

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jurnalistik dalam bahasa Inggris disebut *Journalistics* yang secara harfiah lazimnya diartikan sebagai sesuatu yang bersifat kewartawanan. Akan tetapi, Rahardi (2011:5) menyatakan pada dasarnya asal-usul dari kata Jurnalistik bermula dengan istilah Yunani *de jour* yang berarti 'hari ini'. Dengan demikian, Jurnalistik dapat dijabarkan sebagai suatu kegiatan dalam mencari dan mengolah hingga menyampaikan kepada khalayak akan sosok fakta, sosok laporan, sosok berita, juga sosok tulisan yang memang terjadi pada 'hari ini'.

Dalam proses penyampaiannya, kegiatan jurnalistik membutuhkan suatu media massa untuk menyebarluaskan kepada khalayak. Media massa khususnya media massa cetak merupakan alat komunikasi yang cenderung bersifat satu arah. Oleh karena itu, menurut Dewabrata (2004:7), penyusunan bahasa ataupun kalimat harus dicermati dengan baik. Sehingga pesan yang akan disampaikan dapat mudah dipahami juga dimengerti oleh para pembaca dalam sekali baca. Dalam hal ini, bahasa jurnalistik dianