji, Maimuna Mony/Dulla Sangadji, Tadjudin Mony/Bai Sangadji, Mohidin Mony (Almr.), Jali Iman Mony (Almrh.), Atika Rahima Mony/Anca Sangadji, Siti Mardiana Mony/Mo Sangadji, Saida Nursani Mony... atas segala dorongan dan semangatnya.

Untuk ponak-ponakanku, Delia, Nyong, Udi, Baya, Ham, Nona, Nafa, Cakiki, Reisyah, Nairi, Nurul, Cale, Thisya... atas dukungannya

KATA PENGANTAR REKTOR UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Buku yang ditulis sdr Husen Mony dengan judul “*Bahasa Jurnalistik: Aplikasinya dalam Penulisan Karya Jurnalistik di Media Cetak, Televisi, dan Media Online*” ini disajikan dengan lengkap dari aspek teoritis maupun praktis. Mudah dipahami, dan membuka wawasan bagi para pembaca tentang bagaimana harus mengemas fenomena dengan sebuah bahasa yang dapat dipahami atau bahkan memberikan pengaruh terhadap orang lain.

Di era digital saat ini, pengemasan fenomena menjadi berita dengan bahasa jurnalistik secara baik dan benar menjadi sangat penting, karena tidak sedikit justru membingungkan atau bahkan membuat gaduh di masyarakat, karena kemasan yang tidak tepat atau bahkan salah.

Buku ini sangat tepat menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta, serta khalayak umum, untuk dapat mendalami bahasa jurnalistik secara tepat dan benar dalam penulisan karya jurnalistik. Oleh karena itu saya sangat menganjurkan untuk dapat membaca dan menjadi acuan baik dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang bahasa jurnalistik dan dalam implementasinya secara praktis pada media cetak, televisi, dan media online.

**Prof. Dr. Ir. Kholil, M.Kom.
Rektor Universitas Sahid**

KATA PENGANTAR

Bahasa jurnalistik adalah alat yang digunakan para jurnalis untuk mengartikulasikan fakta dan realitas yang terjadi. Selanjutnya, melalui bahasa jurnalistik tersebut, fakta dan realitas itu diteruskan kepada masyarakat untuk dikonsumsi dalam bentuk berita maupun karya-karya jurnalistik lainnya. Bahasa jurnalistik memungkinkan pers menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik kepada masyarakat. Fungsi pendidikan, informasi, hiburan, persuasi, kontrol sosial, dan lainnya tidak mungkin terlaksana jika tidak dikomunikasikan dengan bahasa jurnalistik. Sebab, bahasa jurnalistik tidak hanya membahas tentang tanda baca, huruf, kata, kalimat, atau pun paragraf. Lebih jauh dari itu, bahasa jurnalistik bicara tentang aturan, etika, karakteristik, dan lainnya.

Buku ini penulis beri judul "*Bahasa Jurnalistik: Aplikasinya dalam Penulisan Karya Jurnalistik di Media Cetak, Televisi, dan Media Online*". Pemberian judul demikian penulis hadirkan agar pembaca memahami bagaimana praktik berbahasa tidak hanya di karya jurnalistik berita (*news*) tetapi karya jurnalistik berbentuk opini (*views*). Di sisi lain, berbagai buku bahasa jurnalistik yang beredar di pasaran hanya mengeksplorasi aspek berbahasa dalam jurnalistik semata- yang bahkan cenderung mengarah ke pembahasan Bahasa Indonesia-tanpa menunjukkan secara praktikal penggunaannya untuk berbagai karya jurnalistik dan media jurnalistik (surat kabar/majalah, televisi, radio, dan media *online*) yang ada. Padahal dua faktor tersebut (faktor karya jurnalistik dan media jurnalistik) memberikan ciri pembeda dalam praktik penggunaan bahasa jurnalistik.

Buku ini hadir untuk memperkaya bahan bacaan sejenis bagi mahasiswa jurnalistik atau mahasiswa komunikasi secara umum. Tentu saja, mahasiswa bidang lain atau masyarakat umum yang ingin memahami praktik berbahasa dalam penulisan karya jurnalistik di media cetak, media televisi, dan media *online* pun sangat dianjurkan.

Karya perdana penulis ini tentu saja tidak akan sampai di tangan Anda, para pembaca yang budiman, jika tanpa bantuan berbagai pihak. Terima kasih yang utama saya sampaikan kepada guru-guru bahasa Indonesia saya, dari mulai SD sampai SMA. Berikutnya, para dosen saya dan sekaligus rekan-rekan kerja di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta, utamanya Bapak Drs. Nandang Mulyasantosa, M.M., M.Si., atas curahan ilmu dan diskusi-diskusi intensnya yang memperkaya perspektif penulis. Kepada seluruh penulis yang pemikirannya saya kutip, baik yang tertulis dalam daftar pustaka maupun (karena khilaf) tidak tersebut, dengan segala kerendahan hati penulis juga menyampaikan terima kasih. Sungguh, penulis hanya berperan sebagai konstruktor pemikiran-pemikiran Anda semuanya, sehingga karya ini bisa selesai. Terima kasih sekaligus rasa hormat tak lupa juga saya haturkan kepada lembaga pers dan seluruh wartawan di Indonesia, yang hingga hari ini masih konsisten menggunakan bahasa jurnalistik secara baik dan benar. Buat ayah (Saptari) dan ibu mertua (Jumirah), keluarga besar di Semarang dan Banten, terima kasih atas dukungannya selama ini.

Akhir kata, jika pembaca mendapati kekurangan atau bahkan kesalahan dalam isi buku ini, sesungguhnya, pada batas itulah pengetahuan penulis. Mohon saran dan masukan. Secara moral dan keilmuan, penulis punya tanggung jawab lanjut untuk memperbaikinya. Terima kasih!

Jakarta, 07 Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR REKTOR UNIVERSITAS SAHID JAKARTA	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Pengantar.....	1
B. Definisi	2
C. Kenapa Bahasa Jurnalistik?	5
BAB 2 SEJARAH DAN AKAR BAHASA JURNALISTIK.....	9
A. Sejarah Penggunaan Bahasa Jurnalistik.....	9
B. Konteks Indonesia.....	11
C. Akar Bahasa Jurnalistik	14
BAB 3 KARAKTERISTIK BAHASA JURNALISTIK	37
A. Tugas Penulisan.....	37
B. Karakteristik Bahasa Jurnalistik.....	38
BAB 4 BAHASA DAN KARYA JURNALISTIK	67
A. Membedakan <i>News</i> dan <i>Views</i>	67
B. Karya Jurnalistik <i>News</i>	67
C. Karya Jurnalistik <i>Views</i>	74
D. Bahasa dan Penulisan <i>News</i>	92
E. Bahasa dan Penulisan <i>Views</i>	127
BAB 5 BAHASA JURNALISTIK TELEVISI.....	138
A. Bahasa Audio-Visual	138
B. Aturan Khas Penulisan Berita Televisi	141

C. Format Penulisan Berita Televisi	145
D. Menulis <i>Lead</i> , Judul, dan Tubuh Berita Televisi.....	149
BAB 6 BAHASA JURNALISTIK <i>ONLINE</i>	151
A. Konten adalah Raja	151
B. Aturan Penulisan.....	153
C. Model Penulisan Berita.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	165
TENTANG PENULIS.....	170

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Pengantar

Media massa boleh saja mengalami perkembangan, namun praktik kebahasaan dalam penulisan karya jurnalistik menjadi suatu keniscayaan. Tidak akan baik kerja seorang wartawan tanpa adanya praktik berbahasa (tulis maupun oral) terlebih dahulu. Bahasa adalah alat utama dan paling penting agar wartawan mampu mengkomunikasikan sebuah peristiwa saat mengambilnya dari tempat kejadian. Bahasa juga menjadi alat utama bagi wartawan untuk menjelaskan peristiwa yang diperolehnya kepada pembaca atau pemirsa di mana pun mereka terakses oleh media massa. Lewat praktik berbahasa wartawan atau media massa jugalah, realitas peristiwa yang terkadang abstrak, rumit, atau yang penuh dengan ketidakjelasan mampu dipahami oleh pembaca ataupun pemirsa. Bahasa adalah alat yang menghubungkan wartawan dengan pembaca. Praktik kebahasaan, baik lisan maupun oral, yang dimaksud di sini tentu saja adalah bahasa jurnalistik.

Keterampilan menggunakan bahasa jurnalistik dalam penulisan berbagai karya jurnalistik menjadi salah satu kompetensi yang wajib dimiliki oleh seorang jurnalis atau wartawan. Sebab, penggunaan bahasa jurnalistik yang baik akan mampu membuat pembaca, pemirsa, atau pendengar memahami peristiwa yang disajikan.

Tidak hanya itu, bahasa jurnalistik juga harus menjadi kompetensi dasar para praktisi humas atau siapa pun yang akan meniti karier di dunia kehumasan. Sebab, seorang humas sudah pasti akan sering berhubungan dengan media. Dalam praktik yang sering terjadi humas sering menyerahkan naskah yang disebut siaran pers (*press release*) kepada wartawan untuk diolah menjadi berita. Problem sering muncul adalah bahasa yang digunakan oleh praktisi humas

dalam penulisan siaran pers tersebut sering tidak sesuai dengan standar yang dikehendaki dalam menulis berita. Akibatnya, banyak siaran pers yang berakhir di tong sampah ruang redaksi.

B. Definisi

Membicarakan tentang definisi bahasa dalam praktik jurnalistik, sebagaimana yang dimaksud dalam buku ini, maka ada dua konsep penting yang perlu dijelaskan. Pertama, bahasa jurnalistik itu sendiri, dan kedua, bahasa jurnalistik Indonesia. Bahasa jurnalistik adalah laras bahasa yang digunakan oleh wartawan (di seluruh dunia) untuk menjelaskan atau menggambarkan sebuah peristiwa dalam berbagai karya jurnalistik, dan disajikan pada media massa. Dalam hal ini, secara praktikal, aturan penggunaannya hampir semua negara sama. Pembedanya hanyalah terletak pada jenis bahasa yang digunakan.

Karya Jurnalistik: berbagai macam produk jurnalistik yang dimuat di media massa, berbentuk berita (*news*), opini (*views*), dan/atau gabungan dari berita dan opini.

Biasanya, jenis bahasa yang digunakan mengacu pada bahasa resmi dari negara atau daerah di mana media (Pers) tersebut beroperasi. Katakanlah, jika media massa tersebut beroperasi di Indonesia, maka umumnya jenis bahasa yang digunakan adalah bahasa resmi yang berlaku di Indonesia, yaitu bahasa Indonesia. Saya katakan umumnya karena ada juga media yang beroperasi di negara atau wilayah tertentu, menggunakan bahasa resmi negara lain, misalnya di Indonesia banyak surat kabar atau media *online* yang menggunakan bahasa Inggris. Sebut saja seperti surat kabar *The Jakarta Post* (surat kabar dan *online*), *The Jakarta Globe* (media *online*), *Investor Daily* (surat kabar), dan lainnya.

Beberapa media massa tersebut di atas menggunakan bahasa Inggris, yang memang menysasar kelompok pembaca ekspatriat di

Indonesia. Di televisi nasional, hampir tidak ada yang kita lihat menggunakan bahasa selain bahasa Indonesia. Kalaupun ada, tidak dipraktikkan dalam keseluruhan program pemberitaannya, namun hanya pada satu atau dua program. Metro TV, misalnya, memiliki program berita Metro Xinwen, yang berbahasa Mandarin - Keberadaan program tersebut, seperti dituturkan oleh Andi F. Noya dalam biografinya berjudul "Andi Noya: Kisah Hidupku" (2015: 366-367), sengaja diusulkan oleh Surya Paloh (selaku pemimpin Media Group, perusahaan yang menaungi Metro TV) dalam rangka mengakomodir masyarakat etnis Tionghoa yang ada di Indonesia. Selebihnya, program-program berita lain kebanyakan berbahasa Indonesia.

Adapun aturan penggunaan bahasa jurnalistik yang saya maksud berkaitan dengan bahwa bahasa berita (terutama *straight news*) itu harus singkat, padat, jelas, tidak ambigu, dan lain-lain. Aturan lainnya, misalnya jika ada dua kata yang memiliki makna yang sama (sinonim), maka wartawan hendaknya menggunakan kata yang paling sering didengar oleh masyarakat (familiar). Saya akan menjelaskan kenapa wartawan harus memilih kata yang familiar itu pada Bab lain di buku ini, yang jelas semua negara juga menerapkan aturan kebahasaan yang sama dengan di Indonesia.

Kembali ke pembahasan mengenai definisi bahasa jurnalistik, menurut Tri Adi Sarwoko (2007: 2-3) yaitu "Bahasa yang digunakan oleh pewarta atau media massa untuk menyampaikan informasi. Memiliki ragam ciri khas yang memudahkan penyampaian berita dan komunikatif." Kalimat terakhir pada definisi tersebut menunjukan bahwa penyampaian informasi melalui berita tidak asal menggunakan bahasa. Ada pakem atau ciri tertentu yang membedakannya dengan laras bahasa sastra (novel, cerpen, puisi, dll.) atau karya ilmiah, misalnya. Meski demikian, pada titik tertentu, Bahasa Pers juga mengadopsi laras bahasa yang biasanya digunakan dalam sastra, agama, ilmiah, dan sebagainya.

Terkait dengan kekhasan bahasa jurnalistik ini, pandangan S. Sinansari Ecip (2007: 97) secara umum bisa menjadi penjelasan.

Wartawan dan dosen yang cukup produktif menulis buku dan artikel opini mengenai jurnalistik di media massa ini mengatakan bahwa bahasa jurnalistik adalah bahasa yang sederhana dan mudah ditangkap atau mudah dimengerti oleh semua lapisan masyarakat, dalam hal isi informasi yang disampaikan. Menggunakan tata bahasa yang baik, serta memiliki logika bahasa.

Tata bahasa yang dimaksud di sini tetap mengacu pada tata bahasa baku yang berlaku di negara tersebut. Di Indonesia, tata bahasa yang umumnya kita ketahui misalnya berlaku S-P-O-K (Subjek, Predikat, Objek, Keterangan). Dalam aplikasinya di dalam sebuah kalimat, tata bahasa yang baik paling tidak memenuhi unsur-unsur demikian, tidak harus semuanya, tapi setidaknya harus ada subjek dan predikat; bisa dalam kalimat aktif atau pun dalam kalimat pasif (*saya makan nasi*–aktif) dan (*nasi dimakan saya*–pasif).

Dua contoh kalimat di atas menggunakan logika tata bahasa yang baik, sebagaimana yang dimaksudkan oleh Sinansari Ecip. Tata bahasa menjadi tidak baik ketika kalimat itu diubah susunan katanya menjadi “saya nasi makan” atau “nasi saya makan”. Rasa-rasanya kita semua orang Indonesia bersepakat bahwa dua kalimat yang saya tulis belakangan ini tidak memenuhi unsur “kalimat baik”, sehingga tidak juga menghasilkan informasi apa-apa.

Bahasa Jurnalistik merupakan ragam bahasa baku. Artinya, mengikuti kaidah penggunaan huruf, kata, dan kalimat yang benar dan sesuai dengan kaidah dari suatu daerah di mana media itu beroperasi (menjalankan praktik jurnalistiknya). Dalam konteks Indonesia, maka dia menggunakan kaidah kebahasaan yang berlaku di Indonesia. Ketika media di tanah air menggunakan kaidah berbahasa Indonesia, maka dalam praktik jurnalistik dikenal dengan istilah Bahasa Indonesia Jurnalistik (BIJ).

BIJ adalah laras bahasa yang digunakan oleh wartawan di Indonesia dalam menulis beritanya. Tentunya, media massa (baca: surat kabar, majalah, media *online*, televisi, dan radio) yang berpraktik di wilayah Indonesia, dengan menysasar masyarakat Indonesia sebagai konsumen (pembaca, pemirsa, atau pendengar). Bahasa Pers

Indonesia menggunakan laras bahasa Indonesia sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Wartawan menulis berita dan produk jurnalistik lainnya dengan berpegang teguh pada kaidah yang ada.

Sebenarnya, bahasa jurnalistik atau Bahasa Indonesia Jurnalistik bukanlah kata, frasa, kalimat, paragraf, lambang, simbol, tanda baca tersendiri atau baru, yang berbeda dengan bahasa Indonesia. Bahasa jurnalistik tetap menggunakan hal yang sama, yang digunakan dalam Bahasa Indonesia. Hanya saja penggunaan huruf, kata, frasa, kalimat, angka, lambang, dan tanda baca memiliki aturan tersendiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bahasa jurnalistik itu adalah suatu sistem, nilai, aturan, atau ketentuan praktik berbahasa, dalam konteks lisan ataupun tulisan, untuk kepentingan penyampaian informasi (berita dan karya lain) melalui media massa kepada masyarakat.

C. Kenapa Bahasa Jurnalistik?

Pertanyaan yang muncul kemudian, kenapa media dalam hal ini berita harus menggunakan bahasa jurnalistik? Atau kenapa Pers harus menggunakan bahasa tersendiri? Pertanyaan ini tidak salah, karena toh pada kenyataannya berita ditulis menggunakan bahasa yang sama dengan bahasa resmi di mana media itu beroperasi. Kenyataannya, media yang ada di Indonesia juga menggunakan bahasa Indonesia dalam penulisan beritanya. Wartawan dari surat kabar, televisi, radio, dan media *online* di Indonesia menulis atau melaporkan beritanya menggunakan bahasa Indonesia.

Tentu saja, pendapat demikian benar adanya. Namun, bahasa jurnalistik tidak sama dengan bahasa sastra, yang umumnya digunakan dalam menulis cerpen, ataupun novel. Puisi, pantun, dan lirik lagu, memiliki gaya dan kekhasannya sendiri. Bahasa jurnalistik juga tidak sama dengan bahasa pidato, yang kerap diperdengarkan dalam acara-acara resmi kenegaraan. Sebut saja misalnya teks pidato kenegaraan yang kerap disampaikan oleh Presiden Republik Indonesia di hadapan sidang umum MPR RI, setiap tanggal 18 Agustus. Kita tentu bersepakat, bahwa bahasa yang ada pada berita sangat berbeda dengan bahasa sastra, pun berbeda dengan bahasa pidato, dan lainnya.

Kenapa bahasa jurnalistik? Ada sejumlah penjelasan yang mendasari hal itu. *Pertama*, peristiwa atau realitas yang kerap menjadi lahan observasi utama wartawan dalam membuat sebuah berita, tidak sederhana. Peristiwa atau realitas itu demikian kompleks, rumit, bahkan kadang abstrak. Oleh karenanya dibutuhkan penggunaan bahasa khusus dalam menjelaskannya. Peristiwa-peristiwa ekonomi seperti pergerakan harga saham dari berbagai negara dengan berbagai penggunaan istilah yang dimilikinya, peristiwa-peristiwa fenomena alam (atau fenomena antariksa) yang kadang diselimuti dengan istilah-istilah kimia dan fisika, perlu dijelaskan secara khusus (dalam hal praktik berbahasa) untuk dipahami oleh masyarakat. Terlebih lagi masyarakat yang tidak terlalu familiar dengan realitas-realitas demikian.

Kedua, masyarakat (baca: pembaca, pemirsa, pendengar), yang adalah target utama dalam penulisan berita dan karya jurnalistik lain berbeda secara demografis, terutama dalam hal tingkat pendidikan dan pemahamannya. Peristiwa yang demikian kompleks, rumit, atau abstrak itu harus bisa dijelaskan secara baik oleh wartawan, sehingga dapat dipahami oleh semakin banyak orang, dengan melintasi batas demografis itu. Di Indonesia bahkan tingkat pendidikan masyarakat (yang adalah potensial pembaca/pemirsa) mayoritasnya rendah. Artinya, wartawan juga harus memikirkan mereka dalam penjelasan peristiwa ke dalam berita itu.

Hal ini tidak saja untuk kepentingan masyarakat sendiri - supaya masyarakat bisa memahami realitas atau peristiwa itu secara baik-, tetapi juga pada akhirnya berkaitan dengan kepentingan media. Dalam perspektif ekonomi, pembaca, pemirsa, ataupun pendengar adalah konsumen utama, sedangkan berita adalah produk yang menjadi barang jualannya. Sebagai perusahaan (UU Pers No. 40 Tahun 1999 menempatkan media massa atau Pers sebagai badan hukum yang berbentuk perusahaan), media tentunya menginginkan jumlah pembaca, pemirsa, pendengar, atau *traffic* yang banyak. Sebab, dengan peningkatan jumlah pembaca, pemirsa, pendengar, atau *traffic* tersebut dapat mendatangkan uang yang banyak pula, terutama melalui iklan.

Ketiga, bahasa jurnalistik juga menjadi jawaban atas keterbatasan yang melingkupi media massa saat ini. Surat kabar dibatasi oleh *space* (ruang), televisi dibatasi oleh durasi (waktu siarnya hanya 12 jam sehari) sementara media *online* dibatasi oleh karakteristik pembacanya (serta hal teknis lain) yang *mobile*. Untuk surat kabar yang menggunakan *format standar* (22 x 13 inci) - *Kompas*, *Sindo*, dan *Jawa Post*—praktis hanya menyediakan 12 *space* atau kolom pada setiap halamannya. Itu artinya hanya ada 12 peristiwa yang bisa dimuat dalam berita di setiap halaman. Itu pun dengan asumsi kedua belas peristiwa tersebut memiliki porsi kolom yang sama. Namun ada juga satu berita yang justru mengambil 2 atau 3 kolom.

Bayangkan jika wartawan diberikan kebebasan untuk menulis apa saja yang dikehendakinya mengenai sebuah peristiwa yang diliput tersebut, maka dipastikan satu halaman pun tidak akan cukup memuat peristiwa itu. Sebab, satu peristiwa pastinya memiliki penjelasan yang luas dan dalam. Eksplorasi unsur beritanya (5W + 1H) pasti demikian banyak. Belum lagi, tingkat imajinasi dan “keliaran” wartawan surat kabar, yang memang terkenal sangat tinggi dan luas. Satu halaman pun dipastikan tidak akan cukup untuk menjelaskan satu peristiwa saja. Jika demikian keadaannya, apa yang bisa diandalkan oleh surat kabar yang hanya memiliki 8–10 halaman, yang pasti hanya akan memuat 16–20 berita dari 20 peristiwa yang ada. Padahal peristiwa yang terjadi di dunia, setiap hari, demikian banyak. Akan lebih sedikit lagi jika surat kabarnya menggunakan *format tabloid* (14 x 11 inci), seperti halnya *Koran Tempo*.

Begitu pula di televisi. Dengan alokasi waktu yang hanya 24 jam sehari, ditambah dengan alokasi waktu buat iklan dan program *non-news* lainnya, maka praktis hanya sedikit peristiwa yang akan dimuat oleh televisi. Untuk itulah Bahasa Pers dibutuhkan untuk mengatasi keterbatasan yang ada pada media. Dengan pendekatan penggunaan Bahasa Pers, maka dipastikan akan banyak peristiwa yang bisa disajikan melalui media massa.

Bahasa Jurnalistik mencakup di dalamnya adalah aturan penulisan, aturan penggunaan tanda baca, aturan pemilihan kata, aturan penulisan kalimat, paragraf, dan sebagainya. Muara dari aturan itu agar masyarakat dapat memahami informasi yang dijelaskan secara benar, lengkap, dan utuh. Selain itu, bahasa jurnalistik juga menjadi strategi, yakni yang berkaitan dengan bagaimana menarik pembaca, pemirsa, pengunjung, dan pendengar sebanyak-banyaknya. Strategi menyangkut bagaimana menghadirkan peristiwa (baca: informasi) sebanyak-banyaknya dalam ruang media, di tengah keterbatasan yang ada.

BAB 2

SEJARAH DAN AKAR BAHASA JURNALISTIK

A. Sejarah Penggunaan Bahasa Jurnalistik

Menelisik tentang sejarah penggunaan bahasa dalam penulisan berbagai karya jurnalistik secara umum, tidak terlepas dari sejarah munculnya jurnalistik itu sendiri. Dalam berbagai literatur ilmiah, sebagaimana kerap disajikan juga dalam materi-materi kuliah kelas jurnalistik di perguruan tinggi, jurnalistik muncul pertama kali di jaman Romawi Kuno, yang kemudian menguat pada masa pemerintahan Julius Caesar (100-44 SM). Pada masa itu, kegiatan jurnalistik dimulai dengan pencatatan informasi keagamaan oleh para Imam Agung, yang kemudian disajikan di *Anales* (semacam papan informasi, ditempelkan di beranda-beranda rumah agar mudah dibaca oleh orang yang lewat).

Proses atau kegiatan jurnalistik pada era tersebut, dari waktu ke waktu semakin mendapatkan tempat. Tidak hanya informasi keagamaan, namun juga meluas hingga ke informasi kenegaraan dan informasi senat (medianya yaitu *acta senatus*), serta berbagai informasi lain yang beredar di masyarakat Romawi Kuno sendiri (medianya yaitu *acta diurna populi Romawi*).

Kegiatan pencatatan dan penyampaian informasi, baik informasi agama, informasi kenegaraan, maupun informasi penting yang ada di tengah masyarakat, di Romawi Kuno saat itu lebih banyak menggunakan bahasa Latin dan bahasa Yunani. Kenapa bahasa Latin dan bahasa Yunani Kuno? Bahasa Latin merupakan bahasa sehari-hari masyarakat Romawi Kuno saat itu, yang mayoritasnya berasal dari Italia (Konon nenek moyangnya berasal dari bangsa Troya). Sedangkan penggunaan bahasa Yunani, karena masyarakat Romawi Kuno (dan saat Romawi menjadi imperium besar) banyak dipengaruhi

oleh bangsa Yunani, yang memang peradabannya sudah lebih dulu berkembang, terutama dari segi pengetahuan, sastra, filsafat, dan lainnya, sebelum kemudian ditaklukan oleh Romawi. Masyarakat Romawi sangat mengidolakan segala hal yang berkembang dalam peradaban Yunani saat itu, hingga berhasil menaklukkannya.

Bertrand Russell (1946, terjemahan, 2007) dalam karya monumentalnya berjudul *History of Western Philosophy and its Connection Political and social Circumstances from the Earliest Times to the Present Day*, mengupas tentang pengaruh masyarakat Yunani kepada masyarakat Romawi, dalam satu Bab khusus. Dijelaskan oleh Russell bahwa bangsa Yunani memiliki keunggulan dalam hal kesenian, sastra, pertanian, percakapan, teknik, manufaktur, filsafat dan sebagainya. Sedangkan bangsa Romawi saat itu dilukiskan masih terbelakang, dan bahkan perilakunya cenderung barbar. Pasca perang Punic (Perang Punisia), masyarakat (terutama kaum muda) mempelajari apa yang menjadi peradaban Yunani tersebut, termasuk bahasanya.

Kegiatan jurnalistik, dalam hal ini tradisi penyampaian informasi yang dilakukan oleh para Imam Agung dan kemudian para “*Diurnari*” (berasal dari bahasa latin, yang artinya; “jurnalis”) atau “*Actuari*” (pencatat berita - berasal dari kata “*acta diurna*”) diduga kuat menggunakan bahasa Yunani dan Latin.

Pasca runtuhnya kekuasaan Julius Cesar, kegiatan jurnalistik mengalami kemunduran. Penyampaian informasi kepada khalayak umum melalui tulisan tidak nampak lagi kelihatan, terutama pada saat Romawi di bawah kekuasaan Octavianus Augustus (anak angkat Julius Cesar), yang dikenal sangat otoriter dalam fase kepemimpinannya. Proses penyebaran informasi lebih banyak bersifat oral, dari mulut ke mulut. Hingga kemudian muncul penemuan mesin cetak oleh Johannes Guttenberg (Jerman) tahun 1546, yang menandai revolusi penyampaian informasi, tidak hanya dari segi medium penyampaiannya, namun juga bahasa yang digunakan. Masing-masing negara “merdeka” menyampaikan informasi dengan menggunakan bahasa resminya.

B. Konteks Indonesia

Dalam konteks Indonesia, sejarah penggunaan bahasa jurnalistik oleh Pers sangat bertalian erat dengan keberadaan kolonialisme. Indonesia sendiri saat itu masih menggunakan kata nusantara ataupun Hindia Belanda. Meski bangsa penjajah yang pertama kali datang ke nusantara adalah Prancis dan Portugis, namun baru pada masa penjajahan Belanda-lah (lebih tepatnya lagi saat penguasaan oleh *Vereenigde Oostindische Compagnie* atau VOC) kegiatan jurnalistik itu mulai dilakukan.

Dari catatan sejarah yang ada, surat kabar pertama kali muncul bernama *Bataviasche Nouvelles*. Surat kabar ini menggunakan bahasa Belanda. Isinya tentang berbagai informasi yang berasal dari Belanda dan Hindia Belanda. Baik pemilik maupun struktur redaksinya, dihuni oleh orang-orang Belanda. Surat kabar ini secara khusus ditujukan kepada para tentara Belanda yang tersebar di bumi Nusantara. *Bataviasche Nouvelles* hanya bertahan selama dua tahun yakni dari tahun 1774 sampai dengan tahun 1776. Hal ini karena munculnya kekhawatiran dari pimpinan VOC di Belanda, akan kemungkinan penyebaran informasi-informasi mengenai Hindia Belanda tersebut ke pihak pesaing mereka dari Eropa.

Tidak butuh waktu lama, sejak matinya surat kabar yang pertama itu, muncul lagi *Het Vendu News* (1776-1809), yang masih menggunakan bahasa Belanda. Surat kabar ini muncul karena kebutuhan oleh pihak VOC sendiri di Hindia Belanda untuk mengiklankan produk-produk dagangannya. Isi dari surat kabar yang kedua ini lebih banyak bersifat informasi mengenai lelang yang diiklankan, itu sebabnya di kalangan masyarakat pribumi pada saat itu sering disebut sebagai surat lelang.

Periode kemunculan kedua surat kabar tersebut menandai fase baru Pers di bumi nusantara. Meskipun posisi keredaksian sudah tidak melulu lagi dihuni oleh orang Belanda, dalam artian masyarakat pribumi juga sudah ada yang berada di bagian redaksi, namun tetap saja bahasa yang digunakan masih bahasa Belanda. Pembedanya tentu saja, pembaca tidak hanya tentara-tentara Belanda yang ada di Hindia

Belanda, namun juga masyarakat pribumi yang mengerti bahasa Belanda, terutama kaum *priyayi*.

Jika pada awalnya orientasi Pers Belanda adalah kepentingan kekuasaan dan ekonomi VOC, maka di akhir abad ke-19 menuju abad ke-20, Pers Belanda mengalami reorientasi fungsi, yaitu menggelorakan semangat perjuangan Kaum Pribumi terhadap penindasan penjajah. Beberapa surat kabar tersebut misalnya *Tebir Bond* (1897) yang didirikan untuk menyuarakan kepentingan *Indische Bond* (Perkumpulan kaum Indo-Belanda yang memperjuangkan Hindia Belanda sebagai tanah air). Di Bogor terbit juga *Java Post* (1902) yang membela kepentingan katolik di bawah kepemimpinan pendeta katolik. Ada juga *Jong Indie* (awal abad ke-20) di Batavia (Jakarta), yang menyebarkan informasi seputar gagasan politik baru menuju abad ke-20.

Di awal abad 20, seiring menguatnya kesadaran kolektif sebagai sebuah bangsa yang tumbuh di masyarakat pribumi, ditandai dengan munculnya Budi Utomo (1908), kesadaran akan dunia literasi (tuliskan-menulis di media) juga muncul. Muncul berbagai surat kabar dengan menggunakan bahasa Melayu ataupun bahasa daerah setempat. Medan Prijaji (mingguan) merupakan surat kabar pribumi pertama yang didirikan tahun 1907 oleh R.M. Tirtoadisuryo dengan menggunakan bahasa Melayu. Di Semarang ada surat kabar Warna Warta, di mana J.P.H Pangemanan sebagai pendirinya.

Bersamaan dengan itu, pada awal abad ke-20, muncul juga surat kabar Tionghoa, dengan bahasa Melayu-Tionghoa (Bahasa Tionghoa lebih banyak dari bahasa Hokkian). Beberapa surat kabar Tionghoa yang terkenal misalnya, Li Po, surat kabar mingguan yang terbit di Sukabumi pada tahun 1902. Tahun 1910 terbit surat kabar Sin Po, kemudian ada juga Keng Po (1923) di Jakarta. Kelahiran surat kabar Tionghoa pada saat itu tidak terlepas dari penjajahan Belanda. Sistem kastanisasi atau kelompok ras, yang menempatkan masyarakat Tionghoa sebagai kelas terbawah bersama dengan masyarakat Pribumi, membuat masyarakat Tionghoa di nusantara tidak bisa berbuat apa-apa. Terlebih, sebagai pedagang yang sangat

membutuhkan media surat kabar untuk promosi barang dagangan mereka, tidak terakomodir dalam surat kabar Belanda.

Pada saat yang bersamaan, di beberapa daerah juga muncul surat kabar-surat kabar dengan penggunaan bahasa lokal setempat. Misalnya di Jawa Barat terbit "Sora-Merdeka" pada 1 Mei 1920, dengan pimpinannya yaitu Moh. Sanoesi.

Peralihan kekuasaan atas Hindia Belanda dari tangan Belanda ke Penjajah Jepang, sempat pula memunculkan sebuah warna baru dalam sistem Pers di Indonesia. Dari segi pesannya, Jepang mengondisikan agar semua surat kabar (bahkan juga segala macam terbitan) di daerah jajahannya menyebarkan informasi yang sejalan dengan keinginan Jepang. Jepang juga melarang penggunaan Bahasa Belanda dalam penerbitan surat kabar yang ada. Praktis, saat itu hanya tiga bahasa yang mewarnai surat kabar di Indonesia, yaitu: Bahasa Indonesia (Melayu), bahasa daerah, dan bahasa Jepang itu sendiri. Surat kabar terbitan pemerintah Jepang yang menggunakan bahasa Jepang pada saat itu seperti, *Jawa Shimbun* (Jawa), *Borneo Shimbun* (Kalimantan), *Celebes Shimbun* (Sulawesi), *Sumatra Shimbun* (Sumatera), dan *Ceram Shimbun* (Pulau Seram, Maluku).

Pasca Proklamasi kemerdekaan, 17 Agustus 1945, Pers di Indonesia tumbuh dengan segala dinamikanya. Penerbitan surat kabar yang beredar menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Bahasa Indonesia yang berlaku sejak kemerdekaan itu, hingga kini, mengalami empat kali perubahan ejaan, yaitu: ejaan *Van Ophuijsen* (mulai berlaku 1901), ejaan *Reopublik* (mulai berlaku 1 Maret 1947), ejaan *Melindo* atau *Melayu Indonesia* (1959), *Ejaan Yang Disempurnakan* atau *EYD* (1972), dan sekarang berlaku Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) atau juga sering disebut EBI (Ejaan Bahasa Indonesia). Ejaan baru tersebut mulai berlaku sejak tahun 2015, melalui Peraturan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 50 Tahun 2015.

Penulisan berita mengikuti dinamika pergantian ejaan yang ada, hingga kemudian menuju ke arah penggunaan PUEBI, yang berlaku sampai sekarang. Semua media massa, baik surat kabar, majalah,

televisi, radio, dan media *online* menggunakan PUEBI atau EBI dalam penulisan (penyampaian) karya jurnalistiknya.

C. Akar Bahasa Jurnalistik

Bahasa merupakan hasil kesepakatan sosial, begitulah berbagai ahli linguistik mengatakan itu. Setiap hal, setiap benda (yang bernyawa ataupun benda mati), serta setiap situasi (yang kasat mata ataupun tidak), kita mengetahui dengan pasti, memiliki penamaan yang berbeda pada masing-masing kelompok masyarakat. Misalnya, untuk sebuah benda yang terdiri dari lembar-lembaran kertas, di mana masing-masing kertas itu mengandung sejumlah tulisan (yang jika dibaca memiliki tema atau makna tertentu), berhalaman-halaman, dan dicetak dengan ketebalan tertentu, di Indonesia menyebutnya sebagai “buku”. Sedangkan, benda yang sama, di Amerika disebutnya “*book*”.

Benda yang saya maksudkan di atas (buku), tidak tercipta dengan nama seperti itu. Orang Indonesia-lah yang kemudian “menyepakati” nama benda itu sebagai “buku”. Begitu juga, orang Amerika menyepakati benda tersebut sebagai “*book*”. Penjelasan sederhana tersebutlah yang dimaksud bahwa “bahasa merupakan hasil kesepakatan sosial”. Kemungkinan besar “buku” atau “*book*” tersebut memiliki nama-nama yang lain, di suatu suku, atau kelompok masyarakat tertentu. Semua itu tergantung dari hasil kesepakatan semua anggota dari kelompok masyarakat tersebut.

Dalam konteks bahasa Indonesia yang menjadi alat komunikasi masyarakat dari 13.466 (merujuk pada data yang diakui oleh PBB tahun 2012) pulau di nusantara ini, adalah bahasa yang lahir dari kesepakatan kita bersama dalam kongres nasional Sumpa Pemuda II, pada 28 Oktober 1928. Saat itu, salah satu poin, yang menjadi ikrar bersama para pemuda yakni “berbahasa satu yaitu Bahasa Indonesia.” Bahasa Indonesia yang dimaksud pada saat itu adalah bahasa Melayu. Mengapa bahasa Melayu yang dipilih padahal (bukan bahasa Jawa yang penduduknya adalah separuh dari penduduk Indonesia), Suandi, dkk. (2018: 29), merangkum pandangan berbagai ahli bahasa (seperti

Slamet Mulyono, 1965; S. Suharionati, 1981; J.S. Badudu, 1993; dan Anton M. Moeliono, 2000) menjelaskan empat faktor penyebabnya, yaitu: faktor historis, bahasa Melayu sebagai lingua franca—bersifat sederhana, mudah menerima perubahan, dan tidak mengenal kasta; faktor psikologis, semangat mengutamakan kepentingan bersama, di mana Indonesia terdiri dari berbagai suku dan bahasa; faktor demokratisasi (kesederhanaan) bahasa; dan faktor reseptif, mudah menerima pengaruh luar untuk pengembangannya.

Adanya ikrar untuk berbahasa satu yaitu Bahasa Indonesia mengandung satu pemahaman bahwa kita masyarakat Indonesia punya satu penamaan ataupun pengistilahan yang sama tentang berbagai hal, berbagai benda, berbagai situasi, dan sebagainya. kesepakatan kolektif para pemuda nasional tentang “bahasa satu” itu kemudian terformalisasi dalam konstitusi negara kita, yaitu UUD 1945, khususnya pasal 36 yang berbunyi: bahasa negara ialah Bahasa Indonesia”.

Konsekuensi logis dari adanya formalisasi bahasa dalam konstitusi tersebut mengharuskan agar segala kegiatan yang memungkinkan adanya praktik berbahasa, baik langsung ataupun tidak langsung (melalui media) di Indonesia, yang paling tidak melibatkan sebagian atau sebanyak-banyaknya suku yang mendiami Indonesia, harus berbahasa Indonesia, tanpa menafikan eksistensi bahasa daerahnya masing-masing.

Dalam konteks demikian, jurnalistik yang merupakan kegiatan produksi dan reproduksi teks dengan menggunakan medium bahasa untuk menginformasikan realitas atau peristiwa ke sebagian atau seluruh masyarakat Indonesia, wajib menggunakan bahasa Indonesia. Sebabnya karena selain menjalankan amanat UU, hal lain yaitu adanya keragaman bahasa yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia (*pembaca-red*) sendiri.

Secara umum, bahasa jurnalistik berakar dari (1) bahasa resmi suatu negara atau bahasa dari suatu kelompok masyarakat tertentu; (2) adopsi kata atau istilah-istilah lokal/daerah; (3) kata atau istilah dari negara lain/asing; (4) kata atau istilah dari negara lain/asing yang telah dinasionalisasi atau disadur dalam bahasa Indonesia; (5)

laras bahasa dari bidang atau ilmu tertentu; dan (6) perkembangan kosakata yang ada di tengah masyarakat (istilah sekarang sering disebut *bahasa gaul*)

Di Indonesia, seperti sudah dijelaskan sebelumnya bahwa jurnalistik sebagai suatu kegiatan pengabaran peristiwa ke masyarakat, menggunakan bahasa Indonesia sebagai mediumnya, kita mengenalnya dengan Bahasa Indonesia Jurnalistik. Media masa seperti *Koran Tempo, Media Indonesia, Tribun News, Kompas, Republika* (surat kabar); Metro TV, Kompas TV, RCTI, SCTV, TV One, dsb. (televisi); Kompas.com, Detik.com, Tribunnews.com, dsb. (*online*); RRI, Parbors, Gen FM, Woman Radio, dsb. (Radio) adalah contoh dari beberapa media yang menggunakan bahasa Indonesia sebagai medium penyampai peristiwa ke masyarakat. Namun ada juga media yang membatasi diri pada penggunaan bahasa lokal (bahasa daerah), seperti misalnya di Bandung (Jawa Barat) ada majalah "*Mungle*", dan media *online* "*SundaNews.com*".

Bahasa daerah tidak hanya diakomodir dalam pemberitaan surat kabar, majalah, atau media *online*, namun juga media penyiaran (radio dan televisi). Munculnya televisi berjaringan sebagai perwujudan dari amanat UU 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran membuat lahirnya berbagai stasiun radio dan televisi lokal, yang tidak hanya menggunakan bahasa daerah untuk program-program tertentu saja, namun juga untuk seluruh program, termasuk program *news*. Dalam artian, radio atau televisi tersebut secara murni bersiaran dengan bahasa daerah.

Baik penggunaan bahasa Indonesia ataupun bahasa daerah, bukan semata-mata persoalan ketaatan kepada konstitusi (pasal 36 UUD 1945), ataupun ketaatan terhadap kesepakatan sosial yang berlaku. Pilihan penggunaan bahasa yang dilakukan oleh media juga mempertimbangkan aspek ekonomis. Media yang menggunakan bahasa Indonesia berarti menysasar segmentasi pasar pembaca, pemirsa, atau pendengar yang luas, terbentang dari Sabang sampai Merauke. Sementara media yang menggunakan bahasa daerah berarti menysasar pembaca, pemirsa, dan pendengar dari kelompok masyarakat di daerah tersebut. Banyak-sedikitnya pembaca, pemirsa,

atau pendengar memiliki korelasi langsung dengan pendapatan (terutama dari iklan) media itu.

Secara umum, akar bahasa jurnalistik, dalam penulisan karya jurnalistik oleh media pemberitaan di Indonesia, dapat dibagi menjadi:

1. Bahasa atau istilah daerah.
2. Bahasa atau istilah asing (bahasa negara lain).
3. Bahasa atau istilah asing yang sudah dinasionalisasi.
4. Bahasa atau istilah bidang-bidang tertentu (laras bahasa ekonomi, politik, sastra, sains, dll.).

Bahasa Atau Istilah Daerah

Tanpa menafikan keberadaan media berbahasa daerah, mari kita fokus kepada media yang menggunakan Bahasa Indonesia atau lebih spesifik lagi BIJ dalam pengabaran informasi ke masyarakat. Dalam hal ini, selain menggunakan bahasa Indonesia tersebut, media juga kadang menggunakan istilah-istilah lokal atau istilah yang diadopsi dari bahasa daerah. Misalnya, *baku hantam*. Istilah ini berasal dari daerah Maluku, yang berarti *berkelahi* atau *adu otot*.

Perhatikan judul, dalam berita berikut ini:



Sumber: Liputan6.com

Pada berita tersebut, wartawan menginformasikan peristiwa *baku hantam* atau perkelahian yang terjadi antara seorang pengendara motor gede Harley Davidson dengan pengendara minibus. Ternyata pengendara motor gede tersebut adalah seorang anggota TNI. Istilah “baku hantam” diletakkan pada judul berita (*headline*) dan di paragraf pembuka (*lead*). Berikut beberapa istilah daerah, yang jamak digunakan wartawan dalam penulisan berita:

Tabel: Istilah Daerah yang digunakan dalam Penulisan Berita

Istilah	Asal Bahasa	Arti/Makna
<i>Kulo nuwun</i>	Jawa	Minta Permissi/permohonan untuk masuk
<i>Blusukan</i>	Jawa	Masuk tempat tertentu guna mengetahui sesuatu
<i>Mbalelo</i>	Jawa	Sikap membangkang, semau hati, atau sukar diatur
<i>Bakuhantam</i>	Maluku	Adu jotos, adu fisik, berkelahi, adu otot.
<i>Gaek</i>	Padang	Tua
<i>Lawas</i>	Sunda	Lalu, silam
<i>Bakupukul</i>	Maluku	Saling memukul, berbalas pukulan
<i>Bakutembak</i>	Maluku	Saling menembak

Sumber: diolah berbagai media massa

Dalam praktik penulisan berita, beberapa istilah daerah tersebut di atas kerap digunakan oleh wartawan. Berikut disajikan beberapa judul berita (*headline*) yang menggunakan istilah dari berbagai daerah di Indonesia. Bagaimana etika penulisan bahasa atau istilah daerah ini dalam karya jurnalistik, oleh media massa di Indonesia, akan dibahas pada bagian lain.



Sumber: Detik.com

Judul berita “*Mou ‘Kulo Nuwun’ Tiga Lembaga Penegak Hukum*”, mengandung arti bahwa KPK RI, Kepolisian RI, dan Kejaksaan RI, satu sama lain harus “*minta permissi*” ketika hendak menangani kasus hukum.



Sumber: Liputan6.com

Judul berita “Cerita Putri Tanjung, Stafsus Jokowi, Ikut Blusukan ke Subang”, mengandung arti bahwa Putri Tanjung bercerita tentang kunjungannya ke daerah-daerah di Subang dengan Jokowi, untuk mengetahui kondisi (ekonomi, sosial, budaya, dan sebagainya) masyarakat di daerah tersebut.



Sumber: Kompas.com

Judul berita “Mengunci Kader ‘Mbalelo’ Demokrat”, dapat diartikan mengunci kader Partai Demokrat yang membangkang atau sesuka hati dalam hal sikap, pandangan, atau perilakunya.



Sumber: Tempo.co

Judul berita “Astaga, Liverpool Merekrut Kiper Gaek!”, dapat diartikan bahwa Liverpool merekrut kiper yang sudah tua, dalam hal usia.

Rabu 11 September 2019, 11:08 WIB

Korupsi APBD DKI, PK Aktor Lawas Herman Felani Kandas

Andi Saputra - detikNews

    0 Komentar

Foto: Herman Felani

Jakarta - Mahkamah Agung (MA) menolak PK aktor lawas, Herman Felani, dalam kasus korupsi APBD DKI Jakarta. Alhasil, Herman Felani tetap dihukum selama 6 tahun penjara.

Sumber: Detik.com

Judul berita “Korupsi APBD DKI, PK Aktor Lawas Herman Felani Kandas”, dapat diartikan bahwa aktor bertahun-tahun silam menghiiasi industri perfilman di Indonesia, ajuan Peninjauan Kembalinya (PK) terkait korupsi APBD DKI, ditolak oleh pengadilan.

Bahasa Atau Istilah Asing

Berikutnya bahasa atau istilah asing. Media-media nasional yang berbahasa Indonesia, baik cetak maupun *online* juga mengguna bahasa atau istilah dari negara lain. Kebanyakan yang digunakan adalah istilah yang berasal dari bahasa Inggris. Hal ini, seperti halnya realitas berbahasa yang dipraktikkan masyarakat dunia di era sekarang, di mana bahasa Inggris menjadi bahasa Internasional. Wartawan di Indonesia juga menyadari dan mempraktikkan bahasa asing tersebut dalam penulisan berita atau karya jurnalistiknya. Koran-koran atau media *online* terbesar di Indonesia banyak mempraktikkan demikian; menulis berita dengan memakai istilah asing (Inggris) pada kalimat-kalimat tertentu di dalam berita. Kata atau istilah bahasa Inggris yang

jamak kita jumpai dalam berita di Indonesia seperti misalnya *upload* (unggah) dan *download* (unduh).

Kata/Istilah Asing	Arti/Makna	Asal Negara
<i>Download</i>	Mengunduh	Inggris
<i>Upload</i>	Mengunggah	Inggris
<i>Update</i>	Memperbaharui	Inggris
<i>Fit and proper test</i>	Uji kepatutan dan kelayakan	Inggris
<i>Runner up</i>	Juara ke-2	Inggris
<i>Reshuffle</i>	Pergantian kabinet	Inggris
<i>Deadline</i>	Batas waktu	Inggris
<i>Incumbent</i>	Petahana (dalam jabatan politik)	Inggris
<i>Delay</i>	Terlambat dari jadwal resmi	Inggris
<i>Grand final</i>	Babak terakhir	Inggris
<i>Bully</i>	Perundangan	Inggris

Sumber: diolah dari berbagai media massa

Dilihat dari istilah atau kata asing di atas, referensi penulisan berita oleh wartawan di Indonesia, lebih banyak bersumber dari Bahasa Inggris.



Sumber: Tribunnews.com

Judul berita tersebut memperlihatkan penggunaan kata asing “*upload*” yang berarti memasukan sesuatu ke dalam situs-situs internet.



Sumber: PikiranRakyat.com

Pada judul berita di atas, wartawan menggunakan kata atau istilah asing “*update*”, yang bermakna “mengabarkan hal yang baru” dalam konteks ini, informasi berupa kerusakan Tamansari.



Sumber: Tribunnews.com

Wartawan menggunakan istilah “*deadline*” dalam menulis judul berita “Di-deadline Jokowi Sebulan, Kapolri Tak Jawab Tegas Kapan Kasus Novel Beres”, yang berarti “diberikan batas waktu”.



Sumber: Kontan.co.id.

Pada berita Kontan.co.id di atas, wartawan menggunakan istilah “*fit and proper test*” pada judul “Dua Direksi AJB Bumiputera Menjalani fit and proper test di OJK”, di mana frasa tersebut mengandung arti “uji kepatutan dan kelayakan”.



Sumber: Bola.com

Dalam judul berita “Runner-up Liga 1 2019 Belum Tentu Tampil di Piala AFC 2020”, wartawan menggunakan istilah asing “*runner-up*” yang berarti “juara kedua”.



Sumber: Suara.com

Wartawan Suara.com menulis judul berita menggunakan istilah “*reshuffle*”, seperti tersaji di atas. Judul yang dimaksud adalah “Sebut Ada Reshuffle Tahun Depan, Arief Posouno, Banyak Menteri Terpental”.



Sumber: Wartakotalive.com

Pada berita berjudul “Bawaslu Pantau Pergerakan Incumbent Jelang Pilkada Depok 2020”, wartawan menggunakan istilah asing “*incumbent*”, yang berarti “petahana”, yaitu istilah bagi seorang pemimpin politik (Presiden maupun kepala daerah), yang akan bertarung kembali dalam pemilihan “yang akan datang”.



Sumber: Kompas.com

Pada judul berita “Cak Imi Keluhkan ‘Delay’, Ini Penjelasan Garuda Indonesia”, wartawan menggunakan istilah asing “*delay*”, yang berarti “terlambat” dari jadwal yang sudah ditentukan, dalam hal penerbangan pesawat.



Sumber: iNews.id

Berita dengan judul “130 Kontestan Akan Bersaing di Grand Final Miss World 2019, Ini Target Princess Megondono”, wartawan menggunakan istilah asing “Grand Final”, yang berarti “babak terakhir”. Selain istilah “*grand final*”, judul berita tersebut juga menggunakan kata “Princess”, yang berarti “Putri Bangsaawan”.



Sumber: Kompas.com

Pada judul berita “Kasus Bully SD: Ibu Mana yang Tega Melihat Anaknya Diperlakukan Seperti Itu...”, istilah asing yang digunakan wartawan adalah “*bully*”. *Bully* adalah istilah asing (Inggris), di mana dalam kamus bahasa Indonesia berarti “perundungan”.

Bahasa Atau Istilah Asing yang Dinasionalisasi

Bahasa resmi juga berakar dari bahasa atau istilah asing yang telah dinasionalisasi (baca: di-Indonesia-kan). Banyak kata atau istilah Inggris, Belanda, Mandarin, Portugis, dan sebagainya yang telah diadopsi dalam bahasa Indonesia. Tak ayal, Pers juga menggunakan bahasa atau istilah-istilah yang telah dinasionalisasi tersebut untuk membuat berita. Berikut beberapa kata atau istilah asing, dari ribuan kata atau istilah asing yang ada, penulis urai dalam tabel di bawah ini:

Tabel: Istilah Asing dalam Penulisan Berita

Istilah Nasionalisasi	Asal Negara	Asal Kata
Advokat	Belanda	<i>Advocaat</i>
Ambisi	Belanda	<i>Ambitie</i>
Apatis	Belanda	<i>Apathisch</i>
Akses	Inggris	<i>Access</i>
Apresiasi	Inggris	<i>Appreciation</i>
Reklamasi	Inggris	<i>Reclamation</i>
Mie	Tionghoa	<i>Mi-Mie (Hokkian)</i>
Kue	Tionghoa	<i>Kue</i>
Pa/Papa	Tionghoa	<i>Ba/Baba</i>
Beranda	Portugis	<i>Varanda</i>
Kemeja	Portugis	<i>Camisa</i>
Palsu	Portugis	<i>Falso</i>

Sumber: *Diolah dari berbagai sumber*

Menurut Sudira (Suandi, Sudiana, dan Nurjaya, 2018: 17-18), proses nasionalisasi berbagai istilah asing ke dalam Bahasa Indonesia (yang kemudian dipakai secara umum dalam penulisan karya jurnalistik oleh wartawan), terjadi melalui tiga strategi, yaitu: adopsi, adaptasi, dan penerjemahan. Adopsi berkaitan dengan pengambilan secara utuh unsur bahasa asing tersebut ke dalam bahasa Indonesia. Misalnya, dapat dilihat pada kata-kata seperti abad, ahad, adipati, hulubalang, pyunghai, dan lainnya. Adaptasi yaitu menyesuaikan unsur-unsur bahasa asing dengan tata bunyi dan pola pembentukan kata bahasa Indonesia. Misalnya tampak pada kata aktivitas (*activiy*), ekspor (*export*), kontrak (*contract*), metode (*methode*), teori (*theory*), dan lain-lain. Penerjemahan adalah alih bahasa asing melalui mencari atau membentuk padanan kata bahasa Indonesia. Misalnya, dapat terlihat pada kata perakitan (*assembling*), rekayasa (*engineering*), pemerolehan (*acquisition*), dan lain-lain.

Laras Bahasa Lain

Laras bahasa lain artinya istilah-istilah yang biasanya digunakan dalam bidang-bidang tertentu, baik itu bidang pekerjaan maupun bidang keilmuan. Misalnya laras bahasa agama, ekonomi, seni dan

kesusastraan, politik, militer, kimia, fisika, biologi, dan sebagainya. Berikut ini, diuraikan beberapa contoh laras bahasa yang sering digunakan oleh wartawan dalam penulisan berita, seperti: Laras bahasa ekonomi, hukum, agama, sastra, politik, kesehatan, dan lain-lain.

1. Laras bahasa ekonomi-perbankan

Kata atau istilah ekonomi-perbankan yang sering digunakan oleh wartawan dalam penulisan berita, seperti: *saham, bursa, fluktuasi, kreditur, debitur, emiten, redominasi, merger*.



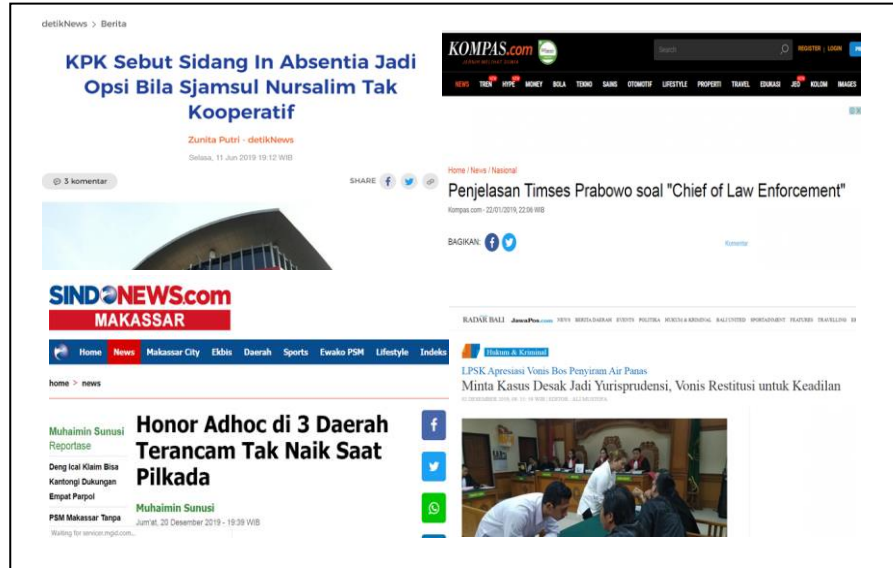
Sumber: Bisnis.com, Antaranews.com, Riau.com, Kontan.co.id

Beberapa istilah dari laras bahasa ekonomi, yang digunakan dalam judul berita di atas, antara lain: Saham (Bisnis.com), Bursa (Antaranews.com), Kreditur (Riau.com), dan fluktuasi (Kontan.co.id).

2. Laras bahasa hukum

Kata atau istilah hukum yang jamak kita jumpai dalam penulisan berita oleh wartawan, misalnya: *in absentia, jurisprudence, law*

enforcement, rule of law, adhoc. Laras bahasa hukum banyak yang juga diadopsi dari bahasa Latin.



Sumber: Detik.com, Kompas.com, Sindonews.com, Jawapos.com.

Istilah hukum yang digunakan oleh wartawan adalah “In Absentia”, pada judul berita “KPK Sebut Sidang In Absentia Jadi Opsi Bila Sjamsul Nursalim Tak Kooperatif”, yang diturunkan oleh Detik.com. Berikutnya ada istilah “Law Enforcement” sebagaimana ditulis dalam judul berita “Penjelasan Timses ‘Chief of Law Enforcement’”, oleh Kompas.com. Kemudian ada istilah “Adhoc” dalam judul berita Sindonews.com “Honor Adhoc di 3 Daerah Terancam Tak Naik Saat Pilkada”. Terakhir, dalam artikel berita Jawapos.com berjudul “Minta Kasus Desak Jadi Yurisprudensi, Vonis Restitusi untuk Keadilan”, terdapat istilah hukum “Yurisprudensi”.

3. Laras bahasa agama

Kata atau istilah dalam agama, misalnya Islam, yang sering digunakan dalam penulisan berita, antara lain: *mudharat, islah, muamalah, akidah, akhlak, tabayun.*

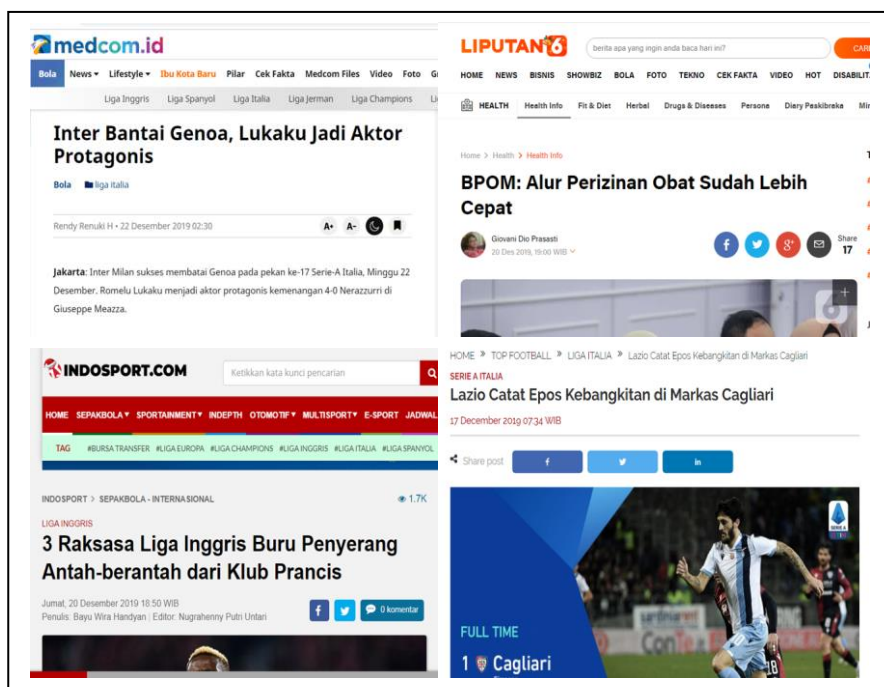


Sumber: Republika.co.id, CNNIndonesia.com, Detik.com, Jpnn.com

Pada empat judul berita media *online* di atas, terdapat beberapa contoh laras bahasa Agama Islam yang digunakan oleh wartawan. Repulika.co.id menggunakan istilah “*mudharat*”, CNNIndonesia.com menggunakan istilah “*Islah*”, Detik.com menggunakan istilah “*Tabayun*”, dan JPNN.com menggunakan istilah “*Akidah*”.

4. Laras bahasa sastra

Kata atau istilah sastra yang sering kita jumpai dalam penulisan berita, baik di media massa nasional maupun lokal, antara lain: *alur*, *antagonis*, *protogonis*, *antah-berantah*, *babad*, *cerita bersambung*, *cerita pendek*, *epos*.

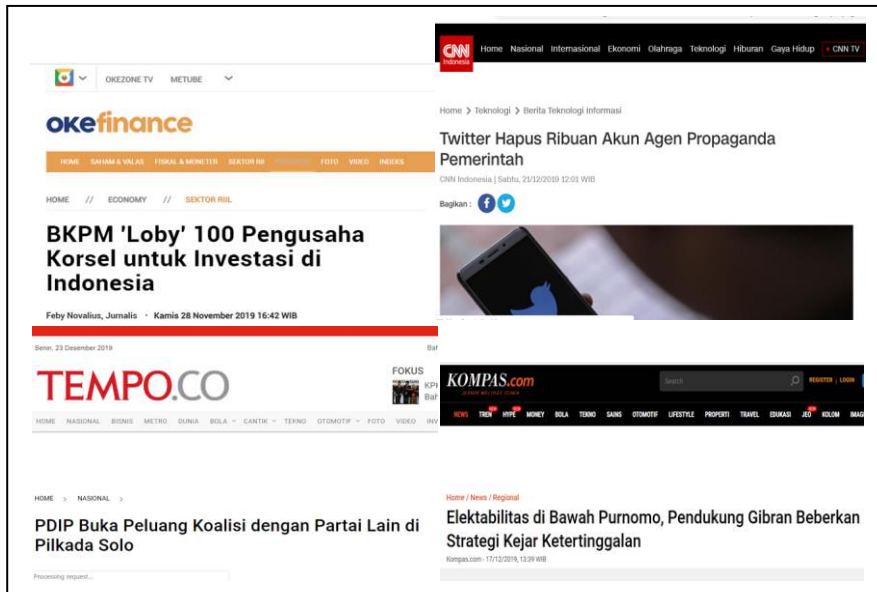


Sumber: Medcom.id, Liputan6.com, Indosport.com, Tapskor.com

Dari empat contoh judul berita media *online* di atas, istilah sastra yang digunakan dalam penulisan berita oleh wartawan, antara lain: protagonis, alur, antah-berantah, dan epos.

5. Laras bahasa politik-pemerintahan

Kata atau istilah dalam politik atau pemerintahan yang umumnya biasa kita baca dalam berita yang ditulis oleh wartawan, antara lain: *lobby*, *propaganda*, *koalisi*, *popularitas*, *elektabilitas*, *aktor*, *politisi*.



Sumber: Okezone.com, CNNIndonesia.com, Tempo.co, Kompas.com

Istilah politik atau pemerintahan yang digunakan Okezone.com dalam penulisan judul berita, yaitu *“lobby”*. Istilah politik-pemerintahan yang digunakan Kompas.com, yakni *“Propaganda”*. Tempo.co menggunakan istilah atau kata *“Koalisi”*. Sedangkan Kompas.com menggunakan kata atau istilah politik-pemerintahan berupa *“Elektabilitas”*.

Bahasa Gaul

Bahasa Jurnalistik juga berasal dari kata atau *istilah yang lagi tren* di tengah masyarakat, atau kerap juga disebut sebagai bahasa *gaul*. *Bahasa gaul* ini umumnya muncul dari kelompok, komunitas, atau *tongkrongan* tertentu. Tahun 1999, Debby Sahertian (artis dan komedian tanah air) pernah mengeluarkan sebuah kamus yang berisi bahasa gaul. Buku tersebut cukup laris di pasar hingga mengalami cetak ulang beberapa kali. Ada juga Fitri Tropika, komedian berdarah Cimahi tersebut juga kerap menjadi *trend setter* dalam bahasa gaul di tanah air. Beberapa istilah dari bahasa gaul yang kerap digunakan

wartawan dalam penulisan berita, misalnya: *galau, alay, kepo, mager, japri, otw, btw*, dan sebagainya.

Di bawah ini disajikan contoh-contoh penggunaan kata atau istilah dari bahasa gaul, dalam pemberitaan media massa:



Sumber: CNBCIndonesia.com

Dalam berita berjudul “Meski Wall Street Galau, IHSG Bisa Catatkan Penguatan 5 Hari”, kata atau istilah gaul yang digunakan adalah “galau”.



Sumber: Kompas.com

Pada judul berita Kompas.com tersebut, bahasa gaul yang digunakan adalah kata “kepo” dan “narsis”.



Sumber: Tempo.co

Pada judul berita “Hari Penglihatan Sedunia, Tunanetra Diajak Lawan Mager”. Kata bahasa gaul yang digunakan dalam judul tersebut adalah “*mager*”, yang merupakan akronim dari frasa “malas gerak”.



Sumber: Tribunnews.com

Judul berita Tribunnews.com “Erick Thohir Japri WA Hotman Paris, Cari Pramugari yang Jadi Korban Salah Kekuasaan Eks Bos Garuda”, kata dari bahasa gaul yang digunakan adalah “japri”. Kata “japri” sendiri merupakan akronim dari frasa “jalur pribadi”.

Jika penulisan berita dimaksudkan untuk media yang memiliki cakupan (siaran atau sirkulasi) secara nasional, maka baik istilah asing, istilah lokal/daerah, laras bahasa dari bidang lain memiliki aturan penggunaan. Aturan penggunaan yang dimaksud antara lain, pertama: apabila istilah-istilah itu sudah familiar di telinga masyarakat maka aturan penulisannya adalah *italic* (tulisan miring). Misalnya, kata “download” ditulis *download*, atau kata “upload” ditulis *upload*. Kedua, jika istilah-istilah yang digunakan belum terlalu familiar di tengah masyarakat maka aturan penulisannya selain menggunakan *italic*, juga harus diartikan dalam bahasa Indonesia; arti bahasa Indonesia-nya ditulis dalam kurung. Misalnya kata *download* (unduh). Aturan umum di atas berlaku bagi media cetak dan media *online*. Lalu bagaimana dengan media penyiaran (televisi dan radio)?

Berbeda dengan surat kabar dan media *online*, karakteristik utama televisi adalah audio-visual. Oleh karena karakter tersebut, berita yang disampaikan melalui media televisi ke masyarakat berbentuk lisan (oral), yang ditujukan pada indera pendengar (audio) audiens atau masyarakat. Pembaca berita (*news anchor* atau *news presenter*) akan menjelaskan secara lisan jika ada kata atau istilah yang diambil, baik dari istilah asing, bahasa lokal/daerah, atau laras bahasa tertentu, belum familiar di tengah masyarakat. Jika kata atau istilah yang diadopsi tersebut sudah familiar di telinga masyarakat, maka tidak perlu disampaikan arti bahasa Indonesianya ke audiens.

BAB 3

KARAKTERISTIK BAHASA JURNALISTIK

A. Tugas Penulisan

Dikatakan bahwa tugas utama Pers, yang kemudian diemban oleh wartawan, salah satunya adalah mencerdaskan kehidupan bangsa. Artinya, lewat artikel berita yang disampaikan melalui media massa, masyarakat dapat mengetahui berbagai macam peristiwa, permasalahan, atau realitas yang terjadi di dunia (baik yang bersifat lokal, nasional, dan internasional). Nah, untuk sampai kepada terbentuknya pengetahuan dan pemahaman masyarakat sebagaimana yang dimaksud tersebut, wartawan memiliki peran penting untuk menjelaskan peristiwa itu kepada mereka. Di sinilah dibutuhkan keahlian menulis, yakni memilih kata di antara sekian kata yang ada, yang memiliki makna sejenis; merangkai kata-kata tersebut menjadi kalimat; menyusun kalimat menjadi paragraf; dan menyusun paragraf menjadi satu berita yang utuh atau informatif.

Jurnalistik sebagai sebuah disiplin ilmu maupun profesi (atau keterampilan menulis) memberikan panduan yang jelas kepada wartawan supaya dapat menghasilkan karya jurnalistik, terutama berita yang dipahami masyarakat. Panduan yang dimaksud secara umum terletak pada karakteristik kebahasaan yang digunakan, atau karakteristik bahasa jurnalistik.

Bahasa Jurnalistik memiliki kekhasan tersendiri yang membedakannya dengan bahasa lain, termasuk dengan bahasa induknya (misalnya Bahasa Indonesia). Kekhasan ini, seperti sudah disinggung sebelumnya pada Bab 1 dilatari oleh berbagai faktor seperti: 1) keterbatasan ruang/*space* dan waktu; 2) mobilitas masyarakat yang tinggi (terutama bagi media *online*); 3) latar belakang masyarakat (pembaca, pendengar, pemirsa) baik dari segi demografis, sosiografis, atau geografis yang berbeda; 4) upaya

penyederhanaan peristiwa yang kompleks dan abstrak agar mudah dipahami; dan 5) kepentingan ekonomi (*marketing* dan promosi).

Bahasa jurnalistik mengikuti tata aturan baku di dalam kosakata, kalimat, dan lainnya, karena merupakan bagian dari keragaman Bahasa Indonesia. Tapi sebagai keragaman berbahasa, bahasa jurnalistik juga memiliki kekhasan tertentu (Santana, 2017: 136).

B. Karakteristik Bahasa Jurnalistik

Secara umum, karakteristik Bahasa Pers meliputi bahasa yang berciri: (1) Sederhana, (2) Singkat dan Padat, (3) Lugas, (4) Jelas, (5) Jernih, (6) Menarik, (7) Demokratis, (8) Populis, dan (9) Logis. Umumnya, dalam penulisan berita, baik berita yang bersifat *hard news* atau *soft news*, wartawan akan selalu mengindahkan karakteristik bahasa jurnalistik tersebut guna menghasilkan sebuah laporan yang menarik dan mudah dipahami, serta sarat akan informasi. Sumadiria (2016: 13-17) dalam buku *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis* menguraikan bahasan tentang karakteristik bahasa Pers tersebut, seperti berikut:

Sederhana

Sederhana maksudnya bahwa kata atau kalimat dalam karya jurnalistik harus ditulis sesederhana mungkin, sehingga mampu dipahami oleh banyak orang. Artinya, seorang wartawan harus mampu menulis dengan menggunakan kata atau istilah-istilah yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. Semakin baik orang tahu tentang kata yang merangkai penulisan suatu berita, maka kemungkinan untuk tahu dan paham terhadap informasi yang diberitakan tersebut semakin baik.

Sebuah *pameo* umum mengatakan bahwa “kalimat Pers itu di satu sisi harus bisa membuat pedagang, loper Koran, kondektur, dan pekerja bawah lainnya bisa memahami informasi yang disampaikan. Di sisi lain, diupayakan agar tidak menyinggung intelektualitas para orang-orang berilmu, akademisi, terlebih lagi guru besar.” Semakin

banyak sebuah kata atau istilah diketahui orang banyak, maka wartawan memiliki kewajiban untuk mengambilnya dalam penulisan karya jurnalistik, terlebih berita.

Contoh 1: *Trah = Keturunan*.

Perhatikan penerapannya dalam dua kalimat berikut ini:

1. Presiden RI keempat, Megawati Soekarno Putri merupakan *trah* Soekarno.
2. Presiden RI keempat, Megawati Soekarno Putri, merupakan *keturunan* Soekarno.

Dari kedua contoh kalimat di atas, kata *trah* dan *keturunan* (anak, cucu, keluarga dekat, suami, istri, dan lainnya) sesungguhnya memiliki makna yang sama, yakni merujuk kepada penerus dalam hal pertalian keluarga seseorang. Namun, kata *trah* tidak begitu diketahui maknanya secara luas oleh masyarakat dibandingkan kata *keturunan*. Ada berbagai kemungkinan yang bisa ditimbulkan jika wartawan memilih menggunakan kata *trah*, sebagaimana yang ada pada kalimat pertama, namun yang paling utama (dan ini harus dihindari oleh si penulis berita) kemungkinan tidak dipahaminya informasi tersebut.

Meski demikian, bisa saja wartawan tetap menggunakan kata dimaksud di dalam judul berita (*headline*) dengan maksud untuk membangkitkan rasa penasaran pembaca. Namun, pada isi berita, sebaiknya harus ditulis juga kata sinonimnya, yang familiar bagi pembaca, sehingga bias informasinya dapat dihindari. Perhatikan judul berita di bawah ini:

TEMPO.CO

FOKUS Diplo Amer

HOME NASIONAL BISNIS METRO DUNIA BOLA CANTIK TEKNO OTOMOTIF FOTO VIDEO INVES

HOME > FOKUS >

Puan Maharani Yakin Trah Sukarno Tetap Pimpin PDIP

TEMPO.CO, Jakarta - Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan yang juga pengurus Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, Puan Maharani, menilai keturunan presiden pertama, Sukarno, pantas memimpin partai banteng. Menurut Puan, PDIP tak bisa dilepaskan dari kakeknya itu.

"Buat kami, ini bukan masalah harus atau tidak harus. Tapi memang kulturnya sebagai partai ideologis, yang asalnya dari PNI Bung Karno. Tanyakan pada rakyat PDIP. Kalau yang ditanya bukan rakyat PDIP, pantas saja jawabannya tidak sesuai dengan yang menjadi kultur partai," kata Puan dalam wawancara khusus dengan *Tempo* di Karanganyar, Jawa Tengah, Selasa 1 April 2015.

Mengenai peluangnya menggantikan ibunya, Megawati Soekarnoputri, sebagai Ketua Umum PDIP, Puan mengaku enggan berandai-andai. Ketua Bidang Politik dan Hubungan Antar-Lembaga PDIP itu menyatakan sedang berkonsentrasi menjadi menteri di kabinet Presiden Joko Widodo. "Saya cuma bisa bilang amin, bismillah," katanya.

Sumber: Tempo.co

Pada berita Tempo.co tersebut, wartawan menggunakan kata "trah" dalam judul "Puan Maharani Yakin Trah Sukarno Tetap Pimpin PDIP". Makna dari kata "trah" pada judul tersebut dapat kita temukan penjelasannya pada paragraf *lead*, yakni pada kalimat pertama dan juga kedua, berupa kata atau frasa seperti "...keturunan presiden pertama", serta "..., PDIP tak bisa dilepaskan dari kakeknya (Soekarnopen.) itu".



Contoh 2: Mangkus = Efektif

Perhatikan penerapannya dalam 2 kalimat berikut ini:

1. Kebijakan pemerintah membangun jalan tol mangkus mengurai kemacetan saat mudik lebaran.



2. Kebijakan pemerintah membangun jalan tol efektif mengurangi kemacetan saat mudik lebaran.


KOMPAS.com NEWS TREND HYPE MONEY BOLA TEKNO SAINS OTOMOTIF LIFESTYLE PROPERTI

BAGIKAN:   Chelsea Lebih Mangkus daripada Tottenham

Chelsea Lebih Mangkus daripada Tottenham

Kompas.com - 23/04/2017, 11:08 WIB

BAGIKAN:   [Komentar](#)



LONDON, KOMPAS.com - Manajer **Tottenham Hotspur**, Mauricio Pochettino, menilai **Chelsea** lebih mangkus pada pertandingan semifinal **Piala FA**, Sabtu (22/4/2017). Efektivitas pemanfaatan peluang membuat The Blues - julukan Chelsea - menang 4-2 atas Tottenham.

Hujan empat gol Chelsea ke gawang Spurs diciptakan oleh Willian (menit ke-5 dan 43'), Eden Hazard (75'), dan Nemanja Matic (80'). Adapun dua gol balasan Tottenham dikemas Harry Kane (18') dan Dele Alli (52').

Pelatih Spurs, Mauricio Pochettino, mengungkapkan sebab kemenangan Chelsea atas timnya. The Blues disebut lebih efektif ketimbang Kane dkk.

"Mereka punya lima tembakan dan mencetak empat gol, sedangkan kami cuma bikin dua gol. Gol penalti mereka juga saya nilai terlalu gampang diberikan," kata Pochettino di *BBC*.

Sumber: Kompas.com

Kata mangkus sebagaimana yang ditulis wartawan dalam judul berita "Chelsea Lebih Mangkus daripada Tottenham", dapat dipahami maknanya ketika membaca kalimat kedua, *lead* berita tersebut:

“Efektifitas pemanfaatan peluang membuat The Blues–julukan Chelsea–menang 4-2 atas Tottenham”.

Singkat dan Padat

Singkat maksudnya bahwa kalimat dalam karya jurnalistik harus langsung menjelaskan pokok masalah, tidak bertele-tele, atau *to the point*. Jika kamu hendak menulis tentang suatu hal, maka fokuskan penulisan pada hal tersebut, hal lainnya hanya diikutkan sebagai pelengkap, bukan yang utama. Sederhananya begini, jika kamu hendak menulis artikel tentang Kota Jakarta sebagai kota metropolitan, maka fokuslah kepada pembahasan itu, tidak perlu membahas Papua, Maluku, dan kota-kota lain. Tetapi, yang perlu menjadi catatan adalah singkat bukan berarti “penyederhanaan tanpa makna”. Kalimat dalam karya jurnalistik harus singkat tapi memiliki banyak kandungan informasi. Kalimat dalam karya jurnalistik itu, meminjam istilah Ernest Hemingway haruslah *less is more*.

Untuk menghasilkan kalimat dalam karya jurnalistik yang singkat namun padat akan informasi, maka wartawan biasanya menghindari penggunaan kata yang panjang, mengurangi penjelasan yang tidak perlu, juga meminimalisir penggunaan kata sambung, seperti: yang, adalah, oleh karena itu, dan lainnya.

Perhatikan contoh kalimat-kalimat berikut:

Contoh kalimat yang panjang:

- (1) *Megawati Soekarno Putri yang adalah ketua umum PDI Perjuangan kembali terpilih sebagai ketua umum oleh kader partai itu.*

Setelah disingkat dan dipadatkan menjadi:

- (2) *Megawati Soekarno Putri Kembali terpilih sebagai Ketua Umum PDI Perjuangan.*

Kata penghubung *yang* dan *adalah* pada kalimat pertama dihapus karena keberadaannya di dalam kalimat tidak bermakna apa-apa. Selain itu, empat kata terakhir dalam kalimat pertama (...*oleh*

kader partai itu). Juga dihapus karena berisi penjelasan yang tidak perlu, mubazir. Masyarakat umum sudah tahu bahwa yang memilih ketua umum di dalam sebuah partai, tidak lain dan tidak bukan, ya kader partai itu sendiri. Ketua umum partai tertentu tidak dipilih oleh masyarakat ataupun pihak lain yang ada di luar organisasi.

Berikut ini merupakan contoh kalimat judul yang bisa disingkat, dengan tidak menghilangkan maknanya:

Ratusan Polisi Protes dan Bakar Ban, Pertanyakan Honor Pemilu

CNN Indonesia

Senin, 29/04/2019 14:52

Bagikan :  



Sumber: CNNIndonesia.com

Kalimat yang dijadikan judul berita tersebut dapat disingkat, tanpa menghilangkan maknanya. Wartawan sebenarnya memiliki pilihan antara menghilangkan kata “protes” atau frasa “bakar ban”,

sehingga judulnya menjadi: 1). “Ratusan Polisi Protes, Pertanyakan Honor Pemilu”; atau 2). “Ratusan Polisi Bakar Ban, Pertanyakan Honor Pemilu”. Membakar ban untuk mempertanyakan honor Pemilu adalah bentuk protes.

Lugas

Lugas mengandung makna bahwa kata atau kalimat dalam karya jurnalistik harus tegas, tidak mengandung makna ganda atau ambigu. Dalam perspektif budaya, sering dikenal istilah *high context communication* (komunikasi konteks tinggi) dan *low context communication* (komunikasi konteks rendah). Komunikasi konteks tinggi mengandung pesan yang ambigu, sedangkan komunikasi konteks rendah mengandung pesan yang apa adanya. Makna pesan yang ada dalam komunikasi konteks tinggi biasanya “tertanam” dalam diri orang yang bertindak sebagai penyampai pesan (komunikator) sedangkan penerima pesan (komunikan) disuruh menafsirkan sendiri. Sebaliknya, makna pesan dalam komunikasi konteks rendah selain “tertanam” dalam diri penyampai pesan, juga bisa dipahami oleh penerima pesan karena sifat pesan itu sendiri gamblang dan apa adanya.

Jurnalis atau media (sebagai komunikator–penyampai pesan) harus menyampaikan pesan secara apa adanya sehingga langsung bisa dipahami oleh masyarakat (sebagai komunikan–penerima pesan). Sederhananya, jurnalis harus mampu membuat tulisan yang langsung bisa dipahami oleh orang lain. Makna pesan yang dipikirkan oleh Jurnalis harus bisa ditangkap secara jelas dan terang benderang oleh pembaca ataupun pemirsa.

Untuk kepentingan penulisan berita-berita keras (*hard news*) atau berita langsung (*straight news*) maka aturan kelugasannya lebih ditekankan lagi. Penulis tidak dianjurkan untuk menggunakan kata atau kalimat-kalimat hiperbolis, peribahasa, anekdot, dan lainnya yang bermakna kiasan (konotatif). Kata atau kalimat yang lugas selalu memiliki satu makna atau satu arti.

Perhatikan contoh kalimat berikut:

Kebutuhan Guru SMK di Wilayah DKI Jakarta sedang dibahas oleh DPRD.

Kalimat tersebut memiliki makna ambigu. Terdapat dua makna yang tersirat dari kalimat tersebut:

- (1) Rapat DPRD sedang membahas kebutuhan ekonomi (kaitannya dengan kesejahteraan) guru SMK di wilayah DKI Jakarta.
- (2) Rapat DPRD sedang membahas kebutuhan guru SMK di wilayah DKI Jakarta, dalam kaitannya dengan sarana dan prasarana pendidikan.

Contoh lain:



Sumber: Malukupost.com

Pada contoh berita di atas, wartawan menulis judul: “Wapres JK Alergi Wartawan *Online* atau Pihak Paspampres?”. Ada 3 makna yang bisa dibaca dari berita tersebut:

1. Wapres JK, selain alergi terhadap wartawan *online*, juga alergi terhadap Paspampres?
2. Yang alergi terhadap wartawan *online*, tidak hanya Wapres JK, tapi juga Paspampres?
3. Yang alergi terhadap wartawan *online* bukan JK, tetapi Paspampres?

Idealnya, judul memiliki hanya satu makna, tidak boleh ambigu. Jika ambigu, pembaca akan bingung, dan oleh karena kebingungan tersebut, bisa jadi pesannya tidak dipahami secara jelas. Judul berita di atas, untuk menjadi “lugas” harus ditulis seperti berikut:

“Wapres JK atau Pihak Paspampres, Alergi Wartawan Online?”

Sesuai dengan maksud wartawan yang diuraikan dalam tubuh berita (mulai dari *lead* sampai penutup), judul tersebut memiliki makna bahwa wartawan mempertanyakan dua pihak yang alergi terhadap wartawan *online*. Pihak pertama adalah Wapres Jusuf Kalla, dan kedua adalah Paspampres.

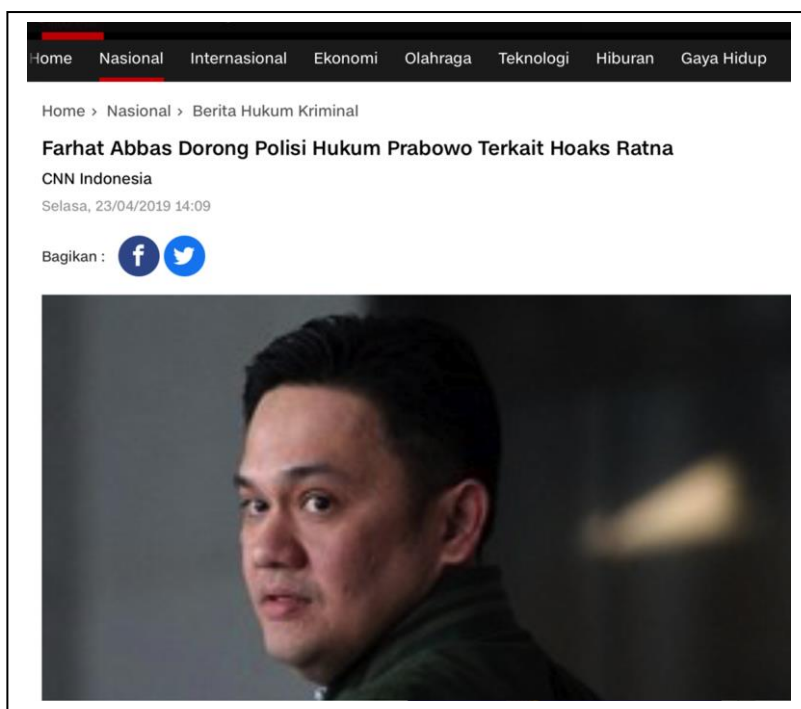
Jelas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “jelas” diartikan sebagai “terang” atau “gamblang”. Jelas dalam Bahasa Pers dimaknai bahwa kalimat atau paragraf yang ada dalam karya jurnalistik mudah ditangkap maksudnya alias terang atau gamblang.

Makna kata “jelas” di sini, bahwa bahasa dalam karya jurnalistik itu harus:

1. Jelas dari segi artinya.
2. Jelas susunan kata atau kalimatnya, dalam hal ini berkaitan dengan SPOK (subjek, predikat, objek, keterangan).
3. Jelas sasaran atau maksudnya.

Judul di bawah ini tidak memiliki “kejelasan arti”.



Sumber: cnnindonesia.com

Kalimat judul dalam berita tersebut berbunyi: “Farhat Abbas Dorong Polisi Hukum Prabowo Terkait Hoaks Ratna”. Kalimat tersebut mengandung makna bahwa Farhat Abbas mendorong pihak polisi memberikan hukuman bagi Prabowo, yang menurutnya menyebarkan hoaks terkait penganiayaan Ratna Sarumpaet. Pangkal persoalannya pada penggunaan kata-kata “...polisi hukum Prabowo...”. Mengapa? karena tugas kepolisian bukan memberikan hukuman kepada siapa pun anggota masyarakat yang diduga melanggar hukum. Berkaitan dengan tindak pidana, tugas pokok kepolisian adalah penyelidikan dan penyidikan, sesuai dengan hukum acara pidana dan perundangan yang berlaku (Pasal 14, poin g, UU No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian RI).

Dalam hukum acara pidana, dijelaskan bahwa Penyelidikan adalah serangkaian tindakan penyidik (Polisi) untuk mencari dan menemukan suatu peristiwa yang diduga sebagai tindak pidana guna menentukan dapat atau tidaknya dilakukan penyidikan menurut cara yang diatur dalam undang-undang ini. Sedangkan, penyidikan adalah serangkaian tindakan penyidik (Polisi) dalam hal dan menurut cara yang diatur dalam undang-undang ini untuk mencari serta mengumpulkan bukti yang dengan bukti itu membuat terang tentang tindak pidana yang terjadi dan guna menemukan tersangkanya (UU No. 8 Tahun 1981).

Jadi, tidak pada tempatnya jika polisi didorong untuk menghukum Prabowo, sebagaimana maksud dari judul yang ditulis oleh wartawan tersebut. Tugas menghukum (bisa dimaknai sebagai memberi “vonis”) merupakan ranah hakim, yang akan dijatuhkan saat di persidangan.

Dalam *lead* beritanya, wartawan menulis: “*Pengacara Farhat Abbas ingin calon presiden nomor urut 02 Prabowo Subianto dihukum dalam kasus hoaks penganiayaan Ratna Sarumpaet. Menurutnya, kebohongan itu dilakukan secara sistematis.*” Kalimat tersebut merupakan uraian wartawan atas fakta pendapat yang diperolehnya dari Farhat Abbas. Dalam kalimat *lead* itu, tidak ada keterangan, misalnya: “Farhat Abbas ingin Prabowo Subianto dihukum Polisi....”. Penggunaan kata “dihukum” bukan dimaksudkan kepada kepolisian, tetapi sebagai satu kesatuan proses *pro-justicia* (penegakan hukum). Kesimpulan tersebut diperoleh dari kalimat petikan langsung Farhat Abbas, dalam berita tersebut, seperti berikut: “Prabowo harus dihukum seperti Ratna Sarumpaet, baru orang mengerti itu kesalahan dari Prabowo,” ujarnya. Jadi interpretasi wartawan menjadikan judul beritanya tidak memiliki “kejelasan arti”.

Farhat Abbas Dorong Polisi Hukum Prabowo Terkait Hoaks Ratna

CNN Indonesia | Selasa, 23/04/2019 14: 09 WIB

Jakarta, CNN Indonesia -- Pengacara Farhat Abbas ingin calon presiden nomor urut 02 Prabowo Subianto dihukum dalam kasus hoaks penganiayaan Ratna Sarumpaet. Menurutnya, kebohongan itu dilakukan secara sistematis. Hal itu disampaikan Farhat saat mendatangi Polda Metro Jaya untuk melakukan klarifikasi atas laporan yang dilakukannya terhadap sejumlah politikus kubu Prabowo Subianto, Selasa (23/4).

"Hari ini kita diminta klarifikasi kasus Prabowo Subianto," kata Farhat di Mapolda Metro Jaya, Selasa (23/4). Farhat menuturkan klarifikasi ini merupakan kali kedua yang ia lakukan. Dalam klarifikasi kali ini, kata Farhat, juga ada tiga orang yang diminta untuk melakukan klarifikasi. Namun, ia tak mengungkapkan identitas ketiga orang tersebut.

"Ini klarifikasi kedua karena Ratna sudah P21 dan proses sidang tinggal vonis mungkin ada bukti bukti mengungkapkan bahwa itu terjadi sistematis dan direncanakan oleh orang-orang ini untuk kepentingan pribadi gitu," tuturnya. Farhat beranggapan bahwa orang-orang yang ikut menyebarkan hoaks tentang pemukulan terhadap Ratna juga perlu diperiksa, termasuk Prabowo. Hal itu, menurut Farhat, untuk memberikan efek jera bagi masyarakat agar tidak melakukan ataupun terlibat menyebarkan berita hoaks.

"Prabowo harus dihukum seperti Ratna Sarumpaet, baru orang mengerti itu kesalahan dari Prabowo," ujarnya.

Diketahui, pada Oktober 2018 lalu, Farhat Abbas yang tergabung dalam Komunitas Pengacara Indonesia Pro Jokowi (Kopi Pojok) melaporkan 17 orang, antara lain Prabowo Subianto, Sandiaga Uno, Ratna Sarumpaet, Fadli Zon, Rachel Maryam, Rizal Ramli dan Nanik Deang. Kemudian Ferdinand Hutahaean, Arief Puyono, Natalius Pigai, Fahira Idris, Habiburokhman, dan Hanum Rais. Pelaporan terhadap 17 orang itu dilakukan oleh Farhat berkaitan dengan dugaan ujaran kebencian mengenai kasus Ratna Sarumpaet. Laporan itu bernomor LP/B/1237/X/2018/BARESKRIM dan sudah diterima polisi dengan nomor STTL/1007/X/2018/BARESKRIM. Ia melaporkan para politikus itu soal dugaan ujaran kebencian mengenai kasus Ratna Sarumpaet. Farhat menganggap berita bohong mengenai penganiayaan Ratna yang disebar merugikan calon presiden Joko Widodo-Ma'ruf Amin.

Sumber: cnnindonesia.com

Contoh tentang kalimat yang tidak memiliki kejelasan maksud, dapat di lihat dari judul berita di bawah ini:



Sumber: CNNIndonesia.com

Kalimat judul berita: “Pergi Umrah, Sandiaga Doakan Prabowo Jadi Presiden di Mekkah”, mengandung ketidakjelasan arti atau maknanya. Dalam hal ini, kalimat tersebut mengandung maksud jurnalis menyampaikan kepada pembaca bahwa Sandiaga Uno (Wakil Gubernur DKI Jakarta) pergi umroh untuk mendoakan Prabowo menjadi Presiden Mekkah (Arab Saudi). Padahal, dalam penjelasan jurnalis di tubuh berita tersebut, maksudnya tidak seperti itu. Maksud jurnalis yang sebenarnya adalah Prabowo di doakan menjadi presiden (RI) oleh Sandiaga Uno, dalam ibadah umrohnya di Mekah (Arab Saudi). Kalimat judul pada berita tersebut tidak memiliki kejelasan maksud atau sasarannya.

Berikut penulis sajikan berita lengkapnya:

Pergi Umrah, Sandiaga Doakan Prabowo Jadi Presiden di Mekkah

Dhio Faiz, CNN Indonesia | Rabu, 23/05/2018 17: 38 WIB

Jakarta, CNN Indonesia -- Wakil Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra Sandiaga Uno berencana pergi ke Tanah Suci untuk menunaikan ibadah umrah pada Kamis (23/5) hingga Selasa (29/5).

Di sana Sandi akan mendoakan Ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianto agar menjadi presiden pada Pilpres 2019.

"Pak Prabowo saya doain. Insyallah (jadi presiden) kalau ini terbaik untuk bangsa dan negara," kata Sandi saat ditemui di Instalasi Pengolahan Lumpur Tinja (IPLT), Jakarta Barat, Rabu (23/5).

Koordinator Tim Pemenangan Pilpres 2019 Partai Gerindra itu pun memastikan akan mendoakan Presiden Joko Widodo.

Namun untuk urusan presiden di 2019, Sandi tegas mengatakan Prabowo yang paling cocok. Karena itu dia akan mendoakan Prabowo agar sukses menjalani satu tahun ke depan menuju Pilpres 2019.

"Kalau pak Prabowo terbaiklah, beliau sangat ikhlas. Agar dia bisa bekerja di satu tahun ke depan untuk kemajuan bangsa dan negara," imbuh Sandi.

Pria yang juga menjabat Wakil Gubernur DKI Jakarta ini sebelumnya mengatakan akan pergi umrah selama empat hari. Umrah akan dilakukan pada Jumat (24/5) sampai Senin (28/5) dengan dua hari perjalanan pulang pergi.

Sebelumnya Sandi menyampaikan belum ada rencana menyempatkan bertemu Dewan Pembina Tunggal Persaudaraan Alumni 212 Rizieq Shihab saat berumrah.

Seperti diketahui, Rizieq telah tinggal di Arab Saudi sejak April 2017. Dia meninggalkan Tanah Air karena merasa sudah dikriminalisasi usai terpidana kasus penodaan agama Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok kalah di Pilkada DKI Jakarta.

"Belum ada rencana (bertemu Rizieq), saya ke sana untuk ibadah," ujar Sandi saat ditemui di JIExpo, Jakarta, Senin (21/5). (gii)

Sumber: CNNIndonesia.com

Wartawan sebenarnya punya banyak pilihan untuk menjelaskan maksudnya, berdasarkan kalimat judul tersebut, antara lain: 1) Menghapus dua kata di bagian akhir kalimat itu "... di Mekah." Sehingga kalimatnya menjadi "*Pergi Umroh, Sandiaga Doakan Prabowo Jadi Presiden.*" Penghapusan dua kata itu juga sejalan dengan karakteristik "singkat dan sederhana". Kata "Mekah" atau "di Mekah" menjadi tidak penting karena sudah diwakilkan dengan penggunaan kata "umroh". Secara logis, kegiatan ibadah "umroh" hanya dilaksanakan di Mekah, tidak di tempat lain; 2) Menempatkan subjek (unsur "*who*") atau "siapa" di awal kalimat; "*Sandiaga Akan Doakan Prabowo saat umroh*".

Jernih

Karakteristik bahasa jurnalistik lainnya adalah jernih. Maksudnya bahwa setiap kata atau kalimat dalam karya jurnalistik tidak memiliki tendensi negatif atau memuat suatu agenda tersembunyi dibalik berita tersebut. Jernih di sini menyangkut: a) kata atau kalimat jurnalistik harus sesuai fakta; b) kata atau kalimat jurnalistik mengandung kebenaran; dan c) kata atau kalimat jurnalistik berorientasi kepada kepentingan publik.

Karakteristik tersebut sejalan dengan prinsip penegakan etika wartawan. Dalam Kode Etik Wartawan Indonesia, Pasal 1, disebutkan bahwa: wartawan Indonesia tidak beritikad buruk. Tidak beritikad buruk mengandung pemahaman bahwa wartawan tidak boleh secara sengaja meniatkan pemberitaannya untuk merugikan pihak tertentu. Upaya sengaja merugikan pihak tertentu tersebut biasanya dapat berwujud dalam bentuk bahasa yang digunakan dalam beritanya. Kemudian, pada Pasal 8 juga disebutkan bahwa: *wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.*

Berikut ini contoh kalimat jurnalistik yang tidak jernih:

#jakartatanggapcorona - Hotline Dinkes 081388376955 - Call Center 112

Partainya Megawati Tolak Depok Jadi Kota Religius

NUSANTARA © SENIN, 20 MEI 2019, 14:02:00 WIB | LAPORAN: RMOL NETWORK

Sumber: rmoljakarta.com

Judul berita “Partainya Megawati Tolak Depok Jadi Kota Religius”, menjadi contoh kalimat jurnalistik yang tidak jernih. Ada kecenderungan tendensi negatif yang tersembunyi dibalik judul tersebut, dan tentunya diarahkan kepada partai politik tertentu. Padahal, dalam pembahasan (isi berita), yang ditolak adalah Rancangan Peraturan Daerah (Raperda) Kota Depok, yang berisi niatan pemerintah setempat untuk menjadikan Kota Depok sebagai kota syariah. Alasan penolakan Raperda tersebut karena bertentangan dengan undang-undang di atasnya. Judul demikian mengesankan bahwa partai tertentu melarang adanya segala praktik peribadatan dari berbagai agama oleh umatnya, di Kota Depok

Menarik

Kata atau kalimat dalam penulisan karya jurnalistik harus mampu membangkitkan minat orang untuk membacanya, mendengarnya, atau menontonnya. Konsep kemenarikan dalam penulisan karya jurnalistik menjadi penting, bahkan sangat penting, karena beberapa alasan berikut: 1). Dengan menarik, memungkinkan orang membaca, mendengarkan, atau menontonnya sampai akhir, sehingga dipastikan informasi yang terserap pun menjadi lengkap; 2). Atas dasar pembacaan yang lengkap tersebut, orang pastinya membutuhkan waktu yang lama. Kegiatan menghabiskan waktu dalam rangka memperoleh informasi tersebut dapat dikonversi secara ekonomi, melalui apa yang disebut sebagai *rating* dan *share* (televisi),

traffic (portal berita *online*), pun meingkatkan Jumlah pembelian (untuk Koran) dan frekuensi mendengar (untuk radio).

Terkait dengan aplikasi konsep kemenarikan dalam berbahasa tulis, Ivan Lanin, seorang praktisi bahasa Indonesia, yang juga kerap disebut sebagai wikipediawan, melalui akun Twitternya @ivanlanin, menguraikan kiatnya. Supaya kalimat tidak kaku, maka yang harus dilakukan seorang penulis, antara lain:

1. Melakukan variasi diksi.
2. Meluweskan struktur kalimat.
3. Menyisipkan kata seru dalam kalimat.
4. Menggunakan *emoticon*.

Dalam kaitannya dengan penulisan karya jurnalistik, poin 1, 2, dan 3 kerap digunakan oleh wartawan.

Contoh membuat kalimat dengan “variasi diksi”:

Presiden Joko Widodo berkeinginan menjadikan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi 5 besar dunia, tahun 2045. Mantan Wali Kota Solo tersebut meyakini hal itu karena pertumbuhan ekonomi Indonesia kian positif dari tahun ke tahun.

Perhatikan contoh tulisan di atas. Pada kalimat pertama, frasa yang digunakan adalah “**Presiden Joko Widodo**”. Pada kalimat kedua, frasa tersebut diganti dengan “**Mantan Wali Kota Solo**”. Perubahan frasa tersebut membuat kalimat dalam tulisan tersebut menjadi menarik, dinamis, dan kaya akan informasi. Dalam penulisan karya jurnalistik, penggunaan diksi yang berbeda, terutama untuk informasi atau latar belakang narasumber, sangat memberikan pengayaan dalam hal kredibilitas narasumber.

- Contoh variasi diksi dapat dilihat pada judul berita berikut ini:



Sumber: Detik.com

Pada judul berita tersebut, wartawan menggunakan variasi diksi, yaitu kata “lawas” dan “jadul”. Lawas artinya terkiat dengan “jaman dulu”, sedangkan kata “jadul” itu sendiri akronim (singkatan kata) dari “jaman dulu”.

- Contoh kalimat “struktur yang luwes”, dapat dilihat dari judul berita berikut:

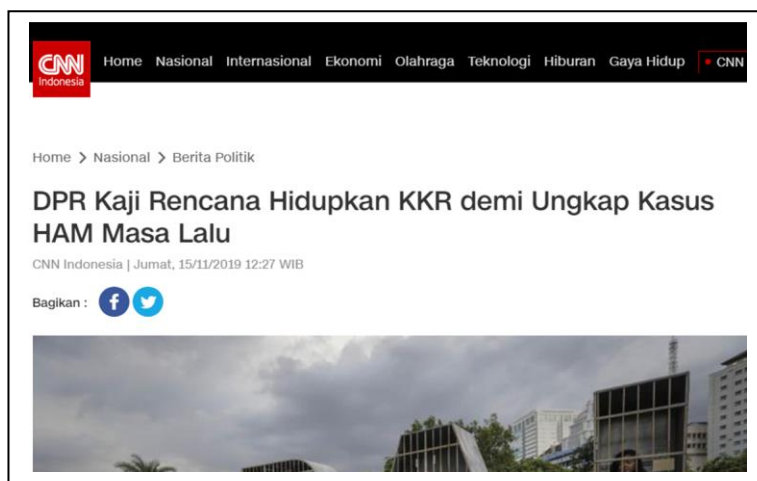


Sumber: CNNIndonesia.com

Jika mengacu pada standar penulisan SPOK, maka judul berita di atas akan menjadi *“Moeldoko Sebut Penambahan 6 Wamen Bisa Berubah, Merespon Kritik Puan”*. Dalam hal ini, bertindak sebagai:

- “S” (subjek) adalah Moeldoko
- “P” (predikat) “penambahan” (artinya: menjadikan jumlah bertambah),
- “O” (objeknya) 6 Wamen, dan
- “K” (keterangan) bahwa tindakannya tersebut karena “dikritik Puan”. Keluwesan judul di atas karena tidak mesti mengikuti format SPOK.

Contoh struktur yang luwes:



Sumber: CNNIndonesia.com

Judul berita tersebut di atas, mengacu kepada format struktur yang mengikuti kaidah baku atau SPOK, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- “S” (subjek) adalah DPR
- “P” (predikat) adalah kaji rencana
- “O” (objek) adalah KKR
- “K” (Keterangan) demi

Agar struktur kalimatnya menjadi luwes, maka judul di atas dapat dirubah menjadi “Demi Ungkap Kasus HAM Masa Lalu, DPR Kaji Rencana Hidupkan KKR”. Dalam hal untuk mendapatkan keluwesan tersebut, maka “keterangan” yang ada dalam kalimat tersebut di letakan pada bagian depan.

Membuat judul dengan kata seru

Supaya tidak kaku, maka bisa menyisipkan kata seru dalam kalimat tersebut. Misalnya dalam kalimat judul berita, disisipkan kata seru di dalamnya.

Berikut contoh penulisan judul dengan menyisipkan kata seru.

Contoh 1.



Sumber: Poskotanews.com

Pada judul berita Postkota.com “Aduh! Pria Ini Tusuk Pria Lain yang Melirikinya di Warung Kopi”, wartawan menyisipkan kata seru “aduh” di dalamnya. Kata seru tersebut diletakkan wartawan untuk memberikan dramatisasi atas peristiwa penusukan yang terjadi antardua orang pria.

Contoh 2.



Sumber: CNBCIndonesia.com

Pada judul berita CNBCIndonesia.com “Mantap! Jokowi Resmikan Program B30”, wartawan menyisipkan kata seruan “mantap” di dalam kalimat judul, yang kemudian diperjelas dengan penggunaan tanda seru (!). Kata mantap pada kalimat tersebut dipilih wartawan dengan dua maksud:

1. Pujian dan sekaligus kebanggaan terhadap Jokowi yang telah meresmikan pemberlakuan Program B30 (Biodiesel 30%).
2. Kebanggaan bahwa Indonesia telah berhasil mengimplementasikan penggunaan Biodiesel 30% (Program B30).

Contoh 3.



Sumber: Detik.com

Detik.com menggunakan kata seru “mantap” yang diperjelas dengan penggunaan tanda seru (!) pada kalimat judul “*Mantap! Erick Thohir Mau Tutup BUMN Sekarat*”. Penggunaan kata seru “mantap” tersebut memiliki dua makna, yaitu:

1. Wartawan bangga akan kinerja dan keberanian Erick Thohir, selaku Menteri BUMN, yang akan menutup perusahaan BUMN yang memiliki performa keuangan buruk atau menuju kebangkrutan.
2. Wartawan bangga bahwa perusahaan BUMN yang memiliki masalah menjadi fokus perhatian Erick Thohir, selaku menteri BUMN.

Demokratis

Bahasa dalam penulisan karya jurnalistik tidak mengenal adanya kasta dan tingkatan. Dalam hal ini, Bahasa Jurnalistik tidak sama seperti bahasa Sunda atau bahasa Jawa yang memang mengenal tingkatan bahasa; halus dan kasar. Bukan berarti juga bahasa jurnalistik membolehkan penggunaan bahasa yang mengandung cacian, makian, celaan, menyinggung sara, atau bertendensi pornografi. Hukum Pers (UU Pers dan UU Penyiaran) sangat tegas melarang penggunaan bahasa-bahasa seperti itu, karena berbagai alasan. Salah satu alasan yang paling masuk akal adalah karena media (berita) memiliki fungsi mendidik (*to educate*) masyarakat. Penggunaan bahasa-bahasa tersebut tidak diperbolehkan karena jauh dari fungsi mendidik media tersebut.

Populis

Kata atau kalimat dalam penulisan karya jurnalistik sedapat mungkin harus akrab di telinga (*easy listening*), di mata, atau di benak pemirsa atau pembaca. Dalam artian bahasa Indonesia jurnalistik harus merakyat dan dapat diterima oleh semua lapisan kelompok. Ada sebuah petuah menarik tentang bahasa jurnalistik yang populis ini, yaitu:

“Bahasa jurnalistik harus bisa dipahami oleh para pedagang sayur di pasar, dengan tidak membuat para professor di kampus tersinggung”.

Tanpa bermaksud merendahkan profesi pedagang sayur (tentunya ini dalam konteks pedagang sayur di Indonesia), agaknya dapat disepakati bahwa rata-rata tingkat pendidikan mereka relatif rendah. Hal ini tentu saja mempengaruhi tipikal bahan bacaan mereka. Meski belum ada studi yang objektif tentang hal itu, tapi secara asertif dapat dikatakan bahwa, pilihan bacaan mereka relatif disesuaikan dengan tingkat pendidikannya. Dalam kaitannya dengan membaca berita, tentu saja mereka akan memilih bacaan yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman mereka tersebut, terutama dalam konteks “bahasa berita”. Istilah “pedagang sayur” dalam petuah di atas hanyalah analogi untuk menjelaskan secara umum pilihan bacaan berbagai profesi yang ada pada level sama seperti pedagang sayur tersebut, misalnya: buruh bangunan, kondektur, sopir, pedagang asongan, petani, buruh pabrik, dan lain sebagainya. Meski demikian, jumlah mereka relatif banyak. Nah, secara industri, jumlah yang besar tersebut merupakan pasar yang potensial untuk digarap. Namun, ada juga kelompok dengan tingkat pendidikan yang relatif tinggi (dianalogikan sebagai para profesor di dunia kampus). Media jurnalistik juga harus bisa menjangkau mereka dengan bahasa pemberitaan yang tidak merendahkan intelektualitas (terutama dalam aspek keterampilan berbahasa).

Dalam komunikasi, bahasa merupakan alat untuk menyatakan maksud dari seseorang kepada orang lain. Dalam konteks demikian, maka komunikasi yang baik dan benar itu manakala menggunakan bahasa sederhana dan mudah dipahami orang lain. Apa lagi jika dilihat bahasa berita adalah produk jualan media, maka dalam kultural masyarakat yang demografis, terutama dalam hal tingkat pendidikan (serta pengetahuan dan pemahaman), dibutuhkan bahasa berita yang dapat menjangkau lebih banyak orang. Sebab, sebanyak mungkin orang memahami bahasa berita maka dapat meningkatkan nilai keterbacaan terhadap media tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan “nilai beli” atas pemberitaan media tersebut.

Jika pembaca menanyakan bagaimana mengidentifikasi media dengan bahasa berita yang tidak populis, maka jawabannya tentu saja tidak mudah. Hampir dapat dipastikan bahwa semua media jurnalistik kerap mempraktikkan bahasa tidak populis dalam berita, meskipun dalam derajat yang berbeda-beda. Maksudnya, dalam hal menggunakan kata-kata tertentu dalam berita atau membahasakan dengan tidak populis artikel secara keseluruhan. Bahkan ada juga media yang secara keseluruhan konsisten menampilkan wajah berita dengan bahasa yang tidak populis tersebut.

Kembali ke pernyataan bahwa hampir semua—jika tidak bisa dikatakan keseluruhan - media jurnalistik mempraktikkan penggunaan bahasa yang tidak populis dalam beritanya. Salah satu faktornya karena media tersegmentasi dengan fokus “melayani” ceruk pasar tertentu. Akibatnya, penggunaan diksi atau istilah disesuaikan dengan pembacanya. Misalnya, media olahraga sepak bola akan menggunakan diksi atau istilah sepak bola untuk menjelaskan peristiwa yang diliputnya kepada pembacanya, yang tentu saja adalah pecinta sepak bola.

Bagi media-media yang mengambil ceruk pasar ekonomi dan bisnis, akan cenderung menulis dengan menggunakan istilah ekonomi atau bisnis tersebut karena pembacanya adalah mereka yang berkecimpung di dunia ekonomi dan bisnis. Begitu pun, bagi media-media yang mengambil ceruk pasar agama (misalnya Islam) akan cenderung menggunakan diksi atau istilah bahasa Al-Qur’an, Hadist, atau bahasa Arab secara umum, sebab pembaca atau audiensnya dari kalangan tersebut. Namun, menurut penulis, media jurnalistik di Indonesia yang relatif mempraktikkan secara besar-besaran bahasa berita yang kurang populis adalah koran *Lampu Merah* dan *Bisnis Indonesia*.

Bahasa berita koran *Lampu Merah* (sebelah kiri dalam gambar di bawah) tidak masuk dalam karakteristik bahasa populis karena menggunakan bahasa pasar, cenderung tidak etis, serta penggunaan diksi yang tidak baku. Dalam contoh di atas penggunaan diksi tidak bakunya dapat kita lihat dari kata “nge-Ho’oh”. Bahasa berita surat kabar *Bisnis Indonesia* juga tidak populis karena cenderung

menggunakan bahasa-bahasa ekonomi, yang tentu saja hanya bisa dipahami oleh orang-orang dari kalangan tertentu saja.

Bahasa Berita Tidak Populis: Koran Lampu Merah dan Bisnis Indonesia



Sumber: forum.detik.com (Lampu Merah)
Gamedia.com (Bisnis Indonesia)

Tetapi, bukan berarti bahwa Surat Kabar Lampu Merah dan Bisnis Indonesia, tidak mengindahkan kaidah berbahasa jurnalistik dalam penulisan berita mereka. Surat kabar Bisnis Indonesia secara terbuka sudah menyatakan bahwa beritanya memang dikhususkan kepada kelompok masyarakat kelas menengah ke atas. Terutama mereka yang relatif memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, seperti: akademisi, pengusaha, analis, ekonom, mahasiswa, dan lainnya. Begitu juga koran Lampu Merah telah menyatakan bahwa media mereka

diperuntukkan bagi kelompok kelas menengah ke bawah, yang relatif memiliki tingkat pendidikan rendah.

Logis

Logis adalah karakteristik bahasa Pers yang mengandung pemahaman bahwa kata, kalimat, atau paragraf dalam karya jurnalistik harus sesuai dengan akal sehat, atau tidak bertentangan dengan akal sehat (*common sense*). Dalam hal ini, wartawan harus menempatkan pembaca sebagai subjek pemberitaan, dan bukan objek pemberitaan. Maksudnya adalah pembaca harus dipandang sebagai orang-orang yang berakal sehat (berpikir waras dan logis), sehingga penyajian informasi kepada mereka harus sesuai dengan akal sehat juga.



Sumber: Detik.com

Jumat 29 Juni 2018, 17: 15 WIB

Korsel Tekuk Jerman, Amien Rais Makin Yakin Ganti Presiden

Mochamad Zhacky – detikNew

Jakarta - Ketua Dewan Kehormatan PAN Amien Rais menyebut hasil Pilkada Serentak 2018 membuka peluang ganti presiden menjadi kenyataan. Apa dasarnya?

"Jadi, kalau lihat pilkada kemarin, (orang) yang berpikir betul akan melihat bahwa ganti presiden makin terbuka," ujar Amien dalam sambutan halalbihalal keluarga besar Universitas Bung Karno (UBK), Jl Kimia, Menteng, Jakarta Pusat, Jumat (29/6/2018).

Amien berbicara mengenai fenomena kejutan di Piala Dunia dan di Pilkada 2018. Ada hal yang tak terduga, yang memutarbalikkan prediksi.

Di pilkada, ada parpol yang menurut Amien percaya diri menang, namun kenyataannya kalah. Tapi Amien tidak menyebut parpol dan pilkada yang dimaksud.

"Minggu ini kita lihat dua keajaiban. Pertama, Korea bisa menekuk Jerman 2-0, itu luar biasa. Kemudian di pilkada ada yang jemawa, tapi hasilnya sangat mengecewakan sehingga ada partai yang tinggi sekali tapi di mana-mana kalah," sambungnya.

Amien lantas kembali menyoroti pemerintahan Jokowi yang dinilai tidak lagi promasyarakat. Kondisi ini, menurutnya, harus diubah dengan presiden baru pada 2019.

"Jadi Saudara-saudara sekalian, yang penting saya ingatkan, hampir pileg dan pilpres hitungan bulan. Pak **Prabowo** dan kita semua harus bisa menawarkan demokrasi betul, bukan diskriminatif seperti sekarang ini (dengan kondisi) keadilan hukum tidak ada, kecil dikejar (yang) besar bebas," imbuh dia.

"Mudah-mudahan seperti lagu ganti presiden oleh Mas Fadli Zon, penginnnya tahun depan kita ingin punya presiden cerdas dan gagah perkasa," kata Amien.

(fdn/tor)

Sumber: Detik.com

Berita yang tidak logis dapat kita lihat pada artikel yang disajikan oleh Detik.com dengan judul “Korsel Tekuk Jerman, Amien Rais Makin Yakin Ganti Presiden”. Jika membaca isi berita di atas, judul yang ditulis oleh wartawan tidak salah. Maksudnya adalah judul tersebut sudah sesuai dengan fakta pendapat dari narasumber (Amien Rais). Meski narasumber tidak secara tersurat menyebutkan hal sebagaimana yang ditulis wartawan dalam judul berita tersebut, namun secara tersirat ucapan narasumber dapat dimaknai, sebagaimana pemaknaan wartawan tersebut. Tetap saja, wartawan memiliki kewajiban “mengobjektifikasi” segala informasi yang diterimanya sebelum disampaikan kepada masyarakat. Artinya, ada prinsip memilah dan memilih informasi (*gatekeeping process*) yang harus dijalankan dengan benar oleh wartawan sehingga informasi yang disajikannya logis.

Kelogisan kalimat berita juga dapat ditemui melalui penggunaan kata yang tidak tepat. Lihat contoh kalimat pada judul berita di bawah ini!

Paus Fransiskus dan Ribuan Jamaah Ikuti Prosesi Jalan Salib

Reporter: **Non Koresponden**
Editor: **Suci Sekarwati**

20 April 2019 13:22 WIB



Sumber: Tempo.co

Kalimat di atas menjadi tidak logis ketika wartawan menggunakan frasa “ribuan jamaah”. Dalam Kamus KBBI, istilah “jamaah” memiliki arti: 1). Kumpulan atau rombongan orang beribadah; 2). Orang banyak atau publik. Dengan demikian frasa “ribuan jamaah” mengandung arti “ribuan kumpulan orang” atau “ribuan publik”. Kalimat judul di atas memiliki makna bahwa “Paus Fransiskus dan ribuan kelompok atau publik mengikuti prosesi Jalan Salib”. Pertanyaannya, dapatkah wartawan menunjukkan kepada pembaca ribuan kelompok atau publik tersebut? Dan berapa banyak orang yang hadir jika secara berkelompok aja ada ribuan?

Ada dua penjelasan mengapa wartawan kerap menulis berita dengan judul seperti di atas. Pertama, wartawan tidak memahami makna sebuah kata secara baik; kedua, wartawan sebenarnya paham makna dari kata tersebut (misalnya, kata “jamaah” di atas), tetapi sengaja membuat judul yang mengecoh pembaca. Kedua alasan tersebut menunjukkan adanya problem dalam keterampilan berbahasa wartawan di Indonesia. Seharusnya, wartawan tidak boleh berpikir bahwa semua orang pasti tahu apa yang dia maksud dalam tulisannya. Justru sebaliknya, wartawan harus berpikir bahwa belum tentu semua orang tahu apa yang dia maksud. Wartawan adalah profesi seperti halnya seorang ilmuwan, di mana tugasnya adalah menyederhanakan sebuah realitas atau peristiwa yang kompleks dan rumit sehingga dipahami oleh masyarakat luas.

BAB 4

BAHASA DAN KARYA JURNALISTIK

A. Membedakan *News* dan *Views*

Secara umum, karya jurnalistik terdiri dari dua kelompok, yaitu *news* (berita) dan *views* (opini atau pendapat). *News* adalah karya jurnalistik yang dikemas dengan berbasis pada data dan fakta, tanpa melibatkan opini wartawan. Berkebalikan dari *news*, *views* juga karya jurnalistik tapi pada penyajiannya mencampurkan antara data dan opini wartawan, serta memungkinkan untuk ditulis pihak luar yang bukan wartawan.

B. Karya Jurnalistik *News*

Karya jurnalistik *News* terdiri atas berita (*news*) itu sendiri dan berita analisis (*news analysis*). Berita sendiri terbagi atas berita keras (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Berita adalah informasi aktual, penting, dan bernilai guna (memiliki *news value*) yang disajikan melalui media jurnalistik. Dalam definisi tersebut, terkandung beberapa kriteria penting dari suatu berita:

1. Berita adalah informasi.
2. Bersifat aktual.
3. Penting
4. Memiliki nilai guna atau kebermanfaatan bagi masyarakat.
5. Disajikan melalui media jurnalistik.

Menurut penulis, kriteria-kriteria tersebut penting ketika mendefinisikan apa itu berita. Dalam bahasa lain, upaya mendefinisikan berita harus memasukan kriteria-kriteria di atas, sehingga menjadi lengkap.

Berita adalah informasi. Berita adalah informasi, untuk memahami pernyataan tersebut, perlu diketahui apa itu informasi.

Informasi adalah segala sesuatu atau segala hal yang belum diketahui sebelumnya. Ketika sesuatu atau hal (bermakna apa saja yang disampaikan orang lain ke kita, atau kita sendiri menerimanya dari orang lain) tersebut sudah diketahui, maka kepadanya tidak layak disebut informasi. Misalnya: bagi kita orang Indonesia, maka “Indonesia ibu kotanya Jakarta”, bukan lagi sebuah informasi, karena kita sudah mengetahuinya, bahkan sebagian besar dari kita tumbuh dengan pengetahuan tersebut. Tetapi, mungkin bagi sebagian orang Amerika baru tahu bahwa “Indonesia ibu kotanya Jakarta”. Inilah yang dimaksud informasi.

Kembali ke pernyataan bahwa “Berita adalah informasi” maksudnya bahwa berita selalu mengandung sesuatu hal yang belum kita ketahui sebelumnya. Mungkin saja ada berita yang memuat sebuah peristiwa yang sudah lama terjadi (dalam jurnalistik kita menyebutnya dengan istilah *follow up news*), tetapi hampir dapat dipastikan ada informasi baru di dalamnya. Sebab, jika tidak ada informasi baru di dalamnya sudah tentu tidak akan dibaca atau ditonton oleh orang lain. Kita sering mendengar istilah seperti, basi! Merujuk pada informasi yang sudah diketahui dalam sebuah berita. Berita adalah informasi juga mengandung di dalamnya implikasi ekonomis, sebab dari perspektif ekonomi media, ia adalah produk jualan. Meski berita adalah informasi, tetapi tidak semua informasi layak menjadi berita.

Bersifat aktual. Berita bersifat aktual, artinya ada segi kebaruan dalam hal terjadinya atau informasinya. Aktual dalam berita berarti 2, yaitu peristiwa yang baru terjadi, atau peristiwa lama tetapi ada informasi (fakta baru atau keterangan baru) yang baru diperoleh.

Penting. Berita harus mengandung informasi yang penting. Artinya berita tersebut harus bersentuhan langsung dengan kebutuhan masyarakat pembaca atau pemirsa. Selain itu, ia mengandung “ketergesaan” untuk diketahui oleh pembaca atau pemirsa tersebut.

Memiliki nilai guna atau kebermanfaatan bagi masyarakat. Berita harus mengandung informasi yang dapat dimanfaatkan oleh

masyarakat pembaca bagi pengembangan pengetahuan, pematapan sikap, atau penjaga perilakunya. Dengan membaca atau menonton berita ada nilai-nilai yang diperoleh untuk dijadikan sebagai pedoman dalam hidup pembaca atau pemirsa yang mengonsumsinya.

Disajikan melalui media jurnalistik. Berita harus disajikan melalui media jurnalistik. Dalam artian, syarat informasi yang disiarkan tersebut dapat dikategorikan berita manakala disajikan melalui media jurnalistik. Media jurnalistik adalah saluran yang digunakan dalam kerja-kerja jurnalistik. Dalam konteks Indonesia, maka media jurnalistik yang dimaksud harus memedomani ketentuan yang termaktub dalam Undang-Undang Pokok Pers No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Beberapa persyaratan mutlak yang ada dalam ketentuan tersebut agar sebuah media informasi dikategorikan sebagai media jurnalistik, yaitu:

1. Memiliki badan hukum.
2. Menyatakan secara terbuka apakah surat kabar, majalah, televisi, radio, atau media *online*.
3. Implikasi dari poin ke-2 di atas adalah bahwa media jurnalistik bersifat periodik; wajib saji per jam, harian, atau mingguan.
4. Mempublikasikan kepada umum di dalam medianya, informasi tentang dewan redaksinya.
5. Memiliki awak yang melakukan kerja-kerja mulai dari mencari, mengumpulkan, mengolah, mengedit, dan menyampaikan informasi kepada publik.

Penjelasan bahwa berita haruslah disajikan melalui media jurnalistik menjadi penting agar tidak timbul kerancuan pemahaman yang berakibat pada penyamarataan segala informasi yang disajikan oleh media (media apa saja, seperti media sosial, website, *banner*, dan sebagainya) sebagai berita. Dalam studi jurnalistik, upaya mendefinisikan berita harus dibatasi secara ketat, sehingga menghindarkan juga dari pemahaman bahwa informasi yang disajikan melalui "*infotainment*" itu adalah berita. Misalnya saja informasi yang disampaikan melalui program Hot Shot (GlobalTV), Silet (RCTI), Insert (Trans), dan sebagainya. Program-program yang tersebut di atas juga

menggunakan istilah “*infotainment*”, akronim frasa informasi-*entertaint* (hiburan). Artinya, pihak televisi pun mengakui bahwa program-program tersebut bukan “program berita”, tetapi program informasi hiburan.

Berita Analisis

Karya jurnalistik yang berada dalam kelompok *News*, selain ada format *straight news* juga ada berita analisis (*news analysis*). *Straight news* atau berita langsung merupakan laporan tercepat dari sebuah peristiwa yang terjadi di masyarakat (Baksin, 2006: 83). Tentu saja, konsep tercepat di sini berbeda-beda untuk setiap media pemberitaannya, sesuai dengan karakteristik masing-masing. Untuk media cetak, makna “tercepat” yaitu bersifat harian, untuk media televisi bersifat jam, sedangkan media *online* bersifat menit (atau bahkan *real time*).

Berita analisis (*news analysis*) adalah jenis berita yang menggabungkan antara fakta-fakta objek dari peristiwa, kemudian dianalisis lebih lanjut oleh wartawan atau redaksi. Dengan kata lain, *news analysis* berupa kajian atau ulasan media tentang fakta dari suatu peristiwa.

Ciri-ciri:

1. Ditulis atau dilaporkan oleh wartawan, juga kolumnis
1. Wartawan: tujuannya berupaya mengungkap lebih dalam rahasia dibalik berita (*behind or beyond the news*).
2. Kolumnis: tujuannya menanggapi sebuah berita atau melakukan analisis murni terhadap isu yang muncul di media.
2. Menekankan penelusuran lebih jauh pada unsur “apa” dan “bagaimana”.
3. Ada sudut pandang baru dari berita/isu yang dimuat media yang dianalisis: konten, penggunaan bahasa, sudut pandang, dll.

- Contoh berita analisis di media cetak

Menggantungkan Harapan pada Pemuda

Komitmen satu tanah air, satu bangsa, dan satu bahasa yang dilkarkan dalam Kongres Pemuda II di Jakarta, 91 tahun lalu, tetap bergema hingga saat ini. Publik optimistis dengan kiprah pemuda dalam menjaga dan memajukan bangsa.

Citra Postif Pemuda

Jika melihat sejarah, para pendiri bangsa Indonesia merupakan tabula rasa pemuda di zaman, Soekarno dan Hatta, misalnya, sejak belia telah terjun di dunia pergerakan politik. Sekelompok mudi di kelas di dunia politik sewaktu aktif di organisasi pemuda Tri Koro Dharmo tahun 1915 atau saat itu bernama sekitar 14 tahun. Tri Koro Dharmo belakangan berubah menjadi Jong Jawa.

Hal senada juga terlihat dari para pemuda yang mengorganisir Sumpah Pemuda dalam Kongres Pemuda II, 28 Oktober 1928, seperti M. Yamin yang mewakili organisasi pemuda Jong Sumatranas Bond, Amir Spahidun dari Jong Batak Bond, Soeban Lelenta mewakili Jong Ambon, dan WR Supratman pencipta lagu kebangsaan "Indonesia Raya". Sebagian besar dari mereka kemudian tercatat punya peran penting dalam perjalanan awal bangsa Indonesia.

Saat ini, kiprah anak muda juga banyak terlihat di berbagai bidang. Di rumah kelurahan, 16 persen dari 575 anggota DPRP 2019-2024 berusia di bawah 40 tahun. Meski konstitusi tidak kemampuan mereka dalam menyetujui aspirasi rakyat masih perlu dilihat lebih jauh, namun para anak muda ini sudah terlihat dalam politik dan terlibat dalam persoalan bangsa saat ini.

Di rumah sekolah, Presiden Joko Widodo memilih beberapa menteri yang berusia 40-50 tahun. Tahun ini, menteri muda di Kabinet Indonesia Maju berusia 35 tahun, yaitu Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim. Presiden juga mengumumkan Anggota Herlianto Thohir yang berusia 32 tahun untuk menjadi Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Meski usia muda bukan jaminan kesuksesan, pilihan terhadap kaum muda bukan tanpa alasan. Karakter anak muda yang identik dengan perubahan, kreatif, dan berani beraksi di luar yang berlaku umum menciptakan harapan banyak.

Publik terkait keharifan mereka bag masa depan bangsa. Lantas, bagaimana harapan publik saat ini terhadap kiprah anak muda sebagai generasi penerus bangsa?

Tumpuan bangsa

Hasil jajak pendapat Kompas menunjukkan, citra positif pemuda di mata publik termasuk jika pada tahun 2015 ada 66,4 persen publik yang menilai positif citra pemuda, di tahun 2018 penilaian positif itu naik menjadi 83,7 persen dan kemudian 86 persen pada tahun ini.

Selain menilai positif citra pemuda, publik juga punya optimisme tinggi terhadap kemampuan pemuda dalam menyelesaikan persoalan bangsa. Misalnya, 84 persen responden (83 persen) meyakini, pemuda Indonesia mampu menjaga ke-

Pandangan terhadap beberapa kondisi bangsa saat ini berdasarkan kelompok pemuda dan nonpemuda

Kategori	Pemuda	Nonpemuda
Sikap saling menghargai dan menghormati antaragama	38,5% (Sangat baik)	33% (Sangat baik)
Sikap tolong-mengolong dan gotong royong di masyarakat	45% (Sangat baik)	22% (Sangat baik)
Sikap saat terhadap hukum dan perundang-undangan	29,5% (Sangat baik)	11% (Sangat baik)
Sikap cinta terhadap produk-produk dalam negeri	45,9% (Sangat baik)	11,8% (Sangat baik)
Sikap cinta terhadap bahasa Indonesia	51,9% (Sangat baik)	11,8% (Sangat baik)
Sikap suka kerja keras dan menghindari jalan pintas	43,2% (Sangat baik)	12,9% (Sangat baik)
Sikap cinta terhadap lingkungan hidup dan hijau	53,8% (Sangat baik)	29,7% (Sangat baik)

Persepsi Pemuda

Persepsi pemuda terhadap kondisi bangsa saat ini berdasarkan kelompok pemuda dan nonpemuda

Kategori	Pemuda	Nonpemuda
Sikap saling menghargai dan menghormati antaragama	38,5% (Sangat baik)	33% (Sangat baik)
Sikap tolong-mengolong dan gotong royong di masyarakat	45% (Sangat baik)	22% (Sangat baik)
Sikap saat terhadap hukum dan perundang-undangan	29,5% (Sangat baik)	11% (Sangat baik)
Sikap cinta terhadap produk-produk dalam negeri	45,9% (Sangat baik)	11,8% (Sangat baik)
Sikap cinta terhadap bahasa Indonesia	51,9% (Sangat baik)	11,8% (Sangat baik)
Sikap suka kerja keras dan menghindari jalan pintas	43,2% (Sangat baik)	12,9% (Sangat baik)
Sikap cinta terhadap lingkungan hidup dan hijau	53,8% (Sangat baik)	29,7% (Sangat baik)

Jajak Pendapat Kompas

Tempat korlatif positif antara tingkat pendidikan responden dan keyakinan mereka terhadap kemampuan pemuda dalam menjaga keragaman budaya dan mempertahankan Pancasila sebagai ideologi bangsa. Semakin tinggi tingkat pendidikan responden, semakin tinggi pula keyakinan mereka.

Pemuda melihat dirinya

Pemuda, menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, adalah warga negara Indonesia yang berusia 16-30 tahun. Dari hasil jajak Kompas terungkap, hampir semua responden yang berusia muda (16-30 tahun) bangga menjadi warga negara Indonesia.

Berbagai persoalan bangsa, seperti di bidang sosial, politik, dan budaya, yang membuat wajah Indonesia semakin penuh dengan hal-hal seperti korupsi, kerusuhan, teror, kemiskinan, bencana alam, dan bencana yang banyak, ternyata tidak menyurutkan rasa bangga pemuda sebagai warga negara.

Selain bangga sebagai warga negara Indonesia, responden muda ini juga punya optimisme dalam menilai diri dan generasinya. Responden berusia muda yang punya sikap optimistis le-

ISUZU

Sumber: *Harian Kompas* (Senin, 28 Oktober 2019)

- Contoh berita analisis di media *online*

f
🐦
@
G+
📡

NEWS
Tuesday, 22 Rajab 1441 / 17 March 2020

Q

[HOME](#)
[POLITIK](#)
[HUKUM](#)
[PENDIDIKAN](#)
[JABODETABEK](#)
[NEWS ANALYSIS](#)
[UMM](#)
[UBSI](#)
[TELKO HIGHLIGHT](#)

Home > News > Nasional

Perjuangan Berat Melawan Corona di Italia

Selasa 17 Mar 2020 14:08 WIB
Red: Indira Rezkisari



Petugas mengusung peti jenazah di pemakaman Bergamo di Italia Utara, Senin (16/3). Bergamo adalah salah satu yang paling terdampak virus corona di Italia.
Foto: Claudio Furlan/LaPresse via AP

REPUBLICA.CO.ID, oleh **Idealisa Masyrafina, Febryan A, Indira Rezkisari**

Italia utara dikenal sebagai kawasan dengan salah satu sistem perawatan kesehatan universal yang paling efisien di dunia. Namun demi efisiensi dalam perawatan Covid-19, dokter-dokter di wilayah ini harus mengambil keputusan paling sulit.

Para dokter Italia mengatakan begitu banyak pasien Covid-19 lansia muncul dengan masalah pernapasan. Tapi tenaga medis tidak dapat mengambil risiko pada pasien yang memiliki sedikit harapan untuk sembuh.

Sumber: Republika.co.id

Republika.co.id menyajikan berbagai peristiwa dalam format *news analysis*. Dalam gambar di atas, disajikan potongan *news analysis* berjudul “Perjuangan Berat Melawan Corona di Italia”. Sajian lengkap dari *news analysis* di atas, dapat dilihat pada lampiran buku ini.

- Contoh *news analysis* di media televisi

Dalam media televisi, berita analisis hadir dalam berbagai varian format, seperti *indepth*, *comentary*, atau *talkshow*, dan lainnya. Sebab, program-program tersebut biasanya bertitik tolak dari peristiwa yang sudah disampaikan pada *straight news* atau *hard news*. Program “Aiman” di Kompas TV adalah salah satu program yang dapat dikategorikan sebagai *news analysis*. Selain menyajikan paparan tentang peristiwa aktual dengan menampilkan sudut pandang baru. Informasi yang digali juga dieksplorasi secara mendalam terutama dalam aspek “kenapa” dan “bagaimana”-nya. Aiman Wicaksono dalam program tersebut tidak hanya bertindak sebagai jurnalis, dia juga sebagai *host*, *interviewer*, dan memiliki sudut pandang pribadi dalam menjelaskan peristiwa yang diliputnya.



Sumber: tangkapan layar dari saluran Youtube Kompas TV

C. Karya Jurnalistik Views

Views adalah ragam karya jurnalistik yang memasukan pandangan atau opini pribadi wartawan atau redaksi di dalamnya. Dikatakan berbagai karena *views* itu sendiri mencakup berbagai ragam karya. Dalam hal ini, opini atau pendapat adalah pernyataan terhadap suatu isu yang berkembang

Cirinya:

- Buah pikiran, ide, atau gagasan mengenai suatu isu.
- Tidak terikat waktu.
- Memberi penjelasan atau menghibur.

Ada berbagai macam karya jurnalistik yang tergolong ke dalam *views*, di antaranya: *feature*, artikel, resensi, kolom, pojok, karikatur tajuk rencana atau editorial, dan surat pembaca.

1. *Feature*

Feature adalah jenis karya jurnalistik yang dikemas dengan gaya bahasa yang sastra dengan uraian fakta, dan bersifat informatif serta menghibur.

Ciri-ciri:

- 1) Lengkap: memadukan antara fakta-fakta dari suatu peristiwa dengan jalan pikiran penulis (pendahuluan, rincian/uraian, kesimpulan).
- 2) Tidak cepat basi; bisa mengangkat isu-isu yang telah lewat menjadi aktual kembali.
- 3) Non-fiksi
- 4) Mengandung human *interest*, atau sastra.

Feature sendiri memiliki berbagai jenis, seperti: *feature* minat instansi (*human interest feature*), *feature* sejarah (*hystorical feature*), *feature* biografi (*biografical feature*), *feature* perjalanan (*travelogue feature*), *feature* yang mengajarkan keahlian (*how to do feature*), dan *feature* ilmiah (*scientific feature*).

- Contoh *feature* di media cetak



Sumber: *Harian Kompas* (Senin, 23 April 2019)

- Contoh *feature* di media online



Sumber: *laraspостonline.com* (artikel lengkap, lihat lampiran)

- Contoh *feature* di media televisi
Program “Jurnal Ekstra” di stasiun televisi Berita Satu, merupakan salah satu format *feature*. Seperti penjelasan mereka di dalam situs beritasatu.tv, program Jurnal Ekstra berformat berita *feature* yang memiliki durasi tayang selama 1,5 menit. Program ini mengangkat berbagai informasi menarik dari aspek seni, budaya, wisata, olahraga, teknologi hingga kuliner. Berikut disajikan salah satu episode dalam program *Jurnal Ekstra*, dengan judul “Indonesia Dance Teater”.



Sumber: tangkapan layar dari saluran Youtube Rolando Sambuaga

2. Artikel

Artikel adalah karya jurnalistik yang menampilkan analisis mendalam dari penulisnya, dengan menghadirkan sejumlah fakta, terhadap suatu isu atau pemikiran tertentu. Ciri-ciri artikel, antara lain:

- 1) Berisi uraian fakta dan data yang dibumbui dengan sudut pandang penulis, mengenai suatu isu atau fenomena tertentu.

- 2) Biasanya berisi kritikan terhadap kondisi sosial atau perilaku kekuasaan
- 3) Ditulis oleh orang yang ahli atau menguasai bidang tertentu.
- 4) Mencantumkan nama lengkap dan latar belakang profesi atau keahliannya.

Contoh artikel di media cetak

Benarkah Pers Sudah Merdeka? (1)

LIMA belas tahun sudah pers Indonesia memunculkan kemerdekaan berkebangsaan, setelah selama seabad bergulat dalam perjuangan. Insula dari masa penjajahan Belanda, sampai penjajahan Jepang, serta masa Orde Lama sampai Orde Baru. Selama itu Pers, melalui para pemimpinnya, berjuang untuk kemerdekaan Indonesia.

Momentum tersebut semakin diukuhkan dengan kelahiran LPI No. 32 Tahun 2004 tentang Penyelenggaraan LPI No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Komunikasi Elektronik (ITEK) dan LPI No. 14 Tahun 2008 tentang Kebebasan Informasi Publik (KIP).

Sayangnya, kemerdekaan pers yang terjadi saat ini, cenderung masih sebatas pada level institusional semata, sedangkan kemerdekaan wartawan yang merupakan salah satu elemen penting pers, seolah masih merupakan jargon semata. Kemerdekaan pers merupakan pada keseluruhan dalam kemerdekaan pers.

Dengan hanya berlandaskan Pasal 96(5) UUD 1945, serorang bisa menuntut pers untuk menjadi sebuah Tak ada yang harus diubah agar media baru "bukan jargon di atas kertas". Kemerdekaan media baru akan terwujud jika ada regulasi yang melindungi kebebasan pers.

Salah satu elemen penting pers yang merupakan salah satu elemen penting pers, adalah wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.

Salah satu elemen penting pers yang merupakan salah satu elemen penting pers, adalah wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.



Husein Mury

...sudah kita peroleh. Setelah melalui perjuangan yang panjang, kita telah mencapai kemerdekaan pers yang sesungguhnya. Namun, kemerdekaan pers yang sesungguhnya adalah kemerdekaan wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.

Salah satu elemen penting pers yang merupakan salah satu elemen penting pers, adalah wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.

Benarkah Pers Sudah Merdeka? (2-Habis)

...sudah kita peroleh. Setelah melalui perjuangan yang panjang, kita telah mencapai kemerdekaan pers yang sesungguhnya. Namun, kemerdekaan pers yang sesungguhnya adalah kemerdekaan wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.

Salah satu elemen penting pers yang merupakan salah satu elemen penting pers, adalah wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.



Husein Mury

...sudah kita peroleh. Setelah melalui perjuangan yang panjang, kita telah mencapai kemerdekaan pers yang sesungguhnya. Namun, kemerdekaan pers yang sesungguhnya adalah kemerdekaan wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.

Salah satu elemen penting pers yang merupakan salah satu elemen penting pers, adalah wartawan. Kemerdekaan wartawan merupakan salah satu elemen penting pers.

Pengantar dan Karyawannya

RADAR BEKASI
mengucapkan

TURUT BERDUKA CITA
Atas Meninggalnya

H. Muntako bin H. Sarbini

Lahir : 08 Agustus 1944
Wafat : 09 September 2014

Semoga Amal dan Ibadah di terima di sisi Allah SWT

Sumber: Surat Kabar Radar Bekasi

Contoh artikel di media *online*

HOME > KOLOM >

Rahasia Corona

 **Putu Setia**
Jurnalis.

Sabtu, 14 Maret 2020 07:30 WIB



Pengawasan Bandara Soekarno-Hatta merupakan salah satu upaya meminimalisasi risiko penyebaran Corona ke Indonesia

Putu Setia
@mpujaysprema

Juventus, klub bola kaya di Italia, mengumumkan salah satu pemainnya, Daniele Rugani, positif terkena virus corona. Aktor Tom Hanks dan istrinya menyatakan secara terbuka bahwa mereka positif corona di Australia. Wakil Presiden Iran Masoumeh Ebtekar juga didiagnosis positif terinfeksi virus corona.

Ini bukan aib. Keterbukaan itu membuat masyarakat lebih waspada. Penggemar bola, penggemar Hanks, dan para pejabat di Iran harus menjaga jarak dengan mereka yang terinfeksi.

Di Indonesia semuanya dirahasiakan. Nama pasien tak boleh diungkapkan, bahkan alamat rumahnya, termasuk di mana dirawat. Konon itu adalah etika kedokteran. Maka, untuk menyebutkan identitas mereka, dibuatlah kode berdasarkan nomor urut pasien yang positif corona. Disebut pasien Kasus 1, Kasus 2, dan seterusnya.

Bahwa pasien Kasus 1 dan Kasus 2 diketahui berasal dari Depok, itu termasuk "kecelakaan komunikasi". Pemerintah Kota Depok mengumumkannya dengan niat baik supaya orang waspada saat pergi ke tempat itu, siapa tahu virus masih gelayangan di sana. Begitu pula keberadaan rumah sakit. Saat mencapai Kasus 17, RSPI Siliwangi Saroso mengumumkan ada sembilan pasien positif corona yang dirawat di sana. Kemudian RS Persahabatan menyebutkan menampung dua pasien. Lalu sisanya di mana? Masyarakat bertanya-tanya.

Ketika pasien sampai hitungan Kasus 29, juru bicara khusus pemerintah soal virus corona, Achmad Yurianto, mengumumkan pasien Kasus 25 meninggal dunia. Dia merupakan warga negara asing asal Inggris. Meninggal di mana? Tidak disebutkan awalnya. Sampai suatu saat Sekda Pemda Bali Dewa Made Indra, selaku Ketua Satuan Tugas Penanggulangan Covid-19 Provinsi Bali, memberikan keterangan pers bahwa ada WNA asal Inggris berusia 53 tahun yang meninggal di RSUP Sanglah dalam status "pengawasan" dari virus corona. Apakah WNA yang meninggal ini sama dengan pasien Kasus 25? Ternyata itulah yang dimaksudkan. Sejumlah orang kaget, ternyata ada pasien corona di rumah sakit di Bali. Yang lebih mengagetkan, Pemda Bali baru tahu kalau WNA yang meninggal itu positif virus corona. Karena itu, jenazah dipertakikan khusus dan langsung dikremasi siang harinya. Ini merupakan korban pertama di Indonesia.

Kerahasiaan menangani pasien corona berakibat serius. Meski diumumkan bahwa kematian perempuan itu karena penyakit lain, virus corona positif di tubuhnya. Lalu kenapa saat masuk ke Bali, sepuluh hari sebelum kematian, tidak terdeteksi di Bandara Ngurah Rai? Lantas ke mana saja dia gelayangan sebelum masuk rumah sakit? Pertanyaan besarnya, siapa saja yang melakukan kontak dekat dengan perempuan itu? Dinas Kesehatan Bali berhasil melacak 21 orang yang melakukan kontak dengan perempuan itu. Mereka sebatas petugas di bandara, karyawan hotel tempat menginap, dan perawat di rumah sakit. Mereka kemudian diisolasi di rumah masing-masing. Mungkin masih ada kontak-kontak yang lain, tapi bagaimana mencari informasinya karena perempuan itu sudah dikremasi? Tak mungkin pula masyarakat disuruh melapor kalau pernah kontak dengan perempuan itu. Banyak sekali turis cewek yang keluyuran di Bali. Bagaimana masyarakat mengingat satu per satu?

Kita sangat berharap masuk lewat doavirus corona ini segera berakhir. Yang lebih penting, kita memperbaiki cara berkomunikasi. Kalau etika kedokteran menyebutkan pasien harus dilindungi identitasnya, apa semua hal harus dirahasiakan? Apakah antar-pejabat juga saling merahasiakan? Apa gubernur tak boleh tahu ada pasien positif corona dirawat di daerahnya? Jika komunikasi baik, tak selalu keterbukaan membuat orang panik.

Sumber: Tempo.co

Contoh artikel di media televisi

Pada televisi, memang tidak ada program khusus yang fokus menyajikan artikel. Tetapi beberapa program *news* dengan format *talkshow*, dapat dikategorikan sebagai karya jurnalistik “artikel”. Program-program *talkshow* di televisi biasanya menghadirkan berbagai narasumber yang ahli atau relevan dengan isu atau peristiwa hangat yang sedang menjadi sorotan publik, kemudian memaparkan pandangan atau analisis mereka. Program *talkshow* tersebut, antara lain:

- Kompas TV : Sapa Indonesia, Satu Meja, Dua Arah, Rosi.
- Metro TV : Prime Time, Prime Talk, Opasi, Economic Challenges
- Berita Satu TV : Prime Talk, Lunch Talk, Prime Time Talk, Money Report
- TV One : ILC, AKI, Dua Sisi, Indonesia Business Forum



Sumber: Tangkapan layar Youtube Kompas TV



Sumber: Tangkapan layar Youtube Metro TV



Sumber: Tangkapan layar Youtube Berita Satu



Sumber: Tangkapan layar Youtube TV One

3. Resensi


Resensi adalah bentuk karya jurnalistik yang memuat tentang ringkasan disertai kajian kritis terhadap sebuah film, buku, atau novel, yang sedang atau akan beredar di masyarakat.

Contoh resensi di media cetak



Sumber: Kompas
(Rabu, 27 Nov. 2019)

Contoh resensi di media online

<p>Judul : The Jacatra Secret : Misteri Simbol Satanic di Jakarta</p> <p>Penulis : Rizky Ridyasmara</p> <p>Penerbit : Bentang Pustaka</p> <p>Tahun : 2018</p> <p>Tebal : x+430 halaman</p>	 <p>Kedua, Sejarah perkembangan Jakarta baik melalui gedung-gedung kuno maupun bangunan setelah kemerdekaan. Ketiga, kritik sosial berdasarkan kondisi Indonesia kontemporer.</p> <p>Novel ini menceritakan tentang pembunuhan seorang pejabat pemerintah Indonesia yang dibunuh secara misterius oleh salah seorang anggota Freemason tingkat bawah-bisa saya katakan begitu- karena telah mengkhianati persaudaraan dalam hal ini Freemason yang dibahas sepanjang novel ini. Pembunuhan ini akhirnya mau tidak mau harus diungkap oleh Doktor John Grant seorang simbolog dari Amerika Serikat.</p> <p>Pemeran utama dari novel ini saja sudah bisa ditebak apa yang harus diungkap. Betul novel ini sepanjang alurnya membahas simbol yang banyak tersebar di penjuru Jakarta. Menarik untuk disimak betapa simbol yang dibahas memiliki makna yang sangat dalam bagi suatu perkumpulan atau organisasi terlebih Freemason yang kerahasiannya terjaga hingga kini.</p> <p>Simbol merupakan sesuatu yang penting bukan hanya bagi Freemason, tetapi modern ini setiap organisasi khususnya di Indonesia memiliki simbol yang memiliki makna berbeda sesuai kultur organisasi dan tujuan organisasi itu sendiri. Menurut Kasdin Sihotang (2018) simbol bisa dikaitkan juga dengan Bahasa.</p>
<p>Pertama kali melihat novel ini dan melihat sinopsisnya penulis sudah berangan-angan kira-kira akan seperti apa alur ceritanya yang akan disajikan melalui novel ini. Penulis memiliki ekspektasi awal dengan menulis novel dengan tema sejarah khususnya sejarah Kota Jakarta akan memberikan atmosfer yang berbeda karena berlatar belakang tempat yang sesungguhnya.</p> <p>Sangat disayangkan ekspektasi sebelumnya harus sedikit menurun karena merasa novel ini ada kemiripan dengan novel yang pernah dibaca sebelumnya. Ya novel ini memiliki kemiripan dengan novel The Da Vinci Code yang ditulis oleh Dan Brown.</p> <p>Novel ini memiliki kemiripan yang sangat besar terhadap novel tersebut terutama dari alur cerita dan simbol Freemason yang menjadi fokus dari novel ini. Bagi yang sudah membaca novel Dan Brown tersebut pasti sudah bisa menebak sebagian besar alur ceritanya.</p> <p>Di luar alur cerita yang sangat mirip itu setidaknya masih ada hal yang menarik perhatian pembaca terhadap novel yang sudah memiliki dua edisi hingga hari ini.</p> <p>Yang menarik perhatian penulis setidaknya ada tiga sorotan yang akan coba dibahas satu persatu, yaitu : Pertama, simbol-simbol Freemason yang tersebar di wilayah Jakarta dan kota besar lain di Indonesia.</p>	<p>Simbol merupakan sesuatu yang penting bukan hanya bagi Freemason, tetapi modern ini setiap organisasi khususnya di Indonesia memiliki simbol yang memiliki makna berbeda sesuai kultur organisasi dan tujuan organisasi itu sendiri. Menurut Kasdin Sihotang (2018) simbol bisa dikaitkan juga dengan Bahasa.</p> <p>Bahasa yang merupakan produk suatu kebudayaan digunakan untuk berkomunikasi dengan kelompok atau makhluk lain untuk mengungkapkan perasaan, keinginan atau pengertiannya. Simbol yang digunakan bahkan sangat banyak oleh Freemason ini diantaranya adalah jam pasir, mata satu, kompas, bintang daud, dan sebagainya serta memiliki beragam makna yang berbeda. (Kumparan, 25 Agustus 2018).</p> <p>Freemason atau Freemasonry merupakan organisasi rahasia yang terkait dengan suatu tarikat atau ajaran ritual yang tidak boleh dijelaskan kepada orang luar, namun mengandung nilai humanisme ketimbang nilai religius tradisional.</p>

Sumber: Viva.co.id (Selasa, 14 Januari 2020)

Contoh resensi berbagai film dalam Program Net.24 di Net TV



Sumber: Tangkapan layar dari Youtube Official Net News.

Ciri-ciri resensi, antara lain:

1. Berupa ulasan ringkas atau sinopsis.
2. Yang melakukan resensi bisa wartawan atau redaksi, bisa juga penulis luar.
3. Pada media televisi, biasanya muncul di bagian akhir tayangan program berita.
4. Kolom

Kolom adalah karya jurnalistik yang berisi pandangan seorang ahli terhadap suatu peristiwa, yang diuraikan secara sistematis dan mendalam. Orang yang menulis kolom disebut sebagai kolumnis.

Contoh kolom di media cetak

Bangsa Cerdas

SOPIR taksi di Singapura secara spontan menyampaikan kekagumannya kepada rakyat Indonesia yang mampu melaksanakan pemilihan umum secara damai. Hanya, dia tidak bisa menahan rasa tawa membaca berita tentang salah seorang calon presiden yang mengumumkan sendiri kemenangannya.

Para elite sekarang memang sedang menjadi bahan tertawaan. Berbagai kelompok masyarakat membuat parodi tentang adanya sekelompok orang yang berbaris dan dengan sikap sempurna memberikan hormat sambil mengucapkan: "Siap... Presiden." Setelah itu mereka bersalaman dengan 'sang presiden'.

Memang ironis ketika masyarakat mampu menunjukkan kedewasaannya, justru para elite menunjukkan kekerdilannya. Inilah yang sejak dulu dikawatirkan oleh Bung Hatta. Ketika kita sedang dihadapkan kepada tantangan besar, justru yang muncul ialah pemimpin-pemimpin yang berpikiran kerdil.

Tentu kita berharap para elite segera sadar dan mau memperbaiki diri. Janganlah mau terus menjadi bahan tertawaan rakyat. Apalagi kemudian menjadi olok-olok masyarakat dunia. Sikap ambisius membuat para elite jadi kehilangan akal sehat.

Kita percaya dengan berjalannya waktu, akal sehat akan kembali lebih mengemuka. Kita percaya, semua persoalan pemilu akan berakhir dengan baik. Para elite pasti paham politik ialah 'the art of the possible'.

Pengalaman Pemilu 2014 bisa menjadi rujukan. Ketika itu calon presiden yang sama tidak mau mengakui hasil hitung cepat dan penghitungan riil. Sama dengan kejadian lima tahun lalu, ia pun mendeklarasikan kemenangan.

Namun, ketika Komisi Pemilihan Umum mengumumkan secara resmi, ia pun tidak bisa berbuat apa-apa kecuali membawa keberatannya ke Mahkamah Konstitusi. Ketika MK memutuskan bahwa tuduhan kecurangan tidak terbukti, kedua kontestan berpelukan dan melanjutkan tanggung jawab masing-masing membangun Indonesia.

Kita jangan berlama-lama membuang energi. Kita harus segera berkegas membangun negara

mengingat, tujuan berbangsa dan bernegara bukanlah untuk rebutan jabatan, melainkan menciptakan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Ketika para elite hanya ribut jabatan, yang akan menjadi korban ialah rakyat banyak. Tidak mungkin ada investasi yang akan masuk apabila tidak ada stabilitas politik. Tanpa ada investasi tidak mungkin akan tercipta kesempatan kerja dan tanpa ada lapangan kerja tidak mungkin ada perbaikan kehidupan masyarakat.

Jangan lupa, ketika tidak ada bisnis di Indonesia, yang akhirnya merasakan akibatnya ialah para elite juga. Mereka tidak mungkin bisa menjalankan agendanya apabila tidak ditopang oleh dana yang mencukupi.

Bahwa demokrasi bukan sistem yang sempurna, sejak dulu sudah kita ketahui. Demokrasi hanyalah *the second worst*, tetapi tetap yang terbaik dibandingkan sistem politik yang lain dalam menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat.

Atas dasar itulah, kita harus mengelola demokrasi dengan cerdas. Para elite harus memberikan contoh yang baik, bukan sebaliknya. Kalau kemudian yang ditonjolkan ialah sikap untuk menang sendiri, yang kita dapatkan bukan kemajuan, melainkan sebaliknya, kemunduran.

Data yang dirilis AC Nielsen menunjukkan, pembangunan ekonomi yang kita lakukan berada dalam arah yang benar. Pertumbuhan ekonomi sebesar 5% dalam tiga tahun terakhir itu dikontribusi oleh investasi sebesar 6,9% dan konsumsi sekitar 5%. Sepanjang 2019 ini arus modal yang masuk ke Indonesia mencapai Rp85 triliun.

Atas dasar itu ahli ekonomi Kaden Pardede berharap, pemerintah lebih berani bekerja dan mengambil keputusan. Ketika kelak sudah ditetapkan sebagai presiden terpilih pada 22 Mei, Presiden Joko Widodo tidak perlu menunggu pelantikan, untuk mempercepat pembangunan ekonomi.

Kita harus sadar bahwa kita berlomba dengan waktu. Dalam 25 tahun ke depan bonus demografi akan berakhir dan kita akan masuk ke dalam kelompok negara yang berumur. Kita tidak boleh menjadi bangsa yang 'tua sebelum kaya'. Un-

Suryopratomo
Dewan Redaksi Media Group

Sumber: *Harian Media Indonesia* (Rabu, 24 April 2019)

Contoh kolom di media online

DetikNews | Kolom

Kolom

Ancaman DBD di Tengah Wabah Corona

By Wikan Indriarto - DetikNews

10/10/2020 17:46

Clemente
3438



Foto: iStockPhoto

Jakarta - Saat pandemi Covid-19 yang menakutkan, sebenarnya Aka juga ancaman oleh KLB (Kejadian Luar Biasa) Demam Berdarah Dengue (DBD). DBD –selanjutnya disebut dengue– adalah penyakit infeksi virus yang ditularkan oleh gigitan nyamuk *Aedes aegypti*. Nyamuk ini juga mendatangkan chikungunya, demam kuning, dan Zika.

Kejadian dengue telah meningkat secara dramatis di seluruh dunia dalam beberapa dekade terakhir. Sebagian besar kasus dengue tidak diketahui pasti dan banyak kasus justru salah diklasifikasi. Perkiraan global menunjukkan 390 juta infeksi dengue per tahun, di mana 90 juta bermakna fatal secara klinis, dengan tingkat keparahan penyakit bervariasi, dari ringan sampai berat.

Prevalensi dengue global diperkirakan 3,8 miliar orang, dan warga di 128 negara terkena infeksi virus dengue.

Dengue berat pertama kali dikenal pada era 1950-an, dalam epidemi di Filipina dan Thailand. Saat ini dengue telah menyebar dengan cepat ke semua wilayah global dalam beberapa tahun terakhir. Dengue berat mempengaruhi sebagian besar negara di Asia dan Amerika Latin, bahkan telah menjadi penyebab utama rawat inap di RS dan juga kematian pada pasien anak dan dewasa.

Jumlah kasus dengue yang dilaporkan meningkat dari 2,2 juta pada 2010 menjadi lebih dari 3,34 juta pada 2016. Sebelum 1970 hanya terdapat 9 negara yang mengalami epidemi dengue berat. Namun demikian, dengue sekarang endemik di lebih dari 100 negara di Afrika, Amerika, Mediterania Timur, Asia Tenggara dan Pasifik Barat, dengan Wilayah Amerika, Asia Tenggara dan Pasifik Barat paling parah terkena dampaknya.

Pada 2015 terdapat 2,35 juta kasus dengue yang dilaporkan di Amerika saja, di mana 10.200 kasus didiagnosis menderita dengue berat yang menyebabkan 1.181 kematian. Kasus di seluruh Amerika, Asia Tenggara, dan Pasifik Barat melebihi 1,2 juta pada 2008 dan lebih dari 3,34 juta pada 2016.

Tidak hanya jumlah kasus yang meningkat saat dengue menyebar ke banyak daerah baru, tetapi wabah eksplosif justru sedang terjadi. Ancaman kemungkinan wabah dengue selanjut ada di Eropa karena penularan lokal dilaporkan terjadi untuk pertama kali di Prancis dan Kroasia pada 2010 dan kasus impor terdeteksi di 3 negara Eropa lainnya.

Pada 2012, wabah dengue terjadi di Pulau Madeira dalam teritorial Portugal, mengakibatkan lebih dari 2.000 kasus. Selanjutnya kasus dengue impor terdeteksi di daratan Portugal dan 10 negara lainnya di Eropa. Di antara para pelancong Eropa yang kembali dari negara berpenyakit dengue dan menenggang dengue adalah penyebab demam bersekar kedua setelah malaria.

Setelah penurunan jumlah kasus dengue pada periode 2017-18, terjadi peningkatan tajam pada awal 2019. Di Pasifik Barat, peningkatan kasus dengue terjadi di Australia, Kamboja, Cina, Laos, Malaysia, Filipina, Singapura, Vietnam, dan Kaledonia Baru oleh virus Den-2 dan Den-1 di Polinesia Prancis. Wabah dengue juga terjadi di Kongo, Pantai Gading, dan Tanzania di Afrika.

Beberapa negara di Amerika juga telah mengamati peningkatan jumlah kasus pada 2019, diperkirakan 500.000 orang dengan dengue berat bahkan memerlukan rawat inap di RS setiap tahun, dengan perikatan 2,6% kasus kematian. Namun demikian, banyak negara telah mengurangi tingkat fatalitas kasus dengue menjadi kurang dari 1% dan secara global terjadi 26% penurunan kematian telah terjadi antara 2010 dan 2016.

Dengue harus diungai ketika terjadi demam tinggi, dapat mencapai 40 derajat Celsius, disertai dengan gejala berikut: sakit kepala parah, nyeri di belakang mata, nyeri otot dan persendian, mual, muntah, kelelahan yang berat atau ruam kulit. Gejala biasanya berlangsung selama 2-7 hari dengan masa inkubasi 4-10 hari setelah paparan nyamuk yang terinfeksi.

Dengue berat adalah komplikasi yang berpotensi mematikan karena terjadinya kebocoran plasma darah, akumulasi cairan tubuh, gangguan pernapasan, pendarahan hebat, atau kerusakan organ penting. Tanda bahaya klinis biasanya terjadi pada hari ke 3-7 demam, bersamaan dengan penurunan hebat suhu tubuh menjadi di bawah 38 derajat Celsius.

Pada saat itu biasanya disertai gejala klinis khas, yaitu sakit perut parah, muntah terus-menerus, pampasan cepat, gusi berdarah, kelelahan, gelisah, dan pendarahan saluran cerna. Pada periode 24-48 jam ini disebut tahap kritis yang dapat mematikan, sehingga perawatan medis yang tepat diperlukan untuk menghindari komplikasi dan risiko kematian.

Sampai saat ini tidak ada pengobatan spesifik untuk dengue. Pada kasus dengue berat, perawatan medis oleh tim dokter dan perawatan yang berpengalaman atas penanganan penyakit dengue dapat menyelamatkan nyawa dan menurunkan angka kematian dari lebih dari 20% menjadi kurang dari 1%. Dalam hal ini, pemeliharaan volume cairan tubuh pasien sangat penting untuk perawatan dengue.

Vaksin dengue pertama, Dengvaxia (CYD-TDV) yang dikembangkan oleh Sanofi Pasteur dikemasikan pada Desember 2015 dan sekarang telah disetujui oleh otoritas pengawas obat di 20 negara, dapat digunakan di daerah endemik pada orang yang berusia mulai 9-45 tahun. Pada April 2016, WHO mengeluarkan rekomendasi bersyarat tentang penggunaan vaksin CYD-TDV untuk daerah dengue sangat endemik, yaitu seroprevalensi 70% atau lebih tinggi.

Pada November 2017, hasil analisis tambahan secara retrospektif dalam menentukan serostatus pada saat vaksinasi, telah dikeluarkan. Status seronegatif pada saat vaksinasi pertama, ternyata memiliki risiko lebih tinggi terkena dengue berat dan rawat inap di RS, dibandingkan dengan orang yang tidak divaksinasi.

Vaksin dengue hidup yang dimatikan CYD-TDV dalam uji klinis terbukti manjur dan aman (effective and safe) pada orang yang memiliki infeksi virus dengue sebelumnya, yaitu individu seropositif, tetapi justru menyebabkan peningkatan risiko dengue berat pada mereka yang mengalami infeksi dengue pertama setelah vaksinasi, yaitu pada individu seronegatif.

Untuk semua negara yang mempertimbangkan vaksinasi sebagai bagian dari program pengendalian dengue, skrining pra-vaksinasi adalah strategi yang direkomendasikan. Dengan strategi ini, hanya orang dengan bukti infeksi dengue sebelumnya berdasarkan tes antibodi yang boleh diberikan vaksin.

Kementerian Kesehatan RI mencatat, sejak Januari hingga 11 Maret 2020, terdapat 17.820 kasus penularan Demam Berdarah Dengue (DBD) di seluruh Indonesia. Dari jumlah itu, seperti diungkapkan Direktur Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tular Vektor dan Zoonosis Siti Nadia Tarmizi saat konferensi pers di kantornya, Jakarta, Rabu (11/3), tercatat angka kematiannya berjumlah 104 kasus.

Keputusan tentang penerapan strategi skrining pra-vaksinasi membutuhkan penitran yang cermat, untuk mencegah dengue berat di Indonesia. Hal ini termasuk pertimbangan sensitivitas dan spesifitas metode tes skrining yang tersedia, epidemiologi dengue, tingkat rawat inap dengue, dan ketergapaian anggaran untuk penyediaan vaksin CYD-TDV dan tes skrining.

FK, Wikan Indriarto dokter spesialis anak di RS Pantj Rajah, Lektor di FK UKDW Yogyakarta

Sumber: Detik.com

Ciri-ciri kolom, antara lain:

- 1) Berisi dua alinea.
- 2) Isi yang disajikan baik dalam alinea pertama maupun dalam alinea kedua, biasanya terangkai dalam kalimat-kalimat pendek.
- 3) Opini atau pandangan-pandangan dari lembaga surat kabar disajikan dalam kalimat-kalimat yang bersifat sinis dan humoris (Suhendara, 1989: 38).

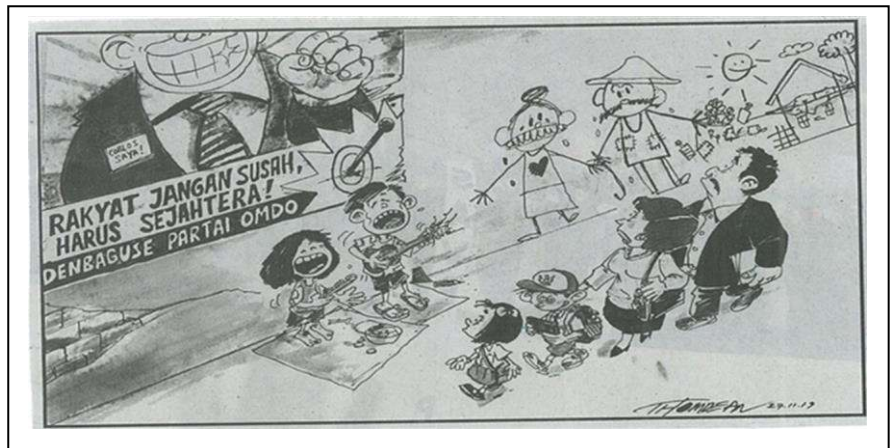
5. Karikatur

Karikatur adalah karya jurnalistik berupa gambar animasi yang berisi kritikan, sindiran, atau uraian tentang sebuah peristiwa, isu, atau tokoh tertentu.

Ciri-ciri karikatur, antara lain:

- 1) Berisi nada satir atau sindiran terhadap situasi social atau perilaku tertentu.
- 2) Terdiri dari beberapa gambar yang mengandung cerita.
- 3) Pemuatannya di halaman opini (rubrik opini) pada media cetak.

Contoh karikatur di media cetak



Sumber: *Harian Kompas* (Rabu, 27 Nov. 2019)

Contoh karikatur di media *online*



Sumber: Detik.com

Contoh karikatur Bang One di TV One



Sumber: tangkapan layar dari Youtube.com Studio Animasi Matahari

6. Editorial

Editorial atau biasa disebut juga dengan istilah tajuk rencana adalah karya jurnalistik yang berisi ulasan tentang keadaan atau peristiwa aktual di media massa dan ditulis oleh pimpinan redaksi atau wartawan khusus-wartawan senior.

Contoh tajuk rencana di media cetak



Sumber: *Harian Kompas* (Kamis, 2 Mei 2019)


Contoh tajuk rencana di media *online*

Bahaya Mengkritik Jokowi

Koran Tempo
Enak dibaca dan perlu.

Rabu, 18 Maret 2020 07:30 WIB

66 KOMENTAR



Sekarang saatnya Presiden Joko Widodo memberikan perintah tegas kepada Kepala Kepolisian Republik Indonesia agar polisi tidak lagi mengkriminalkan warga yang berani menyuarakan pendapat yang berbeda dari pemerintah. Jika tidak, masa awal periode kedua pemerintahan Jokowi ini akan dicap sebagai permulaan rezim yang otoriter dan antikritik.

Perintah Jokowi ini amat penting dan mendesak, karena kini polisi makin merajalela menangkapi warga yang berani mengkritik kebijakan pemerintah. Jumat, 13 Maret lalu, puluhan personel Kepolisian Daerah Jawa Tengah menggerebek kamar kos mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, Mohammad Hisbun Payu, di kawasan Laweyan, Kota Surakarta. Dia langsung ditahan dengan tuduhan melanggar pasal ujaran kebencian dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) gara-gara satu unggahnya di media sosial.

Di akun Instagramnya, Hisbun Payu menyebut Jokowi sebagai "presiden laknat" karena kebijakannya yang menurut dia lebih mementingkan investasi ketimbang kesejahteraan rakyat. Aktivis mahasiswa yang punya perhatian terhadap isu lingkungan ini rupanya sudah kehabisan kesabaran atas berbagai kebijakan Jokowi yang menempatkan pembangunan perekonomian sebagai prioritas utama.

Hisbun Payu memang kerap berurusan dengan polisi. Tahun lalu, ia baru dibebaskan dari hukuman satu setengah tahun penjara setelah terlibat demonstrasi memprotes pencemaran oleh sebuah perusahaan tekstil di Solo. Dia vokal menentang semua kebijakan pemerintah yang dinilainya merugikan publik. Apa yang dilakukan Hisbun adalah haknya sebagai warga negara, yang dilindungi konstitusi.

Penahanan Hisbun Payu menambah panjang daftar orang yang diperkarakan karena mengkritik pemerintah. Seorang remaja di Medan, MFB alias Ringgo, divonis 18 bulan penjara oleh Pengadilan Negeri Medan pada Januari 2018 karena dianggap menghina presiden dan Kapolri. Setahun sebelumnya, Pengadilan Negeri Lubukbasung, Kabupaten Agam, Sumatera Barat, memvonis Ropi Yatsman dengan hukuman 15 bulan penjara dengan dakwaan sama.

Dalam semua kasus itu, polisi menggunakan Pasal 27 ayat 3 UU ITE tentang penghinaan dan pencemaran nama, serta Pasal 28 ayat 2 UU ITE tentang ujaran kebencian. Kedua pasal karet itu mudah disalahgunakan karena yang disebut "penghinaan", "pencemaran nama baik", ataupun "menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan" bisa ditafsirkan secara sepihak oleh aparat penegak hukum.

Presiden Jokowi harus turun tangan jika tak ingin masyarakat Indonesia hidup dalam atmosfer ketakutan untuk berbeda pendapat dan mengkritik penguasa. Pemimpin yang sudah terpilih secara demokratis tak boleh memberangus kebebasan warganya. Beberapa kritik mungkin terdengar kasar, bahkan menjurus ke penghinaan, namun itu bukan alasan untuk menjebloskan orang ke bui.

Untuk memutus rantai kriminalisasi kebebasan berpendapat ini, Dewan Perwakilan Rakyat harus segera merevisi UU ITE dan mengubah sanksi pidana untuk pasal pencemaran nama dan ujaran kebencian. Tanpa itu, kita perlahan sedang berubah menjadi rezim otoriter yang antikritik.

Sumber: Tempo.co

Contoh tajuk rencana di media televisi

Program Editorial View di CNN Televisi Indonesia, adalah salah satu bentuk program editorial atau tajuk rencana di media televisi. Judul program ini secara jelas menggunakan kata “editorial”. Program ini membahas setiap isu yang hangat dari kaca mata redaksi, dengan menghadirkan narasumber dari jajaran redaksi dari media ini.



Sumber: tangkapan layar dari Youtube CNN Indonesia.

Ciri-ciri tajuk rencana atau editorial, antara lain:

- 1) Berisi opini redaksi tentang peristiwa yang sedang hangat dibicarakan.
- 2) Berisi ulasan tentang suatu masalah yang dimuat.
- 3) Biasanya berskala nasional, berita internasional dapat menjadi Tajuk Rencana apabila berita tersebut memberi dampak kepada nasional.
- 4) Tertuang pikiran subjektif redaksi.

7. Surat Pembaca

Surat pembaca adalah karya jurnalistik yang berisi pendapat masyarakat, dikirimkan ke media massa, berisi informasi, keluhan,

tanggapan, kritikan, sanggahan, kepada suatu aktivitas, sikap dan perilaku, atau kebijakan institusi.

Contoh surat pembaca di media cetak

SURAT KEPADA REDAKSI

Anda diperbolehkan mengirimkan surat pembaca atau komentar mengenai kebijakan/layanan publik, konten artikel di halaman opini, ataupun pemberitaan di Kompas. Surat pembaca atau komentar dikirim ke opini@kompas.id atau ke Redaksi Kompas Jalan Pahlawan Selatan Nomor 28-29, Jakarta 10273, dengan melampirkan nama lengkap, alamat, dan nomor telepon yang bisa dihubungi, disertai dengan foto kopi atau scan identitas diri.

Cadangan Minyak

Kompas 20 November 2019 memuat tulisan: "Indonesia lupa dan mengabaikan pengembangan sumber energi lain, kemudian pengembangan energi terbarukan terhambat regulasi".

Sampai kapan "lupanya"? Kasihan anak cucu kita, dibebani defisit dan kelangkaan energi jika tidak bisa memproduksi energi yang baru. Sekitar 10 tahun lagi cadangan minyak akan habis. Sepuluh tahun itu sebentar, hanya dua kali masa kerja kabinet.

Kita harus cepat, jangan adem-ayem, alon alon waton belakoe. Oleh karena itu, saya usul sebagai berikut.

Pertama, mobilisasi semua potensi kita dari sumber daya manusia, dana, pikiran, tenaga, dan sebagainya untuk mencari dan memproduksi energi terbarukan secepatnya.

Kedua, bentuk wadah atau suatu badan untuk menampung semua ide, gagasan, pemikiran, dan tukar pikiran dari para ahli yang sudah banyak di Indonesia, termasuk para pakar yang sudah pensiun.

Ketiga, tinjau dan pangkas regulasi dan birokrasi yang berpotensi menghambat.

Keempat, hentikan sebagian proyek yang kurang penting di pusat dan daerah, kerahkan seluruh dana dan tenaga untuk energi terbarukan.

Kelima, cansangkan budaya sederhana, terutama di semua kementerian dan lembaga negara, DPR, ASN, dan sebagainya, supaya kita mempunyai dana cukup untuk usaha ini.

Kerahkan anak muda milenial kita karena mereka masih kreatif, segar, dan berpendidikan tinggi, belum terkondaminasi hal-hal negatif.

A. SOERITNO
Pemerhati BRM,
Anlon Buryu, Aslakarta Times

PKP Berbasis Zonasi

Untuk meningkatkan mutu pembelajaran, Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan melaksanakan Program Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (PKB) melalui Pengembangan Kompetensi Pembelajaran (PKP) berbasis zonasi.

PKB (Continuous Professional Development) adalah kegiatan reflektif untuk meningkatkan kemampuan profesi (guru), baik secara pemahaman, pengetahuan, maupun keterampilan. Melalui PKB, guru dapat meningkatkan kualitas profesionalnya. Ini sesuai amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang guru dan dosen bahwa pembinaan dan pengembangan profesi dibutuhkan untuk aktualisasi.

PKP berbasis zonasi merupakan salah satu bentuk penyempurnaan PKB. Dikatakan demikian karena sebelumnya ukuran keberhasilan PKB didasarkan pada peningkatan hasil uji kompetensi guru (UKG), sedangkan prestasi siswa kurang mendapat perhatian.

PKB melalui PKP berbasis zonasi membangun motivasi guru secara terus-menerus bersama guru lain dalam satu zona untuk meningkatkan kemampuan merancang dan menciptakan proses pembelajaran terbaik. Melalui kegiatan PKP berbasis zonasi, para guru berkesempatan mengembangkan kemampuan dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi pembelajaran berorientasi keterampilan berpikir tingkat tinggi (*higher order thinking skill/HOTS*). Melalui kegiatan lima kali in (*in service learning*) dan tiga kali on (*on the job learning*) ini, guru terlatih dan termotivasi untuk menciptakan pembelajaran yang sesuai dengan tantangan zaman secara berkelanjutan dalam satu zona wilayah.

Berdasarkan laporan para guru yang telah mengikuti kegiatan ini dan mempraktikkan pembelajaran berorientasi HOTS pada on 2, dari 20 peserta (guru sasaran) di zona wilayah—dengan titik pusat SMAN 1 Yogyakarta dan Pusat Belajar di SDN Keputran 1—semua menyatakan bahwa melalui pembelajaran berorientasi HOTS, daya kritis dan kreatif siswa untuk bertanya dan berargumentasi dalam kegiatan pembelajaran lebih tinggi dibandingkan dengan pembelajaran sebelumnya. Minat dan semangat belajar siswa juga meningkat signifikan.

ADRIANUS SUGIARTA
Guru Inti, Pendidik di SD Pangudi Luhur, Yogyakarta

Sumber: *Harian Kompas* (Rabu, 4 Des. 2019)

Contoh surat pembaca di media *online*

PT. Benelli Anugerah Motor Pusaka

Kecewa Plat Nomor dan STNK Belum Diterima

Jumat, 3 Mei 2019 | 09:13 WIB

Saya melakukan pembelian satu unit motor Benelli jenis Motobi Evo 200 di Benelli Bogor tanggal 18 Februari 2019 sesuai tanggal *sales invoice*. Serah terima unit motor dilakukan tanggal 19 Februari 2019 dengan nomor surat tanda serah terima 000142.

Hingga saat ini, plat nomor dan STNK untuk kendaraan tersebut belum saya terima dan tidak ada kejelasan kapan bisa saya terima. Saya sudah coba menghubungi PT. Benelli Anugerah Motor Pusaka melalui telepon dan jawaban dari pihak Benelli adalah sedang dalam pengurusan.

Saya juga menulis *email* berkali-kali ke Benelli, namun tidak ada repon. Informasi dari Sales Executive Benelli bahwa pengurusan STNK dan plat nomor membutuhkan waktu maksimal dua bulan, namun hingga saat ini belum ada kepastian mengenai hal tersebut. Walaupun *sales* sangat kooperatif dan selalu memberikan respon yang baik, namun saya kecewa karena tidak diberikan informasi akurat. Terkesan lama dalam mengurus hal-hal dasar seperti STNK dan plat nomor.

Imbasnya, saya tidak dapat menggunakan unit Benelli untuk perjalanan dalam kota apalagi jarak yang relatif jauh. Sangat tidak aman dan nyaman jika berkendara tanpa kelengkapan surat dan plat nomor kendaraan.

IFAN HARNATA
Kampung Kebon Kelapa No.63, Rt.007/Rw.004, Bogor

Sumber: Kompas.com

Ciri-ciri surat pembaca, antara lain:

- 1) Disertai dengan penulisan nama penulis dan alamat lengkap.
- 2) Penulis juga bisa meminta media untuk tidak mencantumkan nama ataupun alamatnya secara lengkap.
- 3) Panjang tulisan tidak lebih dari 300 karakter.
- 4) Disajikan berdampingan dengan rubrik opini/artikel.
- 5) Berfungsi sebagai penyediaan hak jawab pihak lain atas tulisan yang pernah dimuat media massa tersebut.

8. Pojok

Pojok merupakan karya jurnalistik *views* yang berisi dua kalimat atau dua alinea singkat, salah satu berisi pernyataan dan lainnya berisi tanggapan. Pojok berisi ungkapan mengenai realitas dan kemudian kritikan halus.

Ciri-ciri Pojok, antara lain:

- 1) Berisi dua alinea.
- 2) Isi yang disajikan baik dalam alinea pertama maupun dalam alinea kedua, biasanya terangkai dalam kalimat-kalimat pendek.
- 3) Opini atau pandangan-pandangan dari lembaga surat kabar disajikan dalam kalimat -kalimat yang bersifat sinis dan humoris (Suhendara, 1989: 38).

Contoh Pojok di media cetak



Sumber: *Harian Kompas* (Kamis, 2 Mei 2019)

Untuk karya jurnalistik pojok, relatif hanya ada di media cetak, sedangkan media televisi dan *online* tidak ada. Untuk televisi, menurut dugaan penulis, kemungkinan karena tidak ada ruang yang tersedia untuk penulisan pojok tersebut. Televisi biasanya hadir menjumpai pemirsa dengan satu topik tayangan. Topik-topik lainnya ditayangkan setelah topik pertama atau sebelumnya berakhir. Hampir tidak ada tayangan yang menyajikan dua topik secara paralel (bersamaan di dalam satu layar). Jika itu terjadi, bisa jadi akan membuat bias informasi serta konsentrasi pemirsa terpecah.

Pojok juga tidak ada di media *online* kemungkinan pertimbangannya (ini hanya bersifat dugaan penulis, belum ada hasil riset yang mendukung dugaan ini) adalah terkait dengan perilaku para pembaca. Media *online* selalu berpacu untuk memperoleh jumlah kunjungan yang banyak. Pojok relatif tidak akan mendatangkan pengunjung karena selain isinya yang tidak terlalu informatif, formatnya yang hanya terdiri dari dua kalimat bisa jadi tidak terlalu menarik bagi pembaca

Secara umum, karya jurnalistik berupa *views* di atas, dapat dibagi dalam 2 bentuk, yaitu: karya jurnalistik yang berisi Pendapat atau opini dari media (ditulis atau disampaikan oleh wartawan atau bagian redaksi), seperti: tajuk rencana, *feature*, karikatur, dan pojok. Ada juga karya jurnalistik yang merupakan pendapat atau opini dari masyarakat umum (non-media), seperti: Artikel, Resensi, Kolom, dan juga karikatur.

D. Bahasa dan Penulisan News

Penggunaan bahasa dalam penulisan karya jurnalistik *news* dan *views* secara umum tetap sama, tetap mengacu pada karakteristik bahasa jurnalistik (yang sudah dibahas pada Bab 3), yang membedakannya adalah pada gaya penulisan. Pada prinsipnya, perbedaan gaya penulisan tersebut dipengaruhi oleh 4 hal, yaitu:

1. Aktualitasnya
2. Panjang-pendeknya sebuah tulisan.

3. Format penulisan.
4. Karakteristik media jurnalistiknya.

Perbedaan penggunaan bahasa pada dua karya jurnalistik di atas, dapat dilihat mulai dari penggunaan judul, penulisan *lead* atau intro, tubuh berita, serta penutup.

Dalam konteks bahasa jurnalistik, perlu dipahami bahwa tidak semua bahasa (terutama dalam aspek penggunaan kata dan kalimat) dalam sebuah karya jurnalistik berita, dapat begitu saja disebut sebagai bahasa jurnalistik. Hal ini terutama jika kita mengacu pada karakteristik bahasa *news* itu sendiri. Sebagaimana diketahui bahwa berita biasanya tersusun dari dua fakta, yaitu fakta peristiwa dan fakta pendapat.

Fakta peristiwa adalah berbagai informasi yang dihimpun oleh wartawan tentang sebuah peristiwa, yang meliputi segala aspek materiel dan imateriel. Misalnya, dalam sebuah kecelakaan, maka fakta peristiwa yang umumnya akan dikumpulkan wartawan misalnya: TKP, berapa korban (dan segala informasi yang melekat padanya), waktu terjadinya peristiwa, apa saja yang rusak, kendaraan apa yang ditabrak, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud dengan *fakta pendapat* adalah berbagai informasi yang dihimpun oleh wartawan dari narasumber berkenaan dengan peristiwa yang terjadi, atau isu yang sedang hangat diperbincangkan. Fakta pendapat juga dapat disebut sebagai "keterangan narasumber" (*interviewee*).

Penguraian tentang fakta peristiwa, mutlak menggunakan bahasa jurnalistik. Dalam hal ini, wartawan menginformasikan kembali berbagai hal (data dan informasi) yang diperolehnya dari tempat terjadinya peristiwa, ke dalam format berita. Namun, dalam hal penguraian tentang fakta pendapat (keterangan narasumber) di dalam berita, maka ada satu bagian yang mana wartawan menggunakan bahasa jurnalistik, dan satu bagian lagi tidak menggunakan bahasa jurnalistik.

Bagian yang menggunakan bahasa jurnalistik adalah ketika keterangan narasumber diinterpretasikan terlebih dahulu baru kemudian ditulis menggunakan bahasa wartawan sendiri. Sedangkan

keterangan narasumber yang tidak mesti menggunakan bahasa jurnalistik adalah yang langsung dimuat apa adanya sebagaimana disampaikan oleh narasumber; menggunakan gaya bahasa yang sama persis. Dalam jurnalistik disebut sebagai kutipan langsung narasumber.

Pada contoh berita Detik.com berikut, judul berita menggunakan pencampuran antara bahasa jurnalistik dengan bahasa narasumber (bukan bahasa jurnalistik). Frasa “Mobil Dinas Disita Polisi, Ngadiyono” merupakan bahasa jurnalistik yang keluar dari pikiran jurnalis berdasarkan fakta pendapat yang dihimpun dari narasumber. Sedangkan frasa “Saya yang Antar Sendiri” (ini merujuk pada pandangan Ngadiyono, selaku narasumber dalam peristiwa yang diliput wartawan tersebut. Mengapa frasa yang kedua tersebut bukan termasuk dalam kategori bahasa jurnalistik? Sebab merupakan pikiran murni dari narasumber yang dikutip langsung oleh wartawan tanpa melakukan interpretasi terhadapnya. Kebetulan saja kata-kata yang ada pada frasa tersebut menggunakan bahasa Indonesia baku. Tetapi, judul tersebut dibatasi oleh tanda titik dua (:) yang dalam jurnalistik dipahami sebagai istilah lain dari tanda kutip (“...”).

Contoh berita Detik.com

detiknews

Home Berita Daerah Jawa Timur Inti

SALE Di IKEA Alam Sutera atau belanja online di IKEA.co.id Belanja Sekarang

Home / detikNews / Berita Jawa Tengah

Selasa 08 Januari 2019, 20:51 WIB

Mobil Dinas Disita Polisi, Ngadiyono: Saya yang Antar Sendiri

Pradito Rida Pertama - detikNews




Foto: Usman Hadi/detikcom

Gunungkidul - Mobil dinas Wakil Ketua DPRD Gunungkidul, Ngadiyono disita Polres Sleman sebagai barang bukti terkait kasus dugaan pelanggaran Pemilu. Hal tersebut dibenarkan oleh Ngadiyono, namun ia mengaku mengantarkan sendiri mobil dinas bernomor polisi AB 9 D.

"Kulo anter niku nggo bukti (Saya antar mobil Dinasnya untuk barang bukti), ketemu (Anggota Polres Sleman) di Pom (Salah satu SPBU di Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman)," ucapnya saat dihubungi wartawan melalui pesan singkat WhatsApp, Selasa (8/1/2019).

Disinggung mengenai tanggapannya terkait penyitaan mobil Dinas tersebut, Ngadiyono tidak begitu mempermasalahkannya. Mengingat selama kasus tersebut bergulir, Nyadiyono sangat kooperatif dan tidak mempersulit proses nenvelidikan maunin nenvidikan

Sumber: Detik.com

Paragraf pertama (*lead*) berita media *online* di atas merupakan bahasa jurnalistik karena tersusun dari kalimat-kalimat jurnalis, berdasarkan interpretasinya atas fakta pendapat yang dihimpun dari narasumber. Sedangkan paragraf kedua berita tersebut, bukan bahasa jurnalistik karena merupakan kutipan pernyataan langsung narasumber. “*Kulo anter niku nggo bukti (saya antar mobil dinasnya untuk barang bukti) ketemu (anggota Polres Sleman) di Pom (salah satu SPBU di kecamatan Kalasan, kabupaten Sleman),*”.

Perhatikan contoh berita Koran Tempo berikut:

KORAN TEMPO

**DKI BELI TANAH
RP 648 MILIAR
MILIK SENDIRI**

Harganya pun kemahalan
Rp 362,8 miliar dibanding NJOP.

JAKARTA - Pemerintah DKI Jakarta membeli tanah milik mereka sendiri sebesar Rp 648 miliar pada 15 November tahun lalu. Tanah seluas 4,6 hektare tersebut berada di Jalur Lingkar Luar Cengkareng, Jakarta Barat.

Harga beli itu merupakan kesepakatan Dinas Perumahan dan Gedung dengan penjualnya sebesar Rp 14,1 juta per meter persegi. Padahal nilai jual olshop pajak wilayah itu Rp 6,2 juta. "Dan pemilik tanah itu adalah Dinas Kelautan, Pertanian, dan Ketahanan Pangan," kata Mery Erna Harini, Kepala Inspektoriat Jakarta, pekan lalu.

Pembelian tanah untuk pembangunan rumah susun tersebut menjadi temuan Badan Pemeriksa Keuangan pada audit anggaran 2015 yang dibuka pada awal Juni 2016. Gubernur Basuki Tjahaja Purnama mencahkan secara korup di dalam pembelian tersebut. "Ada semacam mafia yang memalitkan," katanya sesuai laporan BPK, Kamis lalu.

Basuki meminta Inspektoriat menenka lebih jauh. Dari pemeriksaan lurah hingga cumat dan pejabat Dinas Perumahan, Mery Erna baru tahu bahwa tanah itu ternyata dimiliki pemerintah sejak 1967. Pemerintah tak segera membuat sertifikat hingga pengusaha D.L. Sitorus,

pemilik PT Sabar Gnada, menahkain lahan itu pada 2007. Sitorus dan pemerintah saling mengunggut di pengadilan hingga Mahkamah Agung menangkahi pemerintah DKI pada 2010.

Empat tahun kemudian, muncul Doeli Noendar Soekarno, warga Jalan Deden, Kota Bandung, yang mengaharkan memiliki sertifikat atas lahan itu. Ia lalu menawarkannya kepada pemerintah dengan harga pasar Rp 17,5 juta pada Juli tahun lalu. Dinas Perumahan dan Budi Hartono Iknodac, sebagai kuasa Doeli, beresapakt di harga Rp 14,1 juta. Saat dimintai konfirmasi kemarin, Doeli membenarkan telah memiliki tanah itu sejak 1967.

Menurut Mery, seharusnya Dinas Perumahan mengecek status tanah tersebut sebelum setuju membelinya. Apalagi, kata dia, tanah tersebut sudah terdaftar sebagai aset milik pemerintah daerah Jakarta meski belum ada sertifikatnya.

Kepala Dinas Kelautan, Pertanian, dan Ketahanan Pangan Darjamuni membenarkan bahwa tanah itu

tersebut kepada Komisi Pemberantasan Korupsi dan polisi. Ia curiga pembelian tersebut terjadi karena

ada pemalasan dokumen. "Datanya ada di BPK," kata dia. • **INA SITORUS | SRI SUK | SRI SUK**

Sumber: Koran Tempo

Pada berita koran Tempo tersebut, dari mulai judul, paragraf pertama, dan sebagian besar paragraf kedua, merupakan bahasa jurnalistik. Artinya penulisan berita tersebut menggunakan kaidah bahasa jurnalistik. Sedangkan menjelang akhir paragraf kedua, yaitu pada kalimat “*Dan pemilik tanah itu adalah Dinas Kelautan, Pertanian, dan Ketahanan Pangan*”, bukan merupakan kalimat jurnalistik (bukan bagian dari bahasa jurnalistik).

Pada berita di atas, penggalan kalimat yang tidak termasuk bahasa jurnalistik, antara lain:

1. “Ada semacam mafia yang memainkan” (paragraf ke-3, kalimat ke-3).
2. “Saat pembelian, kami tidak diberitahu sama sekali” (paragraf ke-7, kalimat ke-2).
3. “Datanya ada di BPK” (Paragraf ke-9, kalimat ke-3).


Contoh lain kalimat berita yang menggunakan bahasa jurnalistik dan bukan, dapat dilihat dari berita Metro TV berikut ini. Pada berita Metro TV tersebut (untuk memudahkan penjelasan kepada pembaca, penulis melakukan transkrip berdasarkan naskah yang dibacakan penyiar berita–potongan gambar dicantumkan sebagai ilustrasi), bahasa jurnalistik digunakan dalam perkenalan diri para *news anchor* (gambar kiri atas), kemudian membacakan *lead* atau kepala berita tentang “Praperadilan Kasus Miryam Haryani” (gambar kanan atas), dilanjutkan dengan narasi (pembacaan berita secara *dubbing*) tentang pandangan KPK yang dalam hal ini diwakili oleh salah satu komisionernya, Saut Situmorang (gambar tengah, kiri dan kanan). Sedangkan pada gambar kiri dan kanan bawah, yang menghadirkan narasumber (Saut Situmorang), pernyataannya tidak lagi menggunakan bahasa jurnalistik, melainkan bahasa tutur dari narasumber itu sendiri.

Contoh berita Kompas TV



Sumber: *channel* Youtube Metrotvnews

Dalam format teks tulisan, berita Kompas TV tersebut dapat disajikan secara utuh sebagai berikut:

JUDUL	PRAPERADILAN KASUS MIRYAAM HARYANI
<p data-bbox="371 1277 555 1302">NEWS ANCHOR</p> 	<p data-bbox="614 1277 1226 1572">HALO PEMIRSA SELAMAT BERJUMPA DALAM PROGRAM PRIME TIME NEWS/PROGRAM INI AKAN MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA ANDA MENGENAI ISU BESAR YANG TERJADI SEPANJANG HARI INI/ DAN KAMI AKAN MENYAJIKANNYA DENGAN MENGEMAS SEBUAH MAKNA DALAM SEBUAH BERITA// SAYA ZACKIA ARFAN/ DAN SAYA FITRI MEGANTARA AKAN MENEMANI ANDA SELAMA SEMBILAN PULUH MENIT KEDEPAN/ DAN INILAH PRIMER TIME NEWS SELENGKAPNYA/</p>

JUDUL	PRAPERADILAN KASUS MIRYAAM HARYANI
<p data-bbox="241 262 305 291">LEAD</p> 	<p data-bbox="426 262 845 291">(Suara News Anchor 1: Zackia Arfan)</p> <p data-bbox="426 291 1034 382">KPK MENGHORMATI PRAPERADILAN YANG DIAJUKAN MIRYAM S HARYADI KE PENGADILAN NEGERI JAKARTA SELATAN//</p> <p data-bbox="426 417 879 446">(Suara News Anchor 2: Fitri Megantara)</p> <p data-bbox="426 446 1034 537">KPK TETAP BERSIKUKUH PENETAPAN MIRYAM SUDAH SESUAI PROSEDUR DAN DIDUKUNG OLEH BUKTI KUAT//</p>
<p data-bbox="159 542 388 571">VISUAL PERISTIWA</p>  	<p data-bbox="426 542 801 571">(Lanjutan suara Fitri Megantara)</p> <p data-bbox="426 600 1034 1068">HAL TERSEBUT DISAMPAIKAN WAKIL KETUA KPK SAUT SITUMORANG/USAI MENGHADIRI KEGIATAN DI KEMENTERIAN DESA DAN PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL DAN TRANSMIGRASI/DI JAKARTA SELATAN//MENURUT SAUR/ KPK MENGHORMATI PROSES PRAPERADILAN YANG DIAJUKAN OLEH MIRYAM GUNA MENGUJI KEABSAHAN PENETAPAN TERSANGKA MIRYAM// SAUT MENAMBAHKAN PRAPERADILAN MERUPAKAN PEMBELAAN HAL YANG BIASA DILAKUKAN OLEH SESEORANG YANG SUDAH DITETAPKAN TERSANGKA OLEH KPK// KPK TETAP BERPENDIRIAN TELAH MEMILIKI BUKTI KUAT UNTUK MENJERAT MIRYAM DALAM KASUS PEMBERIAN KETERANGAN PALSU</p>
<p data-bbox="189 1074 360 1132">VISUAL NARASUMBER</p>  	<p data-bbox="426 1074 1034 1103">Suara dan visual Saur Situmorang (Wakil Ketua KPK)</p> <p data-bbox="426 1132 1034 1412"><i>Ketika seseorang merasa tidak sesuai dengan apa yang dilakukan oleh aparat penegak hukum atau law inforcement seperti KPK, dia bisa melakukan banyak hal. Tapi jangan lupa, masing-masing pihak juga pasti mempunyai argumentasinya masing-masing. Jadi itu suatu proses yang kita hargai. Sebenarnya kan kita menghargai keputusan hakim, walaupun kita sudah membuktikan orang, hakim memutuskan sekian, ya itu prerogatif mereka.</i></p> <p data-bbox="426 1441 875 1470">Disela dengan pertanyaan wartawan</p> <p data-bbox="426 1499 897 1528"><i>Iya karena memang hukum harus begitu...</i></p>

Sumber: rekonstruksi penulis dari video Metro TV di Youtube.

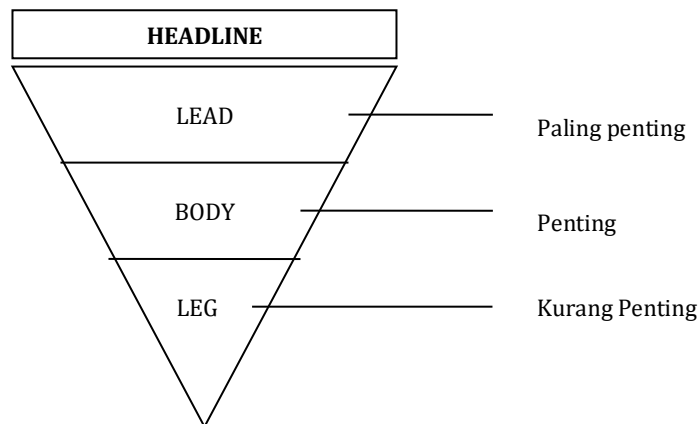
Ciri-ciri kalimat yang bukan bahasa jurnalistik, dalam sebuah berita adalah:

1. Menggunakan bahasa pasar (bahasa percakapan sehari-hari), seperti: *gue, elo, nggak*, atau diksi bahasa daerah, dalam sebuah kalimat.
2. Format bahasa ini mengikuti ucapan asli narasumber.
3. Biasanya ditandai dengan tanda petik (“...”).
4. Bahasanya tidak baku.
5. Pada televisi atau radio dapat diidentifikasi dengan kemunculan langsung narasumber di layar kaca, saat menyampaikan pandangannya.

Penulisan News

Pada umumnya, penulisan berita menggunakan format piramida terbalik (*inverted pyramid*). Format ini memiliki “hukum” bahwa informasi dalam berita tersebut “makin ke bawah, semakin kurang penting” atau sebaliknya, “makin ke atas, semakin penting”.

Gambar Format Piramida Terbalik



Struktur piramida terbalik tersebut, terdiri atas: *headline* atau judul berita, *lead* atau teras berita (sering disebut juga sebagai intro atau paragraf pembuka), *body* atau tubuh berita, dan *leg* atau

kaki/penutup berita. Penulisan berita dengan format piramida terbalik, memiliki sejumlah alasan, antara lain:

1. Mempermudah wartawan dalam penulisan urutan informasi dari paling penting ke kurang penting.
2. Mempercepat teknis penyuntingan bagi editor atau redaksi. Jika dirasakan beritanya terlalu panjang, maka bisa langsung dihilangkan bagian bawahnya karena dianggap tidak terlalu penting.
3. Bagi pembaca yang *notabene* memiliki mobilitas tinggi (karena kesibukan kerja atau tugas-tugas lain), tidak perlu membaca sampai akhir untuk mengetahui peristiwa dalam berita tersebut. Cukup dengan membaca paragraf awal sudah dipastikan tahu tentang inti dari beritanya.

Bahasa *news* dapat dilihat dari aturan penulisan dimulai dari judul berita, paragraf *lead*, paragraf *body*, dan paragraf penutup. Dikatakan paragraf karena, selain judul, bagian-bagian tersebut ditulis minimal dua kalimat.

Penulisan Judul

Judul disebut juga sebagai kepala berita atau *headline*. Dalam penulisan berita dan juga karya jurnalistik lain, judul ibarat tema utama dalam keseluruhan berita tersebut. Pilihan penulisan judul dengan sudut pandang (*angel*) tertentu menentukan arah dari penulisan keseluruhan sebuah berita. Penulisan judul berita, baik pada surat kabar, televisi, maupun media *online* memiliki aturan kebahasaan khusus. Meskipun aturan-aturan yang nanti dijelaskan pada bagian berikut tidak harus selalu diikuti media, namun secara umum ada.

Aturan Penulisan Judul

Chaer (2010: 20-25) merinci sejumlah aturan penulisan judul, seperti berikut:

1. Menggunakan bahasa tutur (*lisan*). Maksudnya bahwa menulis judul sama seperti kita sedang *ngobrol* dengan orang lain, dalam

kehidupan keseharian kita. Meski demikian tetap menggunakan bahasa baku.

Contoh:

- *Bahasa lisan:* Jokowi Hadiri Forum APEC di Beijing
Bahasa tulisan: Jokowi Menghadiri Forum APEC di Beijing
- *Bahasa lisan:* Virus Corona Renggut Nyawa Jutaan Warga Dunia
Bahasa tulisan: Virus Corona Merenggung Nyawa Jutaan Warga Dunia

Contoh judul berita surat kabar:



Sumber: Kompas (Rabu, 21/08/2020)

- *Bahasa lisan:* Tegakan Hukum Kasus Papua
- *Bahasa tulisan:* Menegakkan Hukum untuk Kasus Papua

Contoh judul berita televisi:



Sumber: Tangkapan layar dari saluran Youtube Kompas TV

- *Bahasa lisan:* Kubu Jokowi-JK Gelar Konferensi Pers
- *Bahasa tulisan:* Kubu Jokowi-JK Menggelar Konferensi Pers

Contoh judul berita Kompas.com



Sumber: Kompas.com

- *Bahasa lisan:* Buruh Bakal Demo Tuntut Pengusaha Bayar THR dan Gaji Penuh

- *Bahasa tulisan*: Buruh Bakalan Demo Menuntut Pengusaha Membayar THR dan Gaji Penuh
2. Penulisan judul untuk berita televisi seluruhnya menggunakan huruf kapital. Untuk surat kabar dan media *online*, huruf kapital digunakan pada huruf pertama setiap kata, kecuali kata hubung (dan, dengan, yang, adalah, dan lain-lain). contohnya dapat diamati pada gambar-gambar poin 1 di atas.
 3. Menghilangkan penggunaan awalan me- dan ber- pada kata kerja. Hal ini agar judul berita tampak hidup. Dalam hal ini Rosihan Anwar berpendapat bahwa “Penanggalan prefiks (awalan) me- dan ver- pada judul berita dimaksudkan agar judul lebih hidup, dinamis, dan tidak terkesan kaku ataupun formal” (Abdul Chaer, 2010: 21).

Contoh:

- *Judul hidup*: DPR Akan Panggil Mendagri, Tito Karnavian, Bahas Pilkada Serentak 2020
- *Judul kaku*: DPR Akan Memanggil Mendagri, Tito Karnavian Membahas Pilkada Serentak 2020
- *Judul hidup*: KIH dan KMP Sepakat Damai
- *Judul kaku*: KIH dan KMP Sepakat Berdamai

Penanggalan awalan me- dan ber- juga sekaligus menjadikan judul menggunakan bahasa tutur (lihat contoh judul poin 1).

4. Judul harus mencerminkan isi berita
Isi berita harus merupakan penjabaran lebih lanjut dari judul yang dibuat. Judul terkadang menjadi *frame* bagi wartawan atau media tentang peristiwa atau isu yang sedang diberitakannya. Untuk itu, isinya harus sejalan dengan *frame* berita yang dikehendakinya. Menjadi masalah ketika judul dan isinya berbeda, atau ketika isi berita bertolak belakang dengan *frame* yang dibangun pada judul. Dalam jurnalistik media cetak dan televisi, relatif jarang ditemukan adanya perbedaan antara judul

dengan isinya. Meski ada media-media kuning (*yellow journalism*) yang kerap melakukan hal seperti itu, namun tidak terlalu signifikan. Namun, dalam jurnalistik *online*, masalah ini demikian besar, bahkan menjadi masalah krusial. Adanya judul yang tidak sejalan dengan isi beritanya, dalam jurnalisme *online* disebut sebagai *clickbait journalism*.

5. Judul tidak bermakna ganda

Judul berita harus menjelaskan satu pesan. Berikut contoh beberapa judul berita yang memiliki makna ganda.



Sumber: Liputan6.com.

Judul berita "Pengendara Moge yang Baku Hantam dengan Sopir Minibus Anggota TNI", bisa berarti:

- Pengendara moge baku hantam dengan sopir minibus yang adalah anggota TNI.
- Pengendara moge yang baku hantam dengan sopir minibus ternyata seorang anggota TNI.



Sumber: MalukuPost.com

Judul berita "Wapres JK Alergi Wartawan *Online* atau Pihak Paspampres?? Bisa bermakna:

- Wapres JK alergi wartawan *online* atau alergi Paspampres
- Wapres JK atau Paspampres yang alergi wartawan *online*.

6. Pilih kata yang berkembang di masyarakat
Maksudnya bahwa judul harus sebisa mungkin menghindari penggunaan kata-kata atau istilah-istilah yang tidak terlalu familier di masyarakat. Dalam bahasa Indonesia, satu benda atau suatu situasi biasanya memiliki 2 atau lebih sinonim. Wartawan atau media harus mengambil kata yang lebih familier bagi masyarakat dalam pembuatan judul. Tetapi, bukan berarti wartawan tidak boleh menggunakan laras bahasa, misalnya ekonomi, agama, hukum, atau lain sebagainya. Laras bahasa berbeda dengan kata atau istilah yang tidak terlalu familier.

Contoh:

Antara kata *trah* dengan *keturunan*, pilihlah kata *keturunan* karena lebih familier bagi masyarakat.

7. Kata benda atau sifat, tidak mesti dihilangkan awalnya
Berbeda dengan penjelasan poin nomor 2 sebelumnya, kata benda atau kata sifat, tidak mesti dihilangkan awalan me- dan ber- pada penulisan judul.

Contoh: Penerapan awalan ber- pada kata sifat, dalam judul berita:



Sumber: Kompas (09/08/2010)

Judul berita “Harga Bertahan Tinggi”, di mana penggunaan awalan ber- pada kata “bertahan” tetap dipertahankan.

8. Judul bukan alat promosi barang/jasa
Dalam membuat judul, hindari menepatkan sebuah produk/jasa, nama *brand* atau nama perusahaan di dalamnya. Sebab, tanpa disadari, penulisan judul dengan mencantumkan hal-hal itu secara tidak sadar mempromosikannya. Kecuali untuk pemberitaan yang menuntut tanggung jawab atas sebuah akibat negatif yang ditimbulkan dari produk/jasa, *brand*, atau perusahaan tersebut. Ini tentu tidak berlaku bagi produk, jasa, *brand*, atau lembaga-lembaga pemerintah.

Contoh:

- *Judul promosi:* Lion Air Beri Pelayanan Optimal Bagi Penumpangnya
Judul berita: Lion Air Jakarta-Manado Hilang Kontak, Keluarga Penumpang Sedih
- *Judul promosi:* Meski Mahal, Apple Terbaru Layak Dibeli
Judul berita: Rugikan Konsumen, Manajemen Apple Minta Maaf

Judul artikel yang mempromosikan barang/jasa, *brand*, atau perusahaan tertentu adalah iklan atau advertorial. Keduanya bukan karya jurnalistik.

9. Hindari bahasa proposal atau makalah
Sebagai mahasiswa, tentunya sangat familier dengan pembuatan makalah atau proposal. Judul berita harus dihindari seperti membuat judul makalah atau proposal.

Contoh:

- *Judul proposal/makalah:* Pengaruh Konsumsi Rokok Ibu Hamil Bagi Kesehatan Janin
Judul berita: Jaga Kesehatan Janin, Ibu Hamil Dihimbau Hindari Rokok
- *Judul proposal/makalah:* Hubungan Pandemi Covid-19 dengan Penurunan Ekonomi Negara Asia
Judul berita: Pandemi Covid-19, Ekonomi Asia Anjlok.

Selain aturan-aturan penulisan judul tersebut, hal lain yang harus dipertimbangkan adalah aspek kemenarikannya. Hal ini karena judul merupakan alat promosi untuk menarik minat masyarakat agar membaca atau menontonnya. Untuk mencapai aspek kemenarikan tersebut, wartawannya biasanya menonjolkan sudut pandang tertentu dari peristiwa yang dituliskannya:

1. Menempatkan tokoh terkenal sebagai sudut pandang utama judul berita, dibandingkan peristiwanya.

Contoh: Presiden Jokowi Hadiri Sunatan Anak Anggota Paspampres

2. Mengaitkan nama atau jabatan seorang tokoh dengan seseorang yang terlibat dalam sebuah peristiwa

Contoh: Ponakan Ridwan Kamil Terlibat Korupsi Dana Desa

Jenis-Jenis Judul Berita

Ada berbagai jenis penulisan judul berita oleh wartawan atau media massa. Namun, judul yang paling gampang untuk dibuat adalah yang mengikuti pola 5W + H, yaitu judul apa (*what*), siapa (*who*), di mana (*where*), kapan (*when*), mengapa (*why*), dan bagaimana (*how*). Cara mengidentifikasi judul-judul tersebut yaitu dengan melihat kata-kata awal dari judul tersebut.

- **Judul Apa**

Judul apa adalah judul yang menempatkan unsur peristiwa sebagai sudut pandang utama. Judul apa dapat dilihat dari penggunaan kata yang menjelaskan tentang peristiwa di awal kalimat atau klausa.

Contoh:

- Pandemi Covid-19 Hancurkan Perekonomian Indonesia
- Banjir di Kampung Pulo, Ratusan Warga Mengungsi
- Stok Beras Pemerintah Aman, Sambut Ramadhan

- **Judul Siapa**

Judul Siapa adalah judul yang menempatkan unsur subjek (bisa manusia, lembaga, negara, dan lainnya) sebagai sudut pandang utama. Judul siapa dapat diidentifikasi dari penggunaan kata yang menjelaskan tentang subjek tersebut di awal kalimat atau klausa.

Contoh:

- Ridwan Kamil Adakan Rapid Test Drive Thru Cegah Korona
- Jokowi Kucurkan Dana Rp405 Triliun Tangani Covid-19
- Anies Pastikan Warga Terdampak Covid-19 Dibantu Pemda DKI

- Judul Di mana

Judul di mana adalah judul yang menempatkan unsur di mana (keterangan tempat) dari sebuah peristiwa sebagai sudut pandang utama. Judul di mana dapat diidentifikasi dengan penggunaan kata yang menjelaskan tentang keterangan tempat di awal kalimat atau klausa.

Contoh:

- Jakarta Diguyur Hujan, Aktivitas Pasar Minggu Terganggu
- Rumah Artis Sinetron SN Disatroni Perampok, Emas 100 Gram Dicuri
- Jalan Gatot Subroto Lenggang, Imbas Kebijakan Ganjil-Genap.

- Judul Kapan

Judul kapan adalah judul yang menempatkan unsur waktu (keterangan waktu) terjadinya peristiwa sebagai sudut pandang utama. Judul kapan dapat diidentifikasi dari penggunaan kata yang menjelaskan tentang waktu terjadinya peristiwa di awal kalimat atau klausa.

Contoh:

- Minggu Pagi, Si Jago Merah Hanguskan Ratusan Ruko di Pasar Senin
- Jelang Malam, Pemerintah Prancis Ketatkan Patroli di Pusat Kota
- Tahun 2025, Indonesia Diprediksi Pimpin Asia Tenggara

- Judul Mengapa

Judul mengapa adalah judul yang menempatkan unsur sebab terjadinya sebuah peristiwa sebagai sudut pandang utama. Judul mengapa dapat diidentifikasi dari penggunaan kata yang menjelaskan tentang sebab terjadinya peristiwa di awal kalimat atau klausa.

Contoh:

- Rupiah Menguat Imbas Pengumuman Kabinet Kerja oleh Presiden Jokowi

- Imbas Covid-19, MU Potong 25 Persen Gaji Pemain
- Terapkan WFH, Pemerintah Lindungi Pekerja

- Judul Bagaimana

Judul bagaimana adalah judul yang menempatkan unsur proses terjadinya sebuah peristiwa sebagai sudut pandang utama. Judul bagaimana dapat diidentifikasi dari penggunaan kata yang menjelaskan tentang proses terjadinya peristiwa di awal kalimat atau klausa.

- Bakar Ban Depan Gedung DPR, Mahasiswa Serukan Pembuatan UU KUHP
- Dihadiri Ratusan Anggota, Sidang Paripurna DPR Berjalan A lot
- Naik Lewat Atap Rumah, Maling Gondol Jutaan Rupiah Milik Pengusaha

Selain penulisan judul dengan menggunakan unsur 5W + H, ada juga jenis penulisan judul yang lain, seperti berikut:

- Judul formal

Judul yang hanya memberikan penjelasan tentang apa yang terjadi. Kata-katanya cenderung formal dan memiliki gaya penulisan mengikuti format SPOK.

Contoh:



Sumber: Tempo.co

- Judul puitis

Judul puitis adalah judul yang menekankan pada permainan kata. Cenderung memilih diksi-diksi yang bernuansa sastra.

Contoh:



Sumber: Detik.com (17/04/2020)

- Judul kutipan

Judul kutipan adalah judul berita yang mengambil ucapan narasumber. Ucapan yang dimaksud berupa kalimat-kalimat pernyataan, penjelasan, atau pertanyaan yang menarik, mengundang kontroversi, memicu perdebatan, atau inspiratif. Penulisan kutipan versi cetak dan *online* berbeda.

Contoh:



Sumber: Cnbcindonesia.com (08/05/2020)

- Judul bombastis

Judul bombastis adalah judul berita yang mengarah ke provokasi pembaca atau ajakan.

Contoh:



Sumber: PikiranRakyat.com (08/05/2020)

- Judul analogi

Judul analogi adalah judul berita yang berusaha menjelaskan sebuah peristiwa dengan ungkapan atau peribahasa yang sudah awam didengar oleh masyarakat.

Contoh:



Sumber: Wartaekonomi.co.id (23/04/2020)

- Judul prediksi

Judul prediksi adalah judul berita memprediksi sebuah peristiwa yang akan terjadi.

Contoh:



Sumber: Cnbcindonesia.com (16/04/2020)

- Judul nyeleneh

Judul nyeleneh adalah judul berita yang mengkritisi atau menjelaskan sebuah peristiwa atau seseorang dengan kata-kata yang sarkastis, absurd, atau juga hujatan.

Contoh:



Sumber: Detik.com (08/06/2018)

- Judul pertanyaan

Judul pertanyaan adalah judul berita yang menggunakan kalimat atau klausa pertanyaan, dan diakhiri tanda tanya. Biasanya digunakan wartawan atau media pada berita yang informasinya belum pasti kebenarannya. Judul demikian di satu sisi mencoba mengajak pembaca bersama-sama memastikan kebenaran peristiwa atau informasi yang disajikan. Di sisi lain, judul ini adalah strategi wartawan atau media untuk “melindungi” dari kemungkinan adanya konsekuensi hukum atau kepercayaan publik atas berita yang disajikannya. Judul pertanyaan sering dijadikan wartawan untuk verifikasi atas peristiwa atau informasi yang belum diyakini kebenarannya.

Contoh



Sumber: Merdeka.com (23/03/2018)

Lead Berita

Lead adalah paragraf pembuka dalam penulisan sebuah berita. Posisinya setelah judul. *Lead* sering juga disebut sebagai intro atau teras berita. Dalam sebuah berita, *lead* adalah paragraf utama karena berisi informasi-informasi penting tentang peristiwa atau kejadian yang sedang dibahas. Di dalam *lead* inilah berisi unsur berita yang

sering disebut 5 W + H. meski kadang tidak mesti semua unsur berita tersaji di dalam *lead*. Tetapi, semakin banyak unsur berita tersaji di dalam *lead*, maka semakin informatif berita tersebut.

Jenis-Jenis *Lead*

Jenis-Jenis *Lead* Berita

Sama seperti judul di atas, *lead* juga memiliki ragam jenis. Sebagai wartawan pemula yang menulis judul dengan format 5W + H, akan sangat mudah untuk menulis *lead* dengan format yang sama. Bedanya, jika judul 5W + H rata-rata menggunakan bahasa lisan atau tutur (seperti orang sedang berbicara), maka penulisan *lead* menggunakan bahasa tulis (tulisan).

Lead Apa

Lead apa adalah paragraf pembuka yang diawali dengan informasi tentang peristiwa. Kata atau kalimat pertama paragraf *lead* berisi informasi tentang peristiwa apa yang sedang terjadi atau lagi dibahas.

Contoh: (mengacu pada judul *what* sebelumnya)

Pandemi Covid-19 Hancurkan Perekonomian Indonesia

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Pandemi Covid-19 menghancurkan perekonomian Indonesia. Kurs rupiah terhadap dolar AS tercatat semakin menurun, setiap harinya hingga menembus angka Rp17.000,00. Di sisi lain, Indeks Harga Saham Gabungan IHSG mengalami penurunan yang signifikan pada sesi pembukaan dan penutupan.

Banjir di Kampung Pulo, Ratusan Warga Mengungsi

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Banjir yang melanda Kampung Pulo, Jakarta Timur, menyebabkan ratusan warga mengungsi. Tercatat hampir 100 kepala keluarga (kk) yang terdampak banjir di wilayah tersebut. Tidak hanya orang dewasa, tampak ratusan anak-anak serta balita yang juga ikut mengungsi dengan orang tua mereka.

Stok Beras Pemerintah Aman, Sambut Ramadan

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Stok beras yang dimiliki pemerintah aman dalam menyambut Ramadhan nanti. Menurut Kepala Badan Urusan Logistik (Kabulog),selain stok yang ada di gudang, panen raya di pertengahan bulan Maret lalu ikut menambah jumlah ketersediaan beras nasional. Ia optimis dengan jumlah stok yang ada sekarang, masyarakat akan mendapatkan harga normal di bulan Ramadhan nanti.

Lead Siapa

Lead siapa adalah paragraf pembuka yang diawali dengan informasi tentang subjek (manusia, lembaga, atau negara). Kata atau kalimat pertama paragraf *lead* berisi informasi tentang siapa yang terlibat atau menjadi akibat dalam peristiwa yang dibahas wartawan.

Contoh: (mengacu pada judul *who* sebelumnya)

Ridwan Kamil Adakan Rapid Test Drive Thru Cegah Korona

Lead-nya menjadi:

Bandung, Fridaynews.com. Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil, mengadakan kegiatan rapid test dengan model drive thru kepada warga Jawa Barat, untuk mencegah penyebaran virus Korona di wilayahnya. Ratusan relawan dikerahkan menyisir jalan-jalan protokol di daerah Badung, Bogor, Depok, dan Bekasi. Program tersebut dipilih agar indentifikasi teradap warga Jabar yang terkena virus covid-19 dapat lebih maksimal.

Jokowi Kucurkan Dana Rp405 Triliun Tangani Covid-19

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Presiden Republik Indonesia mengucurkan dana talangan sebesar Rp405 triliun untuk menangani penyebaran dan dampak covid-19. Besaran dana tersebut diperuntukkan untuk jaring pengaman sosial, bantuan kesehatan, dan stimulus untuk sektor usaha, terutama UMKM.

Anies Pastikan Warga Terdampak Covid-19 Dibantu Pemda DKI

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan memastikan warga yang terdampak virus covid-19 akan

mendapatkan bantuan dari Pemda DKI. Sebanyak Rp3 Triliun disiapkan pemda untuk menangani pandemi covid-19 ini. Para pekerja yang mendapatkan upah harian serta warga kurang mampu di ibu kota akan jadi prioritas utama dari dana talangan Pemda DKI tersebut.

Lead Di mana

Lead di mana adalah paragraf pembuka yang diawali dengan informasi tentang di mana tempat terjadinya peristiwa tersebut. Kata atau kalimat pertama paragraf *lead* berisi informasi tentang waktu terjadinya peristiwa yang lagi dibahas wartawan.

Contoh: (mengacu pada judul *where* sebelumnya)

Jakarta Diguyur Hujan, Aktivitas Pasar Minggu Terganggu

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Jakarta diguyur hujan lebat seharian, Selasa (31/03/20), sehingga menyebabkan aktivitas di Pasar Minggu menjadi terganggu. Para pedagang yang biasanya berjualan di sepanjang jalan wilayah tersebut, terpaksa menunda aktivitasnya. Tidak terlalu banyak juga pembeli yang lalu lalang di sekitar daerah tersebut.

Rumah Artis Sinetron SN Disatroni Perampok, Emas 100 Gram Dicuri

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Rumah seorang artis sinetron berinisial SN di Jalan Saharjo, Tebet, disatroni perampok, Minggu (08/03/20). Sebanyak 100 gram emas serta uang tunai puluhan juta dicuri oleh para perampok tersebut. Peristiwa berlangsung di siang hari saat penghuni rumah sedang tidur.

Jalan Gatot Subroto Lenggang, Imbas Kebijakan Ganjil-Genap.

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Jalanan Gatot Subroto yang biasanya terlihat ramai, hari ini, Senin (16/03/20) lenggang. Kondisi ini merupakan imbas dari pemberlakuan Ganjil-Genap oleh Pemprov DKI Jakarta. Sebagaimana diketahui, program ganjil-

genap ini diambil Gubernur Anies Baswedan guna mencegah kemacetan di ibu kota.

Lead Kapan

Lead kapan adalah paragraf pembuka yang diawali dengan informasi tentang kapan terjadinya peristiwa yang diberitakan. Kata atau kalimat pertama paragraf *lead* berisi informasi tentang waktu terjadinya peristiwa yang sedang dibahas wartawan

Contoh: (merujuk pada judul *when* sebelumnya).

Minggu Pagi, Si Jago Merah Hanguskan Ratusan Ruko di Pasar Senin

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Pada Minggu pagi (15/03/20) tadi, si jago merah hanguskan ratusan ruko yang ada di Pasar Senen. Kebakaran tersebut diduga dipicu karena korsleting listrik dari salah satu ruko pedagang di pasar tersebut. Kerugian ditaksir mencapai ratusan milyar rupiah.

Jelang Malam, Pemerintah Prancis Ketatkan Patroli di Pusat Kota

Lead-nya menjadi:

Prancis, Fridaynews.com. Jelang malam, tepatnya pukul 17.30 WIB, pemerintah Prancis mengetatkan patroli di pusat-pusat kota. Aktivitas tersebut merupakan imbas dari penerapan kebijakan karantina wilayah (lock down) yang diambil pemerintah Prancis guna menghambat penyebaran virus covid-19. Dari pantauan wartawan SundayNews, ribuan mobil patroli berisikan polisi setempat terlihat mengitari setiap sudut jalanan di pusat-pusat kota.

Tahun 2025, Indonesia Diprediksi Pimpin Asia Tenggara

Lead-nya menjadi:

Bogor, Fridaynews.com. Pada tahun 2025 nanti, Indonesia diprediksi akan menjadi negara yang memimpin Asia Tenggara dalam berbagai sektor kehidupan. Prediksi tersebut diungkapkan perwakilan IMF untuk wilayah Asia.....saat bertemu dengan Presiden Joko Widodo, Rabu (11/03/20), di Istana Bogor, Jawa Barat. Menurutnya, Indonesia pada tahun tersebut akan menjadi

pemimpin negara-negara di Asia Tenggara terutama dari sektor ekonomi, teknologi, dan stabilitas kawasan.

Lead Mengapa

Lead mengapa adalah paragraf pembuka yang diawali dengan informasi tentang penyebab terjadinya situasi yang ada dalam peristiwa tersebut. Kata atau kalimat pertama paragraf *lead* berisi informasi tentang sebab-akibat dari terjadinya situasi dalam peristiwa yang sedang dibahas wartawan.

Contoh: (merujuk pada judul *why* sebelumnya)

Rupiah Menguat Imbas Pengumuman Kabinet Kerja oleh Presiden Jokowi

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Mata uang rupiah hari ini, Senin (02/03/19) menguat sebagai imbas dari pengumuman menteri kabinet kerja Presiden Jokowi-KH. Maaruf Amin, pada pekan kemarin. Kenaikan tersebut tercatat pada sesi pembukaan Bursa Efek Indonesia (BEI), pagi tadi. Berbagai kalangan memprediksi rupiah akan terus menguat seiring dengan kepercayaan dunia usaha pada kabinet terpilih.

Imbas Covid-19, MU Potong 25 Persen Gaji Pemain

Lead-nya menjadi:

Inggris, Fridaynews.com. Imbas dari adanya pandemi covid-19 yang melanda dunia, klub sepak bola Manchester United (MU) melakukan pemotongan sebesar 25 persen gaji setiap pemain. Kebijakan tersebut diambil karena klub yang bermarkas di Inggris tersebut sedang menghadapi masalah keuangan. Pemilik klub menyampaikan bahwa pemotongan sebesar 25 persen tersebut adalah hasil kesepakatan bersama dengan para pemainnya.

Terapkan WFH, Pemerintah Lindungi Pekerja

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Adanya kebijakan kerja dari rumah atau WFH (work from home) yang diambil pemerintah pusat dimaksudkan untuk melindungi pekerja. Hal ini disampaikan oleh Presiden Joko Widodo dalam konferensi persnya di Istana Negara,

Kamis (05/03/20). Dalam konferensi pers tersebut, presiden menjelaskan bahwa dengan bekerja dari rumah, pekerja dapat dihindarkan dari kemungkinan terjangkit virus korona.

Lead Bagaimana

Lead bagaimana adalah paragraf pembuka yang diawali dengan informasi tentang bagaimana proses terjadi peristiwa tersebut. Kata atau kalimat pertama paragraf *lead* berisi informasi tentang proses terjadinya peristiwa yang sedang dibahas wartawan.

Contoh: (merujuk pada judul *how* sebelumnya)

Bakar Ban Depan Gedung DPR, Mahasiswa Serukan Pembatalan UU KUHP

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Sembari membakar ban di depan gedung DPR, Rabu (10/10/19), ribuan mahasiswa menyerukan agar pemerintah dan legislatif membatalkan undang-undang KUHP yang telah disahkan. Aksi yang dihadiri Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) se-Jabodetabek tersebut berlangsung dari pukul 08.00 WIB. Dalam seruannya, mahasiswa menolak undang-undang tersebut karena terdapat berbagai pasal yang merugikan masyarakat.

Dihadiri Ratusan Anggota, Sidang Paripurna DPR Berjalan Alot

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Dihadiri oleh ratusan anggotanya, sidang paripurna DPR RI dengan agenda pembahasan tunggal pengesahan RUU KUHP berjalan dengan alot. Rapat dibuka dengan hujanan instruksi dari anggota partai yang terhimpun dalam fraksi opisisi, seperti PKS, P. Demokrat, dan PAN.

Lewat Atap Rumah, Maling Gondol Jutaan Rupiah Milik Pengusaha

Lead-nya menjadi:

Jakarta, Fridaynews.com. Melewati atap rumah korban, seorang maling berhasil menggondol uang tunai jutaan rupiah milik seorang pengusaha garmen, Kamis (19/06/2019). Peristiwa tersebut terjadi di rumah Suprihatna, di daerah Kramat jati,

Jakarta timur. Diduga, maling tersebut meloncati pagar rumah dari arah samping, sebelum menaiki atap rumah korban.

Selain jenis *lead* 5W + H di atas, terdapat beberapa gaya atau format penulisan *lead* lainnya, di antaranya *lead kontras*, *lead quotation*, *lead question*, *lead deskriptif*, dan *lead exclamation*.

Lead Kontras

Lead kontras adalah paragraf awal pembuka berita yang menonjolkan unsur kontras atau suatu pertentangan pada subjek (pelaku peristiwa). *Lead* ini biasanya lebih bersifat pemberitaan negatif. Terdapat fakta atau perilaku yang berlawanan dengan yang ideal.

Contoh:

Gaji Ratusan Juta, Kinerja Anggota DPR Buruk

Jakarta, Fridaynews.com. Meski bergaji ratusan juta setiap bulannya, kinerja anggota DPR RI tetap buruk. Hanya 100 dari 655 anggota yang hadir rapat paripurna, Rabu, 09 Januari 2019. Tentu saja, keadaan ini akan sangat berimbas pada kualitas legislasi yang dihasilkannya nanti (Sumber: penulis)

Contoh *lead* kontras di surat kabar

Jakarta, Kompas – Ada desakan publik agar Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) menunda pembahasan Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja. Namun Badan Legislasi DPR memutuskan tetap membahas regulasi yang dibentuk dengan metode *omnibus law* tersebut.

Sumber: *Harian Kompas*, 07/04/2020
(Judul berita: DPR Ngotot Bahas RUU Cipta Kerja)

Lead Kutipan

Lead kutipan (*quotation lead*) adalah paragraf pembuka berita yang menggunakan kutipan langsung dari narasumber. Penggunaan

jenis *lead* ini biasanya karena: Perkataan langsung narasumber dinilai sangat penting atau memiliki makna luar biasa; perkataan narasumber tersebut jelas, ringkas, dan tegas; mencerminkan watak pribadi, kebiasaan, atau gaya kepemimpinan narasumber tersebut.

Contoh:

KPU: Kabar 70 Juta Surat Suara Tercoblos, Hoaks!

Jakarta, Fridaynews.com. "Kabar adanya surat suara yang sudah tercoblos di Tanjung Priok adalah hoaks", Ungak Arif Budiman, Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) saat datang ke Mabes Polri, Senin (07/01/2019)–(Sumber: penulis)

Contoh *lead* kutipan di surat kabar

"Jaga makan dan usahakan olahraga minimal 30 menit setiap hari". Pesan singkat salah satu rekan sejawatnya yang disampaikan dalam grup WhatsApp kantor itu begitu menohok di benak Rani, 40.

Sumber: Media Indonesia, 10/06/2020
(Judul berita: Waspada Sindrom Metabolik)

Lead Pertanyaan

Lead pertanyaan (*question lead*) adalah paragraf pembuka berita yang menggunakan pertanyaan narasumber yang dianggap penting, kuat, atau punya *news value* dibandingkan unsur berita lain. Cara melihat *lead question* (*lead* pertanyaan) adalah dengan melihat penggunaan tanda tanya (?) pada kalimat di dalamnya.

Contoh:

Indonesia Bubar 2030?

Bogor, Fridaynews.com. Akankah Indonesia bubar pada tahun 2030? Pertanyaan tersebut menjadi polemik di tengah masyarakat, pasca dilontarkan Prabowo Subianto dalam Mukernas Partai Gerindra yang berlangsung di Sentul, Bogor (11/11/2018)–(Sumber: penulis)

Contoh *lead* pertanyaan di surat kabar

Digadang-gadang dapat menangkal virus korona, empon-empon kini laris di pasaran, diserbu masyarakat. Namun, betulkah sebesar itu khasiat empon-empon dalam melawan virus?

Sumber: Koran Sindo, 06 Maret 2020

(Judul berita: Efektifkah Empon-Empon Lawan Virus Korona?)

Lead Deskriptif

Lead deskriptif adalah paragraf pembuka berita berisi penggambaran situasi atau suasana yang melekat dalam peristiwa.

Contoh:

Jalanan Jakarta Sepi di Libur Natal

Jakarta. Fridaynews.com. Sejumlah jalan protokol di ibu kota, terlihat sepi di libur Natal ini. Di sana-sini, hanya nampak beberapa kendaraan baik roda dua maupun roda empat yang hilir mudik. Kondisi tersebut juga terjadi di jalan Gatot Soebroto
(Sumber: penulis)

Seorang perempuan berkemeja kotak-kotak terlihat menciumi makam yang masih basah di Tempat Pemakaman Umum (TPU) Wakaf belakang Seskoal, Kelurahan Cipulir, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada Jumat (11/10) pagi. Dengan berderai air mata, dia terus berbicara dan mengusap nisan.

Sumber: Republika, Sabtu 12 Oktober 2019

(Judul berita: Maaf Terakhir Rosminah di Pusaran Anaknya)

Lead Exclamation

Lead exclamation adalah paragraf pembuka berita yang biasanya berisi informasi “jeritan” atau “teriakan” di awal kalimat.

Contoh:

KOMPAS.com
JURNAL MELIHAT DUNIA

PREMIUM

JELAJAHI

BAGIKAN:     

"Tolong Saya, Pak, Saya Tidak Kuat Lagi"

Kamis, 19 April 2018 | 22:29 WIB



BATAM, KOMPAS.com - "Tolong saya, Pak. Tolong, saya sudah tidak kuat lagi," kata Ella Sari sambil merintih kesakitan saat akan dievakuasi menuju ambulans.

Ella Sari (25) adalah satu dari 106 korban kecelakaan di perairan Batu Putih, Johor, Malaysia, Kamis (19/4/2018) sekitar pukul 02.53 LT waktu setempat.

Ella, begitu sering disapa, merupakan satu dari dua korban yang saat ini dalam kondisi hamil muda, yakni 2 bulan.

Sumber: Kompas.com (19/04/18)

Lead Eksplanasi

Lead eksplanasi adalah paragraf pembuka berita yang isinya menjelaskan tentang duduk perkara dari sebuah peristiwa. Hampir sebagian besar, pemberitaan di media massa, baik oleh surat kabar, televisi, radio, maupun media *online*, menggunakan jenis *lead* ini.

Contoh *lead* eksplanasi di surat kabar:

KPU Usul Pemilu Serentak Terbagi Dua

Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyambut positif wacana untuk memisahkan waktu pelaksanaan pemilu. KPU menyarankan agar pelaksanaan pemilu dibagi dua jenis, yaitu nasional dan daerah.

(Sumber: Media Indonesia, Rabu 24 April 2020).

Laba Big Caps Tumbuh Solid

Bisni, Jakarta – Mayoritas dari sembilan emiten berkapitalisasi pasar terbesar (*big caps*) mampu menjetak pertumbuhan laba yang solid pada kuartal I/2019, yang didukung oleh terjaganya tingkat konsumsi masyarakat.

(Sumber: Bisnis Indonesia, Kamis, 2 Mei 2019).

Tubuh Berita

Tubuh atau bodi berita adalah paragraf lanjutan, berisi informasi atau keterangan tambahan yang tidak disampaikan di dalam *lead*. Jika di dalam *lead*, wartawan tidak secara lengkap menghadirkan unsur berita atau 5W + H tadi dari peristiwa atau kejadian tersebut, maka bisa jadi ditulis di bodi. Bisa jadi karena memang tidak selalu juga bodi difungsikan demikian. Bisa ada, bisa juga tidak ada. Sebab, hukum 5W + H mengatakan bahwa: *jika ada unsur yang tidak ditemukan dalam lead, maka lihat bagian bodi berita. Kalau tidak ada juga, maka kemungkinan ada di penutup. Andai pun tidak ditemukan, bisa jadi ada di berita lanjutan (follow up news). Apabila dalam berita lanjutan juga tidak ada, maka kemungkinan besar peristiwa tersebut tidak memiliki unsur yang demikian.* Misalnya, pada peristiwa mencairnya es di Antartika. Wartawan atau media yang menyajikan peristiwa tersebut dalam beritanya, kemungkinan besar tidak akan menuliskan unsur “*who*” (siapa) karena memang tidak ada pelaku dalam peristiwa itu. Kecuali saat memberitakan peristiwa tersebut, wartawan atau media mengaitkannya dengan otoritas lain semisal aktivis atau organisasi lingkungan hidup—dalam hal ini respons

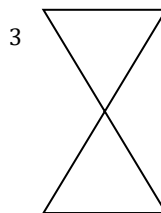
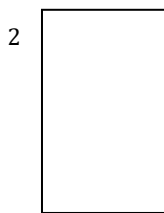
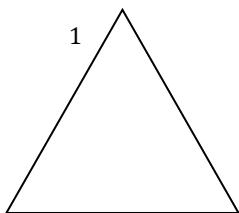
mereka terhadap mencairnya es tersebut. Bodi juga bisa berisi informasi kutipan langsung narasumber yang dihimpun oleh wartawan. Pola penulisan *lead* sama dengan bodi.

Penutup Berita

Penutup adalah paragraf akhir dari sebuah berita yang secara implisit berisi kalimat-kalimat kesimpulan, kritik, saran, atau pun rekomendasi dari peristiwa tersebut. Meski berisi kesimpulan, kritik, saran, atau rekomendasi, penutup bukanlah opini wartawan tetapi hasil nukilan dari fakta peristiwa atau fakta pendapat (ucapan narasumber) yang diliputnya. Penutup tidak selalu ada karena berisi informasi yang kurang penting. Penutup ditulis sama polanya dengan *lead* dan bodi.

E. Bahasa dan Penulisan *Views*

Berbeda dengan format penulisan *news*, format penulisan *views* bisanya menggunakan piramida (*pyramida*), format balok, dan format jam pasir. Hukum piramida dalam karya jurnalistik *views* artinya makin ke bawah makin penting, makin ke atas makin kurang penting. Sedangkan format balok memiliki hukum bahwa penulisan karya jurnalistik *views*, dari mulai kalimat awal sampai kalimat akhir karya tersebut memiliki informasi yang penting. Jam pasir, sebagaimana bentuknya, hukum penulisan dengan format ini mengandung makna permulaan dari karya tersebut dimulai dengan informasi penting. Kemudian, makin kedalam, hingga ke pertengahan informasi yang disajikan kurang begitu penting. Dari bagian tengah tersebut sampai ke bawah lagi, informasinya menjadi penting.



Keterangan:

1. Format piramida: Makin ke bawah, informasinya makin penting.
2. Format balok: informasi dari atas sampai bawah semuanya penting. Bisa kita lihat pada karya jurnalistik yang memaparkan sebuah peristiwa dengan urutan kronologis.
3. Format jam pasir, awalnya penting namun makin ke tengah makin kurang penting. Tapi, dari tengah menuju akhir informasinya kembali penting.

Dalam penulisan karya jurnalistik untuk televisi, sebagian besar menggunakan format balok. Jika pun ada program yang menggunakan format piramida, maka bagian informasi yang tidak terlalu penting biasanya hanya selintas, dan ditempatkan pada segmen awal program tersebut. Hal ini dilakukan karena televisi sangat memperhitungkan masalah efisiensi dan efektifitas waktu. Tidak hanya berkaitan dengan urusan biaya (ongkos produksi), tetapi juga memperhitungkan tayangan program selanjutnya. Setiap detik pada media televisi sangat penting.

Penulisan karya jurnalistik *views* menggunakan perpaduan antara penjelasan fakta dan sudut pandang atau opini penulis. Oleh karena itu, hampir semua karya jurnalistik *views* memiliki pola penulisan yang sama. Untuk menjelaskan bagian ini, maka fokus pembahasan penulis pada karya jurnalistik *feature*.

Judul

Secara umum, karya jurnalistik yang masuk dalam kategori *views* kerap menggunakan judul puitis dan sarkastis. Hal ini karena kedua unsur tersebut kemungkinan memiliki daya magis yang cukup kuat untuk menarik pembaca. Judul puitis biasanya menggunakan diksi atau istilah khas dari unsur-unsur sastra. Sedangkan judul sarkastis biasanya menggunakan kata atau istilah yang vulgar, cenderung kritis, sederhana.

Karya jurnalistik seperti karikatur, artikel opini, kolom, dan pojok kebanyakan menggunakan gaya bahasa sarkastis karena tujuan

utama penulisnya adalah mengkritisi isu atau peristiwa yang dibahas. Sedangkan untuk *feature*, sering kombinasi antara dua bentuk gaya penulisan judul tersebut. Hal ini tergantung dari jenis *feature* yang ditulis.

Contoh judul *feature* investigatif pada majalah



Judul Artikel: Jejak Fulus Menteri Agus
Sumber: majalah. Tempo.co/gallery

Contoh judul sastra



Judul Artikel: Teroris Di Pelupuk Mata
Sumber: majalah.tempo.co/gallery

Jenis *feature* seperti *news feature* atau *investigative feature*, sebagaimana yang ditulis dalam majalah kerap menggunakan gaya bahasa sarkastis. Hal ini karena memang selain untuk menarik minat pembaca, tujuan penulisan *feature* dengan kedua jenis tersebut adalah berupaya mengkritik subjek atau pihak-pihak yang ada dalam peristiwa itu. Sedangkan jenis *feature* seperti *human interest*, biografi, *traveling*, dan historis, umumnya menggunakan gaya bahasa sastraawi atau puitis.

Selain majalah, beberapa program di televisi masuk dalam jenis *news feature* atau *feature* investigatif. Program-program *feature investigative* seperti Buser Investigatif (SCTV), Metro Realitas (Metro TV), Reportase Investigatif (Trans TV), Telusur (TV One), dan lainnya memiliki penulisan judul sarkastis maupun sastraawi tersebut. Judul-judul sarkastis atau sastraawi juga sering digunakan dalam program-program *talkshow* di televisi. Sebut saja misalnya program Mata Najwa di Trans 7, ILC di TV One, Rossi di Kompas TV, dan sebagainya. Berikut dirangkum beberapa judul dari program *talkshow* di televisi yang cukup mendapatkan perhatian pemirsa.

PROGRAM	JUDUL
Indonesia Lawyers Club	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Corona: Badai Semakin Kencang</i> • <i>Corona: Simalakama Bangsa Kita</i> • <i>Ketika Corona Sudah Sampai di Indonesia</i>
Mata Najwa	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Utak-Atik Mudik</i> • <i>Jokowi Diuji Pandemi</i> • <i>Hukum Pilah-Pilih</i>
Rossi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Pandemi Berakhir di Juni?</i> • <i>Menunggu Vaksin Corona</i> • <i>Kejahatan di Masa Corona</i>

Sumber: diolah dari situs berbagai sumber

Syarat Penulisan Judul

Dalam penulisan *feature*, Lesamana (2017: 90-93) mengurai sejumlah syarat penulisan judul, sebagai berikut:

1. Tidak perlu panjang, dan jika diperlukan wartawan bisa menambahkan subjudul yang relevan.

2. Judul harus menarik perhatian.
3. Judul tidak perlu bombastis, apalagi sampai membohongi pembaca.
4. Hindari penulisan angka pada judul.
5. Judul harus merupakan intisari dari keseluruhan isi tulisan.

Lead Feature

Dalam penulisan *feature*, Fanny Lesmana (2017: 94-98) dalam buku berjudul *Feature: Tulisan Jurnalistik yang Kreatif* menyajikan sejumlah format, yang sebagian diambil dari pandangan Nur Zain (1992), yaitu: *lead* ilustrasi, *lead* kisah, *lead* kesimpulan, *lead* naratif, *lead* penggambaran, *lead* bertanya, *lead* kutipan, *lead* kombinasi.

Lead ilustrasi

Lead ilustrasi adalah paragraf pembuka dari *feature* yang berisi ilustrasi atau penggambaran suatu hal, bisa peristiwa, situasi atau keadaan, objek tertentu, dan sebagainya:

Contoh:

Dermaga pelabuhan Kelapa Lima nyaris tak pernah sepi setiap sore. Para buruh dermaga yang tinggal di sekitarnya kerap menghabiskan sore dengan kongkow sambil berbincang-bincang di sana.

Sumber: Tirto.id (22 Maret 2020)

(Judul artikel *Pemakaran Provinsi Papua Selatan: Rakyat Dapat Apa?*)

Lead kisah

Lead kisah adalah paragraf pembuka *feature* yang berisi penceritaan mengenai seseorang atau sebuah subjek. Dalam hal ini, *lead* kisah bisa dituturkan dengan menggunakan sudut pandang wartawan atau sudut pandang tokoh yang ada dalam kisah itu sendiri.

Contoh:

Tinggal di Solo, setiap hari ia bolak-balik Solo-Yogyakarta untuk mengajar di Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta. Mengajar adalah salah satu aktivitasnya di samping menulis di berbagai media, menjadi pembicara, dan mendongeng. Ia dikenal sebagai pendongeng tentang seluk-beluk Solo dengan segala latar belakang sejarahnya.

Sumber: *Harian Kompas* (08 Mei 2020), hal. 16
(Judul artikel *Heri Priyatmoko: Menjaga Ingatan Tentang Solo*)

Lead kesimpulan

Lead kesimpulan adalah paragraf pembuka *feature* yang berisi informasi rangkuman dari keseluruhan cerita. Dengan membaca *lead* jenis ini, pembaca sudah bisa mendapatkan gambaran tentang keseluruhan isi tulisan tersebut.

Contoh:

Jumlah penganggur kian bertambah di tengah pandemi Covid-19, tetapi solusi yang ditawarkan pemerintah dinilai tak menjawab persoalan. Para korban pemutusan hubungan kerjapun menyayangkan program Kartu Prakerja yang sebenarnya bagus, tetapi belum matang dan cenderung "dipaksakan"

Sumber: *Harian Kompas* (08 Mei 2020), hal. 20
(Judul artikel *Kartu Prakerja Tak Selesaikan Persoalan PHK*)

Lead naratif

Lead naratif adalah paragraf pembuka *feature* yang penulisannya mengikuti gaya penulisan sebuah cerpen, cerber, atau novel. Wartawan biasanya akan menempatkan dirinya dan pembaca pada tokoh atau narasumber yang dituliskan.

Contoh:

Nestapa masih menghingapi para pengungsi bencana tanah longsor Kampung Sinar Harapan, Desa Har-kat Jaya, Kecamatan Sukajaya, Kabupaten Bogor. Trauma terhadap tragedi di awal tahun 2020 masih lekat teringat meski telah empat bulan terlewati. Hari demi hari mereka masih belum bertemu jawaban pasti di mana kelak hendak dihuni.

Sumber: *Harian Kompas* (10 Mei 2020), hal. 16
(Judul artikel *Pengungsi Terimbas Pandemi*)

Lead penggambaran

Lead penggambaran adalah paragraf pembuka *feature* yang berisi penggambaran suasana dari kisah yang ditulis. Jenis *lead* ini biasanya diaplikasikan pada penulisan *feature* profil atau biografi seseorang.

Contoh:

Mendung dan gerimis terus menyelimuti kawasan Rorotan, Jakarta Utara, ketika Republika berkunjung ke pengungsian banjir warga Kampung Sepatan, Jumat (28/2). Republika sempat kesulitan menemukan alamat kampung ini karena akses kawasan kampung ini terpisah dari jalur dengan perkampungan utama di Malaka I, Jalan Rorotan – Marunda.

Sumber: *Harian Republika*, Senin 09 Maret 2020
(Judul artikel *Terpaksa Tinggal di Peti Kemas*)

Lead bertanya

Lead bertanya adalah paragraf pembuka *feature* yang dimulai wartawan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kritis, menggigit, dan memantik perhatian pembaca.

Contoh:

Kepercayaan di era demokratisasi sarat dengan kemunculan partai-partai baru hasil fragmentasi politik dari partai sebelumnya. Peluang meraih dukungan terbuka, tetapi ironisnya tidak banyak yang bertahan. Mengapa demikian?

Sumber: *Harian Kompas* (22 Mei 2020), hal. 17
(Judul artikel *Kalkulasi Peluang Keberhasilan Partai Baru*)

Lead kutipan

Lead kutipan adalah paragraf pembuka *feature* yang berisi pernyataan langsung dari narasumber. Biasanya, jenis *lead* ini ditulis oleh wartawan karena pernyataan narasumber dianggap menarik, kontroversial, dapat memantik diskusi. Dalam penulisan *lead* kutipan ini, wartawan dituntut untuk konsisten agar keseluruhan tulisannya tetap mengacu atau sejalan dengan kalimat kutipan.

Contoh:

"Hal terburuk yang bisa dilakukan seorang pria adalah menjadi botak. Jangan pernah membiarkan dirimu botak!" begitu kata Presiden Amerika Serikat, Donald Trump. Takut botak sudah dirasakan pria-pria lain jauh sebelum Trump lahir.

Sumber: *Historia.id*
(Judul artikel *Ketakutan pada Kebotakan*)

Lead kombinasi

Lead kombinasi adalah paragraf pembuka *feature* yang ditulis wartawan dengan menggabungkan antara beberapa *lead* yang sudah disajikan sebelumnya:

Contoh: (*Lead* Naratif dan *Lead* Kutipan)

Jalan Ina Tunj, Waihoka, Ambon, Kamis tengah malam, 7 April 2016, itu terlihat sepi. Hanya Elly Lewerissa, pemilik salah satu rumah di sana, yang tampak masih beraktivitas. Ia sedang membersihkan pekarangan. Menjelang pukul 1.30 WIT, pria paruh baya itu menyudahi aktivitasnya. "Saya membuang sampah ke tong seberang, lalu masuk ke rumah untuk beristirahat," kata Elly, pertengahan September 2019.

Sumber: Tempo.co
(Judul artikel *Pesta Terakhir Aktivistis Ambon*)

Tubuh *Feature*

Sama halnya dengan penulisan tubuh berita, tidak ada panduan khusus yang harus dilakukan oleh seorang wartawan. Namun, penulisan bodi karya jurnalistik *views* perlu dijaga aspek kemenarikannya. Sebab, kadangkala karya *views* perlu menyajikan banyak data dan informasi. Apalagi kalau itu menyangkut hasil investigasi, dipastikan akan banyak data dan informasi yang perlu disajikan di sana guna memenuhi keutuhan laporan. Tapi, di sisi lain, penulis *views* harus berhadapan dengan perilaku pembaca yang kadang cepat bosan, bahkan ada yang cenderung malas baca keseluruhan tulisan. Di sini, aspek kemenarikan penulisan sangat di tuntut.

Tiga format penulisan *views*, yaitu piramida, balok, dan jam pasir, yang sudah penulis jelaskan di awal, perlu dipertimbangkan benar oleh wartawan. Tentu saja, penerapan masing-masing format tersebut harus disesuaikan dengan karakteristik pembaca. Jika pembaca media cenderung tidak suka basa-basi, maka mungkin dipertimbangkan pemilihan format balok dalam penulisan karya *view*-nya. Jika pembaca medianya tipikal yang cepat bosan, maka jam pasir atau piramida bisa jadi pilihan.

Satu hal yang penting dan wajib diperhatikan dalam penulisan karya *views* adalah konsistensi pada *angel* (sudut pandang) tulisan,

entah yang sudah Anda rumuskan lewat judul, atau gambaran yang ada di kepala saat proses pencarian berlangsung. Ibaratnya, jika Anda sedang ingin menuliskan tentang “kepala ular”, maka konsistenlah pada sudut pandang tersebut. Jangan sampai, awalnya menuliskan atau menceritakan kepala ular, tiba-tiba meloncat menuliskan ekornya. Gaya pengisahan demikian tidak konsisten dan dapat membingungkan pembaca, serta mengaburkan inti pesan yang hendak disampaikan.

Menurut Nur Zain (Lesama, 2017: 99) ada dua pilihan gaya penulisan bodi karya jurnalistik *views*, yaitu kronologis dan tematis. Gaya kronologis berkaitan dengan penggambaran menurut waktu terjadinya peristiwa atau urutan-urutan terjadinya peristiwa. Sedangkan gaya tematis, penulis menulis dengan mempertahankan fokus tertentu sebagai tema.

Selain itu, secara aplikatif, guna memudahkan wartawan dalam penulisan, selain membuat judul utama dari peristiwa yang dikisahkan, juga dipecah dengan sub judul-sub judul kecil, yang masih bertalian. Penulis tinggal menguraikan data yang relevan dengan subjudul yang dibuat. Penting untuk diperhatikan dalam penulisan seperti ini adalah transisi antara paragraf akhir dari sub judul tertentu dengan paragraf awal dari sub judul berikutnya. Penulis harus memastikan tidak terjadi lompatan logika atau inkonsistensi cerita pada bagian tersebut.

Penutup *Feature*

Bahasa penutup dalam penulisan karya *views* sama dengan penutup berita. Ia biasanya berisi kesimpulan, kritik, koreksi, harapan, atau saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan peristiwa atau isu yang dibahas. Lihatlah bagaimana Najwa Sihab di akhir acara program Mata Najwa, menutup setiap temanya dengan kalimat-kalimat yang diniatkan untuk memberi kesan mendalam bagi pemirsanya. Begitu juga, Karni Ilyas di akhir program Indonesia Lawyers Club, atau Rosiana Silalahi saat menutup program Rossi di Kompas TV. Berikut, penulis kutip salah satu bagian penutup dari program Mata Najwa di

Metro TV, pada episode “Catatan Tanpa Titik”, yang menjadi akhir dari siarannya di stasiun tv tersebut.

*Tiap orang bisa merencanakan tujuan
Namun sulit menerka akhir perjalanan
Yang bisa dilakukan selekasnya melangkah
Dengan derap yang tak boleh setengah-setengah*

*Berucap syukur padanya
Yang sepanjang jalan terus menyerta
Menghayati keindahan tanah air
Menghirup keragaman yang tak boleh berakhir*

*Namun mustahil terus menerus berlari
Pemahaman kadang muncul saat berhenti
Waktunya mengambil jeda beberapa saat
Agar riwayat tak lekas tumpat padat*

*Memahami perubahan yang begitu cepat
Menjaga saujana agar terus terlihat
Menyegarkan lagi khidmatnya menjadi Indonesia
Siapa tau dapat berbagi hal yang berharga*

*Jika saatnya bergerak sudah menjelang
Mata Najwa niscaya kembali datang
Menyongsong segala yang akan tiba
Dengan derap yang semoga lebih bertenaga*

*Berkarya dengan sepenuh daya
Sembari memberi makna walau dalam jeda*

Sumber: youtube metrotvnews.com

Seperti puisi-puisi penutupnya yang lain, puisi di atas berisi kritikan pada pihak-pihak yang akhirnya memaksa Najwa Shihab dan program Mata Najwa keluar dari Metro TV.

BAB 5

BAHASA JURNALISTIK TELEVISI

A. Bahasa Audio-Visual

Jurnalistik televisi menggabungkan bentuk audio, visual, dan audio-visual sekaligus dalam setiap paket tayangan berita. Hakikatnya yang demikian menjadikan penggunaan bahasa dalam jurnalistik televisi demikian kompleks. Tentu saja, kompleksitas yang penulis maksud di sini dalam kaitannya dengan kerja-kerja redaksi dalam proses produksi berita tersebut. Grame Burton (2011: 1) dalam buku *Membincangkan Televisi: Suatu Pengantar Kajian Televisi*, menyatakan bahwa pesan televisi bersifat polisemik. Artinya, televisi memiliki banyak tanda yang dibangun melalui serangkaian kode; visual, verbal, teknis, nonverbal, dan seterusnya. Sifat polisemi tersebut menjadikan televisi memiliki kompleksitas dalam hal visual dan aural.

Redaksi harus berupaya sedemikian mungkin agar *audience* di rumah mendapatkan hanya satu makna, dari ucapan *news presenter* atau *news anchor*, audio yang dimunculkan dari layar televisi, dan visual peristiwa yang ditampilkan. Jangan sampai, antara ketiganya tidak sinkron. Misalnya, ucapan *news presenter* atau *news anchor* terlihat atau dapat terbaca oleh *audience* di rumah, tapi suara audio yang dipancarkan ke luar tidak jelas atau bahkan beda dengan ucapan *news presenter*. Pun, ketika ucapan *news anchor* selaras dengan audio yang dipancarkan, tetapi visual peristiwa yang dimunculkan lain.

Adanya visual yang dimunculkan juga, menjadikan televisi memiliki sajian bahasa gestur, dalam hal ini dari para pembaca beritanya, yang membedakannya dengan jurnalistik lain (media cetak, radio, dan televisi). Ketidaksinkronan antara gestur yang ditujukan pembaca berita dengan isi berita yang disampaikan, dapat berpengaruh pada penerimaan *audience*. Misalnya, katakanlah saat

membacakan berita duka cita, mimik wajah yang ditunjukkan oleh pembaca berita datar atau tersenyum, *audience* dapat saja menangkap makna lain dari informasi tersebut.

Bahasa jurnalistik televisi disajikan dalam 2 (dua) bentuk, yaitu bahasa teks (kata-kata atau ucapan) dan bahasa simbol (lewat penampilan penyaji, dan visual gambar dari peristiwa yang disajikan). Sebenarnya, media cetak dan media *online* juga menggunakan dua bentuk bahasa, yakni melalui teks dan visual foto (foto jurnalistik). Hanya saja, dalam media cetak dan *online* dua bentuk tersebut dipisah (dalam struktur berita, setelah judul kemudian ada visual dalam foto jurnalistik), sedangkan dalam berita televisi, kedua bentuk bahasa disajikan dalam satu kesatuan narasi teks dan visual.

Guna mendapatkan audio yang menarik, televisi menghadirkan para pembaca berita yang bersuara indah, intonasinya jelas dan tegas, serta lancar dalam pengucapan atau pelafalan. Aspek bahasa berita juga belakangan ini berkembang, tidak semata pada teks dan gestur, tetapi juga lewat penampilan para pembaca beritanya. Setiap media pemberitaan yang ada, tidak hanya berlomba dalam menampilkan informasi yang eksklusif, aktual, dan terpercaya, tetapi juga dari aspek penampilan pembaca beritanya. Tidak hanya harus berparas cantik, berkulit putih (sebagian besar), tetapi juga harus berpenampilan menarik. *Make-up artist, hair stylist, wardrobe* dengan *clothing* khusus, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam rangka menunjang penampilan pembaca berita, guna menghadirkan paket berita yang menarik ke pemirsa.

Jika pada pembaca berita jaman dulu, misalnya seperti terlihat pada paket berita TVRI, pakaian yang digunakan cenderung formal. Pria dan wanita menggunakan jas dan blazer hampir di setiap penampilannya. Sekarang, para pembaca berita cenderung mengikuti cara berpakaian yang lagi tren, tidak mesti formal, yang jelas tetap memancarkan aura kecantikan dan ketampanan mereka. Pendekatan ini sangat wajar karena televisi harus berlomba mengeksplorasi konsep “kemenarikan” (salah satu karakteristik penting dalam bahasa jurnalistik) guna menjangkau sebanyak mungkin *audience*, di tengah

persaingan media yang ada, dan sekaligus menyesuaikan diri dengan perilaku *audience* (sebagai konsumen).

Jurnalistik televisi memiliki gaya penggunaan bahasa yang berbeda dengan jurnalistik media cetak. Bahasa media cetak tidak hanya harus formal, artinya sudah sesuai dengan PUEBI, tetapi juga merupakan bahasa tulis. Sedangkan dalam penulisan berita televisi, maka bahasa yang digunakan bukan saja formal, tapi juga bersifat tutur (lisan). Hal ini karena yang dikejar adalah kedekatan (*intimacy*) dengan penontonnya.

Salah satu sifat dari televisi adalah *transitory*, yaitu bersifat meneruskan pesan. Sifat demikian menjadikan berita televisi hanya bisa ditonton secara sekilas, dan tidak bisa diulang kembali. Untuk itu, penulisan berita televisi harus mampu dipahami penontonnya saat disiarkan. Bahasa berita televisi harus memiliki susunan kalimat yang tidak hanya enak didengar saat diucapkan oleh pembaca berita (*news presenter* atau *news anchor*), tetapi juga seketika itu dipahami oleh siapa saja yang menonton atau mendengarnya (*easy listening*).

Karakteristik televisi yang tidak hanya bisa di dengar (audio) tapi juga dilihat (visual), justru menjadi kelemahan terutama terkait dengan perilaku penonton. Adanya karakter audio dan visual tersebut membuat pemirsa menjadi peserta (komunikatif) yang pasif. Artinya, mereka hanya akan duduk dengan santai sambil memegang *remote*, bahkan ada yang sambil mengerjakan sesuatu yang lain, pada saat menyaksikan berita tersebut. Untuk itu, diperlukan upaya ekstra bagi awak redaksi televisi untuk menghadirkan bahasa berita yang memudahkan pemirsanya memahami maksud dari informasi yang disampaikan.

Berita televisi, meskipun disampaikan oleh penyiar, tetapi sudah dimulai dengan proses penulisan sebelumnya. Maksudnya, informasi yang kita dengar dari mulut pembaca berita bukanlah kalimat-kalimat hasil improvisasi pribadi, melainkan hasil bacaan. Oleh karena menggunakan bahasa tutur (lisan) tadi, maka kesan yang kita tangkap di rumah seolah-olah pembaca berita sedang berbicara langsung dengan kita. Ditambah lagi, hampir pasti kita tidak akan melihat kata-

kata atau kalimat yang disusun menjadi sebab berita televisi tersebut berada, sebagaimana yang bisa diamati dari berita media cetak atau media *online*. Hal ini karena tulisan berita televisi tersebut berada sedikit jauh dengan pembaca berita (*news reader*). Posisinya, letaknya di bawah kamera, yang menyorot wajah pembaca berita tersebut.

B. Aturan Khas Penulisan Berita Televisi

Selain karakteristik bahasa jurnalistik, sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam Bab 3 sebelumnya, televisi memiliki sejumlah aturan penulisan, berkaitan dengan jenis huruf, penulisan tanda baca, penulisan angka atau bilangan, bahasa yang *easy listening*. Soewardi Idris (Bauskin, 2006: 75-77) menambahkan aturan seperti, hindari penggunaan kalimat terbalik, menggunakan hukum DM (Diterangkan-Menerangkan), dan informasi khas negara lain.

Jenis Huruf

Penulisan berita menggunakan huruf kapital, dari mulai judul sampai penutup. Alasannya karena jarak antara prompter-alat yang digunakan untuk menampilkan bahasa tulisan berita televisi - (biasanya menyatu dengan kamera di hadapan pembaca berita) cukup jauh sehingga huruf kapital memungkinkan dibaca dengan jarak demikian, dibandingkan menggunakan huruf kecil.

Penulisan Tanda Baca

Tanda baca, seperti koma (,), dan titik (.) ditulis menggunakan tanda garis miring (/). Tanda koma menggunakan satu garis miring (/), sedangkan tanda titik menggunakan dua garis miring (//). Di bagian akhir penyampaian paket berita, pada suatu program berita televisi, maka tanda titik menggunakan tiga garis miring (///), yang berarti "berakhir" atau "*end*".

Contoh:

PLT DIREKTUR UTAMA PT PLN/ SRIPENI INTEN CAHYANI/ MEMINTA MAAF ATAS NAMA PLN KEPADA MASYARAKAT DI SEJUMLAH DAERAH YANG MENGALAMI PEMADAMAN SEJAK MINGGU SIANG KEMARIN// HINGGA PUKUL DUA SATU WIB/MINGGU MALAM/ SEDIKITNYA ADA SEMBILAN BELAS GARDU INDUK TEGANGAN EKSTRA TINGGI YANG SUDAH MENYALA// PADA RILIS PUKUL DUA PULUH SATU WIB/ MINGGU MALAM/ PT PLN MENYATAKAN DARI SEMBILAN BELAS GARDU INDUK TEGANGAN EKSTRA TINGGI ATAU GITET/ TUJUH BELAS DI ANTARANYA SUDAH BERTEGANGAN DAN DUA GITET LAIN MASIH DALAM PROSES PEMULIHAN// ADAPUN GITET YANG MASIH BELUM MEYALA YAITU GITET DI KEBANGAN/ GITET LESTARI BANTEN ENERGI/ GITET JAWA TUJUH/ DAN GITET SURALAYA BARU// LEBIH JAUH SRIPENI MENJELASKAN PEMULIHAN GITET TIDAK BISA DILAKUKAN SECARA SERENTAK KARENA MENJAGA KESTABILAN TEGANGAN/ SEHINGGA PLN SECARA BERTAHAP MELAKUKAN PENAMBAHAN BEBAN PADA MASING-MASING GITET YANG BELUM MENYALA//

Sumber: diformat dari Berita *Breaking News* Metro TV

Penulisan Angka atau Bilangan

Penulisan angka atau bilangan menggunakan huruf. Jika angkanya memiliki satuan hitung ratusan atau ribuan, maka bilangannya

Contoh:

Bukan bahasa berita televisi:

Korban terinfeksi Covid-19 di Indonesia, Rabu, 25 Maret 2020, menjadi 765 orang.

Bahasa berita televisi:

KORBAN TERINFEKSI COVID-19 DI INDONESIA/ RABU/ DUA LIMA MARET DUA RIBU DUA PULUH/ MENJADI TUJUH RATUS ENAM PULUH LIMA ORANG//

Bukan bahasa berita televisi:

Kurs rupiah terhadap dolar, pagi ini, melemah sebanyak dua sembilan poin, sehingga menjadi Rp16.000.

Bahasa berita televisi:

KURS RUPIAH TERHADAP DOLAR/ PAGI INI MELEMAH
SEBANYAK DUA SEMBILAN POKOK/SEHINGGA MENJADI ENAM
BELAS RIBU RUPIAH//

Untuk angka yang memiliki rincian sampai kepada puluhan atau satuan, maka ditulis bagian besarnya saja. Rincian terkecilnya dihilangkan.

Contoh:

Bukan bahasa berita televisi:

Menurut data BNPB, korban meninggal dalam bencana gempa dan tsunami Aceh sebanyak 1. 862. 359 orang.

Bahasa berita televisi:

MENURUT DATA BNPB/ KORBAN MENINGGAL DALAM
BENCANA GEMPA DAN TSUNAMI ACEH MENCAPAI DUA JUTA
ORANG//

Atau

MENURUT DATA BNPB/ KORBAN MENINGGAL DALAM
BENCANA GEMPA DAN TSUNAMI ACEH MENCAPAI SATU KOMA
DELAPAN JUTA LEBIH ORANG//

Bukan bahasa berita televisi:

Sebanyak 362. 129 jamaah haji kloter Jakarta diberangkatkan pagi tadi melalui bandar udara Soekarno-Hatta

Bahasa berita televisi:

SEBANYAK TIGA KOMA ENAM RIBU JAMAAH HAJI KLOTER
JAKARTA DIBERANGKATKAN PAGI TADI MELALUI BANDAR
UDARA SOEKARNO HATTA//

Atau

LEBIH DARI TIGA RATUS ENAM DUA JAMAAH HAJI KLOTER
JAKARTA DIBERANGKATKAN PAGI TADI MELALUI BANDAR
UDARA SOEKARNO HATTA//

Terdengar Indah dan Nyaman

Bahasa berita televisi harus yang *easy listening* atau terdengar indah dan nyaman di telinga, serta mudah dipahami. Untuk itu formula yang dianjurkan adalah satu kalimat tidak lebih dari 20 kata.

Kalimat Terbalik

Kalimat terbalik (*inverted sentence*) maksudnya bahwa ada penempatan kata atau frasa dalam kalimat tersebut yang membuat pembacaannya menjadi tidak lancar. Misalnya, Mempertukarkan posisi antara kata “wartawan” dengan “menjelaskan”, seperti contoh berikut:

Bukan bahasa berita televisi

Presiden Joko Widodo, kepada wartawan menjelaskan tentang skema bantuan jaring pengaman sosial menyikapi pandemi covid-19.

Bahasa berita televisi

PRESIDEN JOKO WIDODO MENJELASKAN KEPADA WARTAWAN TENTANG SKEMA BANTUAN JARING PENGAMAN SOSIAL MENYIKAPI PANDEMI COVID-19//

Hukum Diterangkan-Menerangkan

Penulisan berita televisi harus mengacu pada format DM (Diterangkan-Menerangkan), di mana pokok kalimat diletakkan berdekatan dengan sebutan kalimat. Penempatan yang berjarak (disela dengan anak kalimat yang lain) dapat menyebabkan kekacauan perhatian penonton, sehingga maksud pesannya menjadi bias.

Contoh:

Bukan bahasa berita televisi

Lurah Desa QRS, Yahya Husin, saat membagikan paket sembako bantuan dari pemerintah, dilarikan ke rumah sakit karena terhimpit oleh warga.

Bahasa berita televisi

LURAH DESA QRS/ DOKTERANDUS YAHYA HUSIN/ DILARIKAN KE RUMAH SAKIT KARENA TERHIMPIT OLEH WARGA SAAT MEMBAGIKAN PAKET SEMBAKO BANTUAN DARI PEMERINTAH//

Informasi Khas Negara Lain

Informasi khas negara lain yang dimaksud berkaitan dengan, misalnya mata uang, ukuran, timbangan, dan takaran. Dalam hal ini,

karena kemungkinannya berbeda penyebutan dengan di Indonesia, maka penulisannya harus disertai penyebutan dengan istilah yang lazim berlaku di negara atau masyarakat sini. Misalnya: mil, dolar, yen, dan lainnya.

Contoh:

Bukan bahasa berita televisi

Kapal asing berbendera Cina terlihat memasuki perairan Natuna sejauh 20 mil dari garis Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE).

Bahasa berita televisi

KAPAL ASING BERBENDERA CINA TERLIHAT MEMASUKI PERAIRAN LAUT NATUNA SEJAUH DUA PULUH MIL ATAU DUAPULUH LIMA KILOMETER DARI GARIS ZONA EKONOMI EKSKLUSIF INDONESIA//

C. Format Penulisan Berita Televisi

Dalam jurnalistik televisi, sebagai bentuk media massa lainnya, setelah pencarian informasi dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah menulis berita. Penulisan berita televisi sangat ditentukan oleh seberapa banyak informasi yang dihimpun oleh para reporter berkenaan dengan sebuah peristiwa atau isi tertentu. Selain itu, penulisan juga akan sangat bergantung dengan aktualitas informasi tersebut, serta keputusan redaksi untuk segera atau “sedikit menunda”, penyampaian berita tersebut. Maksud dari frasa “sedikit menunda” di sini, karena televisi memiliki ragam program berita, di mana penayangannya sangat bervariasi dari segi waktu.

Katakanlah di Kompas TV, TV One, Metro, TV, atau televisi berita lainnya. Ada program berita dengan waktu tayangan di pagi hari, siang hari, sore atau malam hari (*primetimer*), dan tengah malam. Ada program yang bersifat *live report* dari TKP. Tetapi ada juga program seperti *breaking news*, Kompas Update, dan lain-lain, yang mana penayangannya setiap satu jam sekali. Nah, penulisan berita akan sangat bergantung dengan pilihan-pilihan waktu atau format program siarannya.

Format berita televisi ditulis dengan memperhatikan unsur penting yaitu waktu atau durasi tayangan. Dalam artian, penulis berita televisi tidak hanya pandai menarasikan peristiwa, namun juga bisa menghitung durasi yang dihabiskan untuk setiap teks beritanya. Dalam hal ini, televisi memiliki sejumlah format penulisan berita, di antaranya: *Reader*, *Voice Over (VO)*, *Voice Over –Grafik (VO–Grafik)*, *Sound On Tape (SOT)*, *Voice Over–Sound On Tape (VO–SOT)*, *Package (PKG)*, *Live on Cam*, *Live on Tape (LOT)*, *Live by Phone*, *Phone Record*, *Visual News*, dan *Vox Pop* (Harahap, 2006: 48-56).

Reader

Penulisan berita dengan format *reader* biasanya dilakukan atas informasi yang baru diperoleh di waktu *deadline*, atau ketika siaran dalam proses mengudara. Format ini hanya ditulis *lead*-nya saja untuk dibacakan, serta tidak disertai gambar. Biasanya berita dengan format *reader* berasal dari informasi yang penting. Durasi siarannya dibatasi maksimal 30 menit.

Voice Over

Format *voice over* adalah penulisan berita dengan panduan dari hasil video liputan. Dalam hal ini, durasi video (yang menayangkan suatu gambar) disesuaikan dengan narasi yang dibacakan oleh penyiar atau pembaca berita. Penyiar atau pembaca berita, selain membaca *lead*, juga membaca tubuh berita secara keseluruhan. Durasi yang dibutuhkan untuk penayangan berita dengan format ini adalah 20–30 detik.

Voice Over –Grafik

Berita yang informasinya disajikan dalam bentuk grafik. Dalam hal ini, penyiar atau pembaca berita akan membacakan keseluruhan informasi (*lead* dan tubuh berita), di mana pada layar akan dimunculkan grafik. Format ini biasanya ditulis pada peristiwa yang sedang berlangsung, di mana redaksi belum mendapatkan visual di lapangan. Durasi yang dibutuhkan maksimal 20 detik.

Sound on Tape

Format penulisan *sound on tape* ditulis dengan memberikan ruang bagi narasumber untuk menyatakan pandangannya secara langsung. Di sini, penyiar atau pembaca berita bertugas membacakan *lead*, tayangan selanjutnya menampilkan visual narasumber sedang menyatakan pandangannya tentang isu atau peristiwa yang diberitakan. Peran reporter adalah menulis *lead*. Pernyataan narasumber merupakan informasi tersendiri yang tidak termuat dalam *lead*. Format ini dipilih manakala narasumber memiliki pernyataan yang sangat bernilai berita. Durasi yang dibutuhkan bisa 60 detik atau lebih.

Voice Over-Sound on Tape

Sesuai dengan namanya, format berita ini memadukan antara *voice over* dengan *sound on tape*. Reporter dapat berperan menulis *lead* dan tubuh berita untuk dibacakan oleh penyiar atau pembaca berita. Sedangkan pada bagian akhir dihadirkan visual narasumber sedang menyampaikan pernyataannya. Durasi yang dibutuhkan adalah 60 detik.

Package

Format berita *package* merupakan paket berita lengkap. Pada format ini, *lead* ditulis oleh reporter untuk dibacakan penyiar atau pembaca berita. Tubuh berita disampaikan oleh *dubber* (bisa reporter atau narator lainnya). Pada bagian tubuh berita, disertakan pernyataan narasumber (SOT), kemudian berita ditutup oleh *dubber*. Visual peristiwa yang memiliki atmosfer *sound/natural sound* yang menarik dan dramatis, dapat ditampilkan. Durasi yang dibutuhkan maksimal 150 detik (2 menit 30 detik).

Live on Cam

Format ini menggunakan laporan langsung oleh reporter di lapangan sebagai isi berita. Penulis hanya membuat *lead* untuk dibacakan oleh penyiar atau pembaca berita di studio. Format ini juga

sering menghadirkan *interview* antara penyiar di studi dengan reporter di lapangan, dalam rangka menggali informasi secara mendetail. Di sela-sela pelaporan oleh reporter dari lapangan, dapat disisipkan visual TKP. Digunakan pada peristiwa yang masih berlangsung dengan nilai berita besar, serta peliputannya terencana. Durasi dalam format ini, disesuaikan dengan kebutuhan.

Live on Tape

Format berita yang liputannya diambil secara langsung di lapangan, tetapi penayangannya ditunda (*delay*). Format seperti ini dipilih karena ada pertimbangan teknis dan biaya, namun tetap terjamin sisi aktualitasnya meskipun penayangannya ditunda. Durasi disesuaikan dengan kebutuhan.

Live by Phone

Format berita dengan menggunakan perangkat telepon untuk menghubungi narasumber dari studio, dan disajikan secara langsung. Dalam hal ini, bagian yang ditulis untuk dibacakan oleh penyiar atau pembaca berita adalah *lead*. Format seperti ini dipilih manakala hasil liputan (gambar peristiwa) belum didapatkan. Di tayangan, akan muncul gambar dari narasumber yang dihubungi. Durasi yang disediakan maksimal 60 detik.

Phone Record

Format *phone record* hampir mirip dengan *live by phone*, yang membedakannya adalah penayangannya ditunda.

Visual News

Format visual *news* adalah berita yang hanya menyajikan visual gambar-gambar yang menarik dan dramatis. Bagian yang ditulis hanya *lead* saja, sebagai pengantar yang akan dibacakan oleh penyiar atau pembaca berita.

D. Menulis *Lead*, Judul, dan Tubuh Berita Televisi

Struktur berita televisi, sama dengan yang ada pada media cetak, media *online*, dan bahkan juga radio, terdiri dari judul, *lead*, dan tubuh berita. Namun, penulisannya tentu berbeda dengan media massa lainnya. Pada media televisi, judul tidak terlalu dipentingkan. Judul berita televisi hanya berfungsi memberikan konteks (peristiwa atau isu yang dibahas) pada berita. Maksud pernyataan penulis bahwa judul tidak terlalu penting karena biasanya muncul setelah penyiar atau pembaca berita menyampaikan *lead*. Pemirsa yang menonton paket berita tersebut sejak awal, sudah tentu akan memahami makna informasi tersebut, tanpa perlu tahu judulnya.

Meski tidak terlalu penting, judul tetap wajib dicantumkan dalam naskah berita yang ditulis. Biasanya, berita televisi hanya menampilkan judul dengan variasi antara tiga sampai tujuh kata. Judul berita televisi harus singkat, padat, jelas, dan informatif, serta ditulis dengan menggunakan bahasa formal. Di bawah ini disajikan contoh-contoh judul berita dari televisi nasional.



Sumber: tangkapan layar dari saluran Youtube *Kompas TV, TV One, Metro TV, dan Berita Satu*.

Keterangan gambar dan judul berita:

1. *Larangan Konvoi Takbiran* (Kompas TV)
2. *Satwa Bobin Saat Pandemi* (TV One)
3. *Kereta Luar Biasa Tiba di Gambir* (Metro TV)
4. *Abai PSBB, MCD Sarinah Kena Denda* (Berita Satu)

Lead atau intro berita pada televisi memiliki peran yang sangat vital, sebab rangkuman informasi penting mengenai peristiwa yang diliput tersaji di sini. *Lead* biasanya akan membantu pemirsa untuk memahami lebih peristiwa atau isu yang sedang dibahas, serta mengantarkan mereka pada informasi detail pada bodi. Itu sebabnya, *lead* pasti ada dalam setiap paket berita televisi, apa pun formatnya. Adapun bodi dan penutup berisi informasi lanjut dari *lead*. Tubuh dan penutup berita biasanya berganti, tergantung format beritanya. Terkadang tubuh dan penutup ditulis oleh reporter dan dibacakan (dinarasikan) oleh reporter itu secara langsung atau oleh penyiar, maupun *dubber*. Tetapi juga bisa dalam bentuk pernyataan langsung narasumber atau laporan langsung reporter dari lapangan.

BAB 6

BAHASA JURNALISTIK *ONLINE*

A. Konten adalah Raja

Dalam jurnalistik lama (merujuk pada media cetak, televisi, dan radio), fakta adalah segalanya. Berita yang baik ketika memiliki sejumlah fakta yang memadai. Tidak hanya itu, fakta tersebut juga harus dapat dibuktikan, bukan hasil rekayasa. Namun, dalam jurnalistik *online*, bukan fakta yang menjadikan peningkatan jumlah pengunjung, namun konten. Dalam jurnalistik *online*, “konten adalah raja”.

Jurnalistik hari ini—terutama merujuk pada jurnalistik *online*—tidak bisa hanya sekedar menunggu peristiwa terjadi untuk kemudian diliput. Juga tidak hanya menunggu pernyataan dari seorang pesohor (pejabat dan selebriti) untuk dikemas menjadi tulisan. Namun, jurnalistik sekarang harus secara proaktif dan juga kreatif menciptakan sendiri konten-konten yang baru. Tentu saja, konten-konten yang dibuat jurnalis harus makin relevan dengan audiens, serta membangun situasi interaksi dengan mereka (Haryanto, 2014: 172).

Pada praktiknya, akibat menjadikan konten sebagai fokus utama jurnalistik, kita akan dengan mudah menemukan banyak media, bahkan dengan nama besar sekalipun, menurunkan artikel berita dengan kecenderungan seperti berikut:

1. Tidak relevan, antara judul dengan isi.
2. Judul bombastis, tapi isinya melempem.
3. Mengaburkan antara berita dengan informasi iklan.
4. Memunculkan berita-berita pesanan (bisa kita lihat misalnya dengan artikel berita yang mengulas “10 Destinasi Parawisata Terbaik di Dunia”, atau “5 Hotel yang Wajib Dikunjungi di Kota A”, dan sebagainya).

5. Berita dengan informasi yang tidak relevan bagi umat manusia di dunia, misalnya: “Ternyata Meztut Ozil Suka Makan yang Enak-Enak” (manusia penduduk bumi mana yang tidak suka makan enak?).
6. Informasi minim verifikasi, yang cenderung mengarah ke *hoax*.
7. Dll.

Memang, praktik jurnalisme *online* yang demikian tersebut bukan kemauan pihak redaksi sendiri, apalagi menjadi visi ideologisnya para wartawan media *online*. Kecenderungan yang terjadi akibat dari kooptasi ruang redaksi oleh manajemen SEO (*Search Engine Optimization*). Kita tahu bahwa hampir semua media *online* besar memiliki “kelembagaan” yang mengurus masalah SEO ini. Kadangkala, ruang redaksi tidak bisa melakukan apa-apa, jika sudah turun fatwa dari bagian SEO (*content marketing* atau *specialist content*). Tulisan dengan informasi yang aktual dan penting pun bisa jadi tidak dimuat kalau kecenderungan informasi dari bagian SEO tersebut menyatakan lain. SEO sendiri adalah upaya sistematis untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke situs, dengan cara membaca karakteristik dan perilaku pengguna internet di mesin pencarian.

Sebenarnya, makna “konten adalah raja”, dalam praktik jurnalisme *online* di Indonesia—bahkan mungkin kecenderungan global sudah diselewengkan. Dalam praktik jurnalisme global misalnya, *smh.com.au* (*The Sydney Morning Herald.com*) pernah menurunkan artikel dengan judul *Not allowed to do testing': governor says Jakarta was tracking COVID-19 cases in January* (Tidak Diiijinkan Melakukan Pengujian: Gubernur Mengatakan Jakarta Sudah Melacak Kasus Covid-19 Sejak Januari). Artikel tersebut dimuat pada Mei 2020. Muncul pro dan kontra terkait pernyataan tersebut, yang kemudian diklarifikasi Gubernur Anis bahwa dia tidak pernah menyampaikan pernyataan seperti itu.

Istilah “konten adalah raja” bermaksud bahwa media *online* (atau web secara umum) harus menampilkan dan menyajikan secara konsisten konten yang berkualitas. Artinya ada tanggung jawab etis pengelola media kepada pengunjung, tidak hanya mengeksploitasi

dari aspek komersial, sebagaimana esai dari Bill Gates yang ditulis tahun 1997, dengan judul *Content is King* (Evens, 2017); Bill Gates adalah pencetus pertama istilah tersebut.

Realitas demikian bukan berarti kerja jurnalisisme *online* tanpa harapan. Dalam hal ini menjalankan fungsi dan peran yang melekat kepadanya; sebagai fungsi edukasi, fungsi informasi, kontrol sosial, dan sebagainya. Tentu saja, banyak juga berita-berita positif yang ditulis dengan standar jurnalistik yang baik, dengan tetap mempertahankan segala kekhasan yang menjadi bagian dari dirinya karena menggunakan internet.

B. Aturan Penulisan

Dalam menyusun bahasa teks berita, media *online* menggunakan karakteristik sebagaimana dalam jurnalisisme lainnya. Tetapi karakteristik bahasa yang singkat dan padat, lebih banyak dieksplorasi dalam menulis berita. hal ini tentu saja karena media *online* membutuhkan tulisan-tulisan yang singkat namun kaya informasi, di mana disesuaikan dengan perilaku pengunjung atau pembacanya, salah satunya memiliki mobilitas tinggi.

Romli (2012: 56) menjelaskan bahwa berita media *online* ringkas dan langsung ke intinya atau *to the point*. Idealnya, maksimal 400 kata, di mana naskah yang panjang dipecah menjadi beberapa artikel dengan membuat tautan untuk menghubungkannya. Di sini, judul dibuat semenarik mungkin agar menarik perhatian dan minat pembaca.

Oleh karena teks berita media *online* dibuat agar bisa dipindai (*scannable*) oleh pembaca, Romli (2012: 57-58) menguraikan sejumlah tata cara penulisan artikel berita media *online*, sebagai berikut:

1. Judulnya sederhana dan langsung ke pokok informasi (*straight forward*).
2. Setelah 5 paragraf, bisa dibuat subjudul/anak judul.
3. Subjudul atau anak judul tersebut terdiri dari 3 kata (maksimal).

4. Buat paragraf pendek-pendek, dengan masing-masing memiliki satu gagasan.
5. Kalimat penyusun paragraf juga pendek-pendek.
6. Pakailah daftar informasi atau penomoran informasi.
7. Kutipan diperbesar.
8. Font tertentu dibesarkan, ditebalkan, diberi warna, atau diberi garis bawah (*underline*).
9. Ulas kata-kata penting dengan warna berbeda, cetak tebal, pemakaian jenis huruf dan ukuran tertentu, *hypertext/hyperlink*.
10. Bisa gunakan tabel atau poin-poin angka rutan ke bawah, untuk menjelaskan informasi-informasi jenis, kelompok, himpunan, atau semacamnya.
11. Pilih kata yang familier agar mudah dipindai mesin pencari (SEO).
12. Hindari kesalahan ejaan.
13. Gunakan *hyperlink* dan *link* untuk memperkaya tulisan.

C. Model Penulisan Berita

Jurnalistik *online* merupakan jurnalistik baru, yang muncul sekitar penghujung tahun 1990-an. Dengan demikian, secara praktikal masih mengindik pada jurnalisme sebelumnya, terutama media cetak. Tradisi keduanya sama-sama berfokus kepada penulisan (meski ada pengembangan yang ada di jurnalisme *online* dalam hal audio dan visual, untuk *streaming*), tetapi tidak meninggalkan tulisan dalam penyampaian beritanya. Oleh karena itu, struktur penulisan berita sebagian masih mengadopsi jurnalistik media cetak. Namun, ada kesadaran juga dari para ahli bahwa medium internet memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga mulai muncul beberapa pengembangan struktur penulisan berita, meski terlihat belum terlalu mapan.

Di bawah ini, penulis mencoba menghimpun beberapa model struktur penulisan berita—selain model piramida terbalik yang sudah dibahas sebelumnya, yang dipraktikkan dalam jurnalistik *online*, baik berdasarkan adopsi dari jurnalistik lama, maupun pengembangan

baru khas jurnalistik *online*, di antaranya: model efek sampanye (*champaigne effect*), model piramida jatuh (*tumbled pyramid*) atau disebut juga sebagai piramida horizontal, *The Bradshaw diamond model*, dan *The Black's wheel model*.

1. Model Efek Sampanye

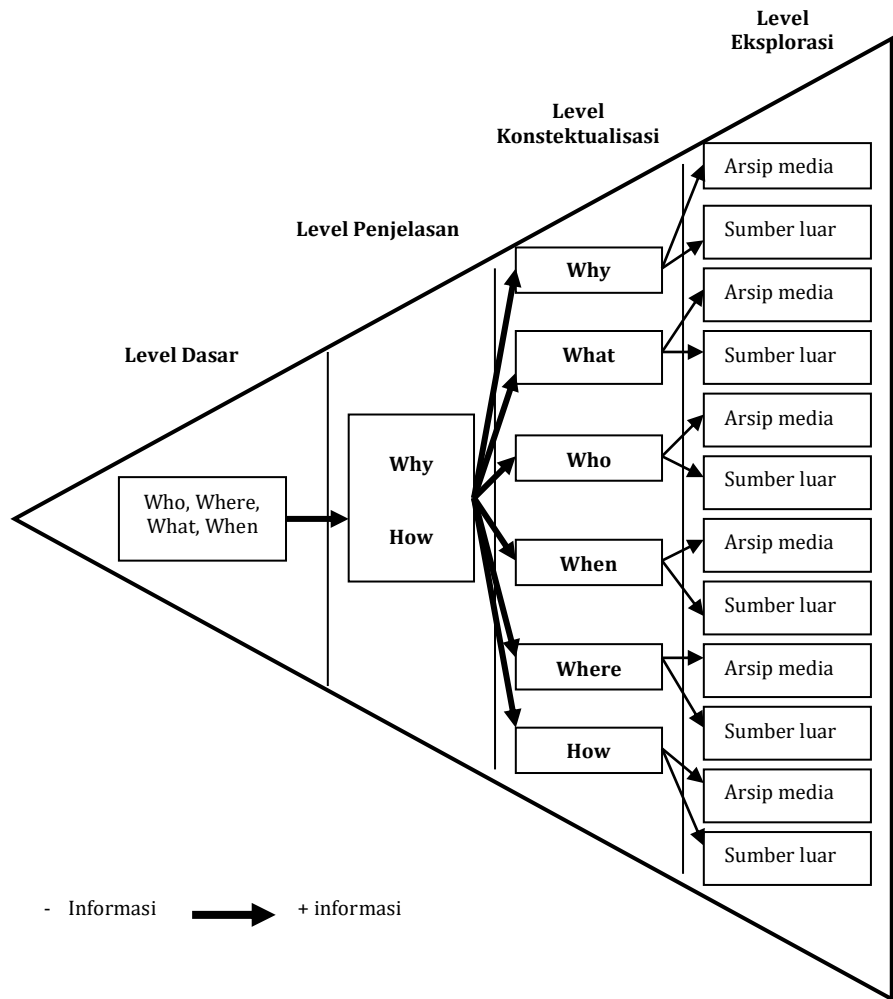
Model Efek Sampanye (*Champaigne Effect*) dipopulerkan oleh Mario Garcia (2002) dalam bukunya *Pure Design, 79 Simple Solutions for Magazines, Books, Newspapers, and Websites*. Dalam menulis berita, Ia mengandaikan seperti orang-orang yang sedang konsumsi minuman sampanye di sebuah gelas. Begitu gelasny terlihat kosong, keinginan agar diisi kembali cukup kuat pada setiap orang yang familiar dengan minuman tersebut, meski hanya sekadar untuk menonton gelembung-gelembung busanya. Maksudnya bahwa penulis website (termasuk dalam hal ini media *online*) pada setiap 21 baris tulisannya, harus berupaya membuat pembacanya kembali tertarik untuk mengakhiri ceritanya. Model ini sekaligus menegaskan bahwa satu artikel berita media *online* berjumlah 21 baris.

Menurut Canavilhas (2012: 356) model efek sampanye secara aplikatif menjelaskan bahwa wartawan atau pengelola media *online* harus menyediakan informasi dalam satu teks, namun dalam sepanjang cerita itu perlu didistribusikan petunjuk-petunjuk. Dalam setiap segmen 21 baris (jumlah rata-rata baris teks yang terlihat di layar), wartawan perlu memasukan unsur-unsur menarik sehingga pembaca tertarik untuk membaca kelanjutannya.

2. Model Piramida Jatuh

Model Piramida Jatuh (*Tumbled Pyramid*) juga disebut piramida horizontal (Horizontal Pyramid) dipopulerkan oleh Joao Canavilhas (2012: 359-361), yang pada prinsipnya memiliki empat level atau tingkatan informasi (lihat bagan).

Gambar: Model Piramida Jatuh



Sumber: Canavilhas (2012: 360)

Pertama, tingkatan dasar (*basic level*) dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan apa (*what*), siapa (*who*), kapan (*when*), dan di mana (*where*). Informasi yang tersaji pada tingkatan ini dapat berupa

teks dan foto. Wartawan perlu menyajikan kata kunci pada level ini, sehingga memudahkan pencarian oleh pembaca, yang dapat meningkatkan *traffic* situs ini.

Kedua, disebut sebagai tingkatan penjelasan (*explanation level*). Di sini, tulisan difokuskan untuk menggali informasi tentang mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*) guna melengkapi informasi berita. Selain informasi berupa teks dan gambar, wartawan juga perlu menghadirkan tautan definisi dan tautan ke dokumen. Sebagai ilustrasi, jika terjadi peristiwa kecelakaan tunggal dari sebuah mobil sport, maka: 1) Tautan definisi mengarah ke informasi terperinci tentang mobil sport tersebut; 2). Tautan dokumen mengarah ke informasi kecelakaan sejenis.

Ketiga, tingkatan kontekstualisasi (*contextualization level*) diarahkan untuk memberikan konteks pada cerita yang diangkat, dengan memfungsikan karakteristik web, di mana selain menyediakan platform multimedia, juga interaktivitas, dan *hypermedia* (atau *hypertext*). Dengan demikian konten informasi selain teks dan foto, juga menggunakan video atau gambar, dan suara. Hal ini untuk melibatkan pembaca dalam konsumsi informasi yang terpersonalisasi. Pada level ini, wartawan perlu mencantumkan tautan definisi, yang mengarah kepada penjelasan subjek berita. misalnya, sebagaimana contoh peristiwa di atas, maka subjek yang dimaksud adalah produsen dari mobil sport tersebut.

Kelima, tingkatan eksplorasi (*exploration level*), di mana informasi yang disajikan untuk menggali lebih dalam tentang hal tertentu (tentang salah satu dari unsur 5W+H). pada level ini, informasi berita harus terhubung ke tautan internal (media) dan eksternal (sumber lain di luar) dengan tautan dokumental. Misalnya, informasi tentang data kecelakaan mobil sport di website kepolisian, dan lain-lain.

Unsur berita yang menjadi sajian, konten yang disajikan, serta fokus sajian informasi dari keempat tingkatan model piramida jatuh tersebut, dirangkum dalam tabel di bawah ini:

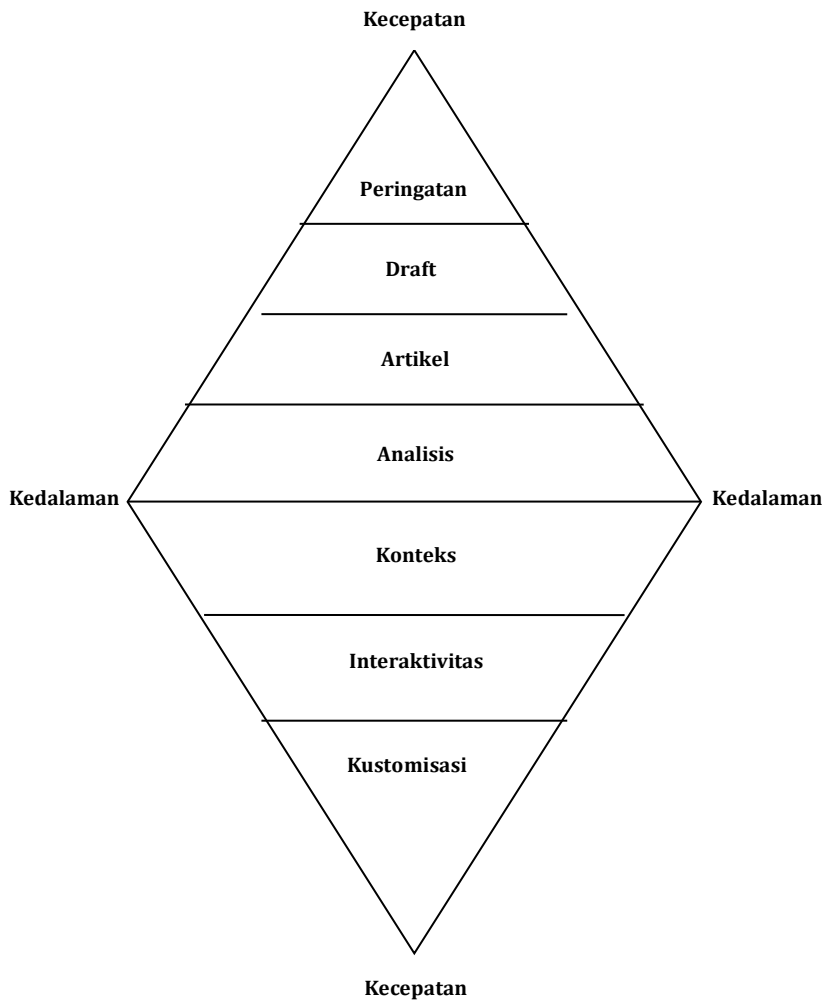
Tingkatan	Unsur Berita Tersaji	Konten	Fokus Sajian
Dasar	<i>What, who, where, when</i>	Teks, gambar	Kata kunci informasi
Penjelasan	<i>Why, how</i>	Teks, foto, tautan, dokumen dan tautan definisi	Tautan yang mengarah ke rincian cerita
Kontekstualisasi	<i>What, who, where, when, why, how</i>	Teks, foto, video, suara, gambar	tautan definisi dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan spesifik tentang subjek
Eksplorasi	Pendalaman salah satu unsur 5W+H	Dokumen, teks yang terhubung ke eksternal	ke <i>database</i> internal dan eksternal dengan tautan <i>documental</i>

Sumber: Pengembangan penulis dari model Piramida Jatuh

3. Model Berita “Berlian”

Model Berita Berlian (The News Diamond Model), dikembangkan oleh Paul Bradshaw (2007), dalam sebuah artikel berjudul *A model for The 21st Century Newsroom: pt1-The News Diamond*, yang di-publish pada blog pribadinya “*Online Journalism*”. Sebenarnya, sebagaimana dijelaskan oleh Canavilhas (2012: 356) model ini lebih banyak menjelaskan tentang alur kerja jurnalis *online* daripada teknik menulis. Dalam konteks ini, cerita bukan hanya teks tetapi serangkaian teks yang dihubungkan oleh suatu proses di mana “cerita mungkin bergerak melalui sejumlah tahap dari peringatan awal hingga untuk kustomisasi”. Dalam model ini, blog, jejaring sosial, dan pengguna mulai memainkan peran yang melengkapi dan mendukung pekerjaan jurnalis.

Gambar: Model Berita Berlian



Sumber: Blog *Online Journalisme*, Bradshow (2007)

Bradshow (2007) mengawali paparan modelnya dengan mengatakan bahwa media *online* memiliki dua keunggulan yang saling kontradiktif, yaitu kecepatan dan kedalaman. Jika kecepatan di sini dimaksudkan sebagai waktu penyajian, maka kedalaman

dimaksudkan bahwa media *online* memiliki ruang dan waktu yang tidak terbatas, terutama didukung dengan karakter hipertekstual yang dimilikinya. Model ini, meskipun tidak memandu wartawan dalam hal bagaimana menulis sebuah berita, namun, dengan kesadaran keunggulan kedalaman (waktu dan ruang) serta “hipertekstualitas” (karakter media *online*), model ini memberikan kerangka bagaimana wartawan memperlakukan sebuah informasi (dari peristiwa), sebagai sebuah konten berita. Oleh penulisannya, model ini ditasbihkan sebagai kerangka kerja produksi berita *online* abad 21.

Bradshaw (2007) menguraikan bagaimana sebuah proses kelahiran berita di era konvergensi kecepatan menuju kedalaman, dalam tahapan berikut:

1. Peringatan (*alert*).

Peringatan dikirimkan wartawan atau editor ke pembaca atau pelanggan melalui email, Twitter, Facebook, atau saluran lain yang tersedia, setelah tahu terjadinya sebuah peristiwa. Mengirimkan peringatan tersebut menunjukkan media memiliki informasi eksklusif, dan ini sangat memperkuat reputasi mediana. Implikasi lain adalah mendorong kunjungan ke situs media *online*.

2. Draf (*draft*)

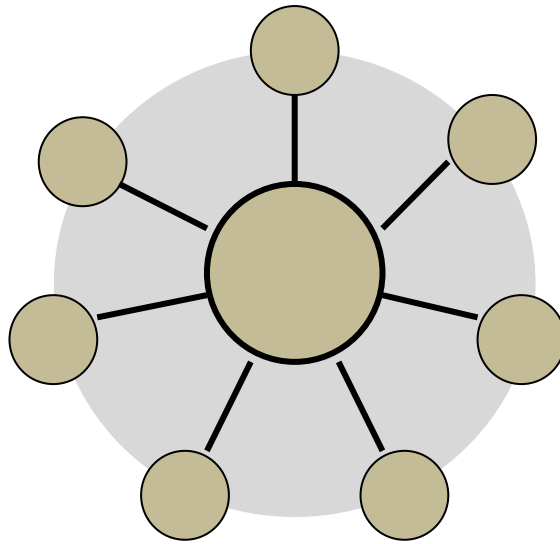
Langkah selanjutnya adalah membuat draf berisi informasi singkat mengenai peristiwa apa yang terjadi, di mana tempatnya, dan sumbernya. Draf memang belum bisa disajikan pada situs *online*, tetapi bisa di blog, sambil menunggu reporter dari lapangan melaporkan secara lebih mendetail. Keuntungannya yaitu: membawa lebih banyak pembaca, penyebaran informasi melalui *blogsphere*, meningkatkan jumlah kunjungan.

3. Artikel/paket (*article/package*)

Membuat artikel yang bisa disajikan ke seluruh media massa. Dalam hal ini, media *online* memiliki keunggulan dalam hal kecepatan dan kedalaman (tidak terbatas).

4. Konteks (*context*)
Konteks di sini berkaitan dengan bagaimana memanfaatkan keunggulan media *online*: kecepatan dan kedalaman. Dengan ruang yang tak terbatas, artikel diperkaya dengan hiperteks (dokumen, sumber eksternal, *link* web tertentu, dan lain-lain).
5. Analisis/Refleksi (*analysis/reflection*)
Tahapan lanjutnya adalah menganalisis respons yang muncul, baik di *blogsphere* maupun di forum yang disediakan oleh situs *online* Anda.
6. Interaktivitas (*interactivity*)
Melibatkan diri dalam interaksi-dengan tujuan memberi informasi - dengan pembaca atau pelanggan yang akan menghasilkan kunjungan berulang dan dalam waktu yang lama.
7. Kustomisasi (*customisation*)
Tahap kustomisasi akan tercipta secara otomatis, di mana pelanggan dapat menyesuaikan informasi dengan kebutuhan mereka sendiri. Pada tahap ini, pengelola media *online* harus menyediakan misalnya, jurnalisme berbasis data, langganan pembaruan berita melalui email, dan lain-lain.
8. Model Roda Hitam
Model Roda Hitam (The Black's Wheel Model) diperkenalkan oleh Prof. Dr. Maria Laura Martinez dan Prof. Dr. Sueli Mara S.P. Ferreira, (2010), sebagai penolakan terhadap model piramida terbalik, yang mereka anggap wartawan hanya bercerita secara linier (satu arah). Kedua guru besar dari Universitas Sao Paulo, Brazil, tersebut membangun model penulisan berita media *online*, dengan menggunakan ekspresi grafik untuk mengembangkan konsep yang mereka sebut sebagai "diagram roda naratif". Ekspresi grafik ini sendiri diilustrasikan dari gambar "roda hitam", yaitu ban mobil hitam (*velg* mobil dan komponen-komponen yang bisa diamati, seperti poros, dan *gear*). Model awal dari diagram roda hitam, diilustrasikan seperti gambar berikut ini.

Gambar: Sketsa Abstrak Diagram Roda Hitam

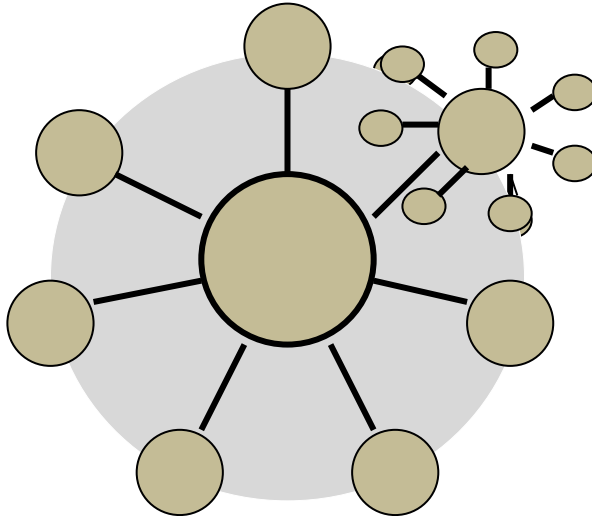


Sumber: Martinez dan Ferreira (2010: 6)
(Warna gambar disesuaikan oleh penulis)

Pada sketsa abstrak diagram roda hitam di atas, lingkaran coklat menjelaskan tentang unsur narasi (atau unsur cerita). Narasi utama (unsur utama) diandaikan sebagai informasi lengkap dari sebuah peristiwa, di mana wartawan bisa mengembangkan unsur narasi lain (berita-berita lain) berdasarkan informasi lengkap tersebut. Banyaknya jumlah unsur narasi sangat tergantung dari: 1) jumlah informasi yang tersedia dari sebuah isu atau peristiwa; 2) jumlah isi narasi yang independen atau bisa berdiri sendiri; dan 3) tingkat detail informasi cerita. Garis-garis hitam (*gear* mobil) yang menghubungkan lingkaran disebut sebagai hierarki roda unsur narasi.

Dalam pengembangannya, bisa jadi unsur narasi lain (masing-masing berita) hasil pecahan dari informasi utama (unsur poros/pusat narasi), direplikasi ke dalam satu atau lebih jari-jari roda yang bar, seperti terlihat dalam gambar berikut:

Gambar: Roda Hitam yang mereplikasi unit dalam struktur yang lebih kompleks.



Sumber: Martinez dan Ferreira (2010: 7)
(Warna gambar disesuaikan oleh penulis)

Replikasi tersebut dimungkinkan manakala masing-masing unsur mandiri dan independen (berdiri sendiri) dalam hal uraian peristiwanya. Artinya, untuk memahami peristiwa hasil replikasi tersebut, tidak perlu membaca unsur-unsur yang lain. Pembaca bisa memulai dan mengakhiri membaca replikasi berita tersebut pada unsur yang itu sendiri (dalam bahasa kedua peneliti ini, “navigasi dimulai dan diakhiri pada unsur itu sendiri”).

Martinez dan Ferreira (2010: 8-9) menguraikan delapan pedoman, yang dapat menjadi panduan bagi wartawan atau editor untuk mengembangkan cerita dengan teknik Roda Hitam ini (terakumulasi dari waktu ke waktu), di antaranya:

1. Fokus ke pengguna (*user concern*)
Cerita berfokus kepada pengguna atau pembaca, terkait dengan informasi apa yang mereka perlukan, apakah cerita tersebut

bisa mempengaruhinya, perspektif apa yang ingin dilihat dari pembaca tentang cerita tersebut,

2. Identifikasi unsur (*element identification*)
Mengidentifikasi unsur yang akan membentuk cerita secara mandiri dan berdiri sendiri (independen)
3. Interaktivitas (*interactivity*)
Mempertimbangkan bentuk interaksi yang dapat digunakan pada setiap unsur narasi yang dikembangkan.
4. Multimedialitas (*multimediality*)
Menggunakan konten multimedia seperti suara, info grafis atau video dapat menambah nilai cerita. Konten multimedia digunakan jika dirasakan menambah nilai informasi pada berita.
5. Personalisasi (*personalization*)
Lakukan personalisasi konten yang disesuaikan dengan profil pengguna atau pembaca media Anda, dalam setiap unsur narasi. Fragmentasi pembaca yang memiliki kesamaan minat dalam satu kelompok.
6. Navigasi (*navigation*)
Bangun struktur tautan koheren yang menghubungkan unsur narasi. Struktur tersebut harus memungkinkan pengguna untuk memandu pengalamannya sendiri saat berhubungan dengan konten, secara memuaskan dan efisien.
7. Penamaan (*labeling*)
Membuat penamaan yang menarik dari setiap unsur narasi tersebut
8. Dokumentasi (*documentation*)
Tambahkan dokumen pada setiap unsur narasi tersebut, serta lakukan verifikasi akhir untuk memastikan apakah ceritanya sudah selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar. 1997. *Politik Bahasa dan Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Editor: Yayat Sri Hayati. Jakarta: Erlangga.
- Burton, Graeme. 2011. *Membicarakan Televisi: Sebuah Pengantar Kajian Televisi* (Penerjemah Laily Rahmawati). Yogyakarta: Jalasutra.
- Canavilhas, Joao. 2012. Contribution to an Online Journalism Language: Multimedia Grammar. Dalam *The Handbook of Global Online Journalism* Edited by Eugenia Siapera and Andreas Veglis. United Kingdom: Wiley-Blackwell.
- Chaer, Abdul. 2010. *Bahasa Jurnalistik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Danesi, Marcel. 2011. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Cet. ke-2. Penerjemah Evi Setyarini dan Lusi Lian Piantari. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dewabrata, A.M. 2006. *Kalimat Jurnalistik: Panduan Mencermati Penulisan Berita* (cet. ke-2). Jakarta: Buku Kompas.
- Djuraid, Husnun N. 2006. *Panduan Menulis Berita*. Malang: UMM Press
- Ecip, S. Sinansari. 2007. *Jurnalisme Mutakhir: Panduan dari Atas Meja*. Jakarta: Republika.
- Effendy, Fenty. 2012. *40 Tahun Menjadi Wartawan, Karni Ilyas: Lahir Untuk Berita*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Garcia, M. 2002. *Pure Design, 79 Simple Solutions for Magazines, Books, Newspapers, and Websites*, St. Petersburg, FL: Miller Media .

- Hall, Jim. 2001. *Online Journalism: A Critical Promer*. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
- Harahap, Arifin S. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teknik Memburu dan Menulis Berita*. Jakarta: Indeks.
- Haryanto, Ignatius. 2014. *Juralisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Jakarta: Buku Kompas.
- Kusumaningrat, Hikmat & Kusumaningrat, Purnama. 2012. *Jurnalistik: Teori dan Paktik* (cet. ke-5). Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Lesmana, Fanny. 2017. *Feature: Tulisan Jurnalistik yang Kreatif* (Disertai Kaidah dalam Penulisan Jurnalistik). Yogyakarta: Andi.
- Mondy. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noya, Andi F. 2015. *Sebuah Biografi Andy Noya: Kisah Hidupku*. Edior Andina Dwifatma. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Quin, Stephen & Lamble, Stephen. 2008. *Online Newsgathering: Research and Reporting for Journalism*. Amsterdam, Heideberg: Focal Press.
- Rahardi, R. Kunjana. 2011. *Bahasa Jurnalistik: Pedoman Kebahasaan untuk Mahasiswa, Jurnalis, dan Umum*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Romli, Asep Syamsul M. 2007. *Bahasa Jurnalistik Tutar: Menjadi Jurnalis Tutar Andal dengan Penguasaan Bahasa yang Lugas, Tajam, Terpercaya*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- _____. M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Russell, Bertrand. 2007. *Sejarah Filsafat Barat: Kaitannya dengan Kondisi Sosio-Politik Zaman Kuno hingga Sekarang*. (Penerj. Jatmiko, dkk.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santana K., Septiawan. 2017. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Sedia Willing Barus. 2010. *Jurnalistik: Petunjuk Teknik Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga.
- Suandi, I Nyoman, Sudiana, I Nyoman, Nurjaya, I Gede. 2018. *Keterampilan Berbahasa Indonesia: Berorientasi Integrasi Nasional dan Harmoni Sosial*. Depok: PT. Radja Grafindo Persada.
- Sumadiria, AS Haris. 2011. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Cet. ke-4. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sumadiria, AS Haris. 2016. *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Cet. Keenam. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ward, Mike. 2002. *Journalism Online*. Oxford, Amsterdam, Boston, London, New York: Focal Press.

Kamus dan UU:

- Hukum Acara Pidana Undang-Undang No. 8 Tahun 1981 tanggal 31 Desember 1981.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta. 2008.
- Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta. 2016
- Seri Penyuluhan Bahasa Indonesia: Tata Istilah. Penyusun Meity Taqdir Qodratillah. Pusat Pembinaan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta. 2016.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Website & Blog

Bradshaw, Paul, 2007, A model for the 21st century *newsroom*: Part 1– The *news diamond*. <https://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/> (akses terakhir, 18 Mei 2020)

Evans. Heath. “Content is King” — Essay by Bill Gates 1996 <https://medium.com/@HeathEvans/content-is-king-essay-by-bill-gates-1996-df74552f80d9> (daikes, Mei 2020)

Martinez, M.L. and Ferreira, S.P., 2010, The “Black’s Wheel”: A technique to develop hypermedia narratives. <https://www.iso.org/wp-content/uploads/2018/01/Martinez-Ferreira10-1.pdf> (akses terakhir, 19 Mei 2020).

Massola, James. 'Not allowed to do testing': governor says Jakarta was tracking COVID-19 cases in January <https://www.smh.com.au/world/asia/not-allowed-to-do-testing-governor-says-jakarta-was-tracking-covid-19-cases-in-january-20200507-p54qnh.html> (akses terakhir, Mei 2020)

Surat Kabar dan Majalah

Bisnis Indonesia
Koran Tempo
Majalah Tempo
Media Indonesia
Radar Bekasi
Seputar Indonesia
Surat Kabar Kompas
Surat Kabar Lampu Hijau
Surat Kabar Lampu Merah

Portal Berita *Online*

Antaraneews.com
Bisnis.com
Bola.com

CNBCIndonesia.com
CnnIndonesia.com
Detik.com
Indosport.com
iNews.id
Jawapos.com
JPNN.com
Kompas.com
Kontan.co.id
Liputan6.com
Malukupost.com
Medcom.id
Okezone.com
PikiranRakyat.com
Poskotanews.com
Republika.co.id
Riau.com
Sindones.com
Suara.com
Tempo.co
Topskor.com
Tribunnews.com
Wartakotalive.com

Media Sosial

Twitter @BandanBahasa
Twitter @HolyAdib
Twitter @idwiki
Twitter @ivanlanin
Twitter @linguabahasa
Twitter @spa_si

TENTANG PENULIS



Husen Mony lahir di Rohomoni, sebuah desa di Kecamatan Pulau Haruku, Kabupaten Maluku Tengah, Maluku, 1 Januari 1984. Ia merupakan anak ke-6 dari sembilan bersaudara, pasangan Madzhab Mony dan Bokiwael Tuheteru. Sehabis menamatkan pendidikan di SMU Negeri 5 Ternate, tahun 2002 ia merantau ke Jakarta. Gelar S-1 diraih dari Jurusan Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta. Kemudian meraih gelar Magister Ilmu Komunikasi pada kampus yang sama. Kini, ia dipercaya oleh almamaternya sebagai dosen tetap dengan fokus mengajar mata kuliah jurnalistik, seperti Bahasa Jurnalistik, Dasar-Dasar Jurnalistik, Teknik Mencari dan Menulis Berita, Interview Jurnalistik, Investigative Reporting, Indepth Reporting, Hukum dan Etika Pers, dan lain-lain.

Selain sebagai pengajar, ia juga terlibat aktif melakukan penelitian dan kepenulisan di bidang jurnalistik serta memberikan pelatihan tentang kepenulisan pada ASN. Mendapatkan hibah riset dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk penelitiannya berjudul “Kompetensi Penulisan Berita Wartawan Penerima Sertifikat Kompetensi Ditinjau dari Aspek Bahasa Jurnalistik”. Artikelnya yang khusus membahas tentang pers pernah dimuat pada media massa lokal, di antaranya berjudul “Benarkah Pers Sudah Merdeka?” (*Radar Bekasi*).

Karier jurnalistiknya dimulai sebagai wartawan pada media kampus. Kemudian, bersama teman-temannya mendirikan sebuah majalah yang fokus membahas isu-isu bidang kepolisian RI. Di media tersebut, ia memiliki posisi sebagai jurnalis dan editor. Namun, majalah tersebut hanya bertahan selama 1 tahun karena kesibukan masing-masing mengerjakan skripsi. Selama satu tahun, ia juga

pernah menjadi media analisis di salah satu media *online* internasional yang khusus membahas lingkungan, Mongabay.com. Buku *Bahasa Jurnalistik* yang ada di tangan Anda ini merupakan karya pertamanya. Semoga bermanfaat.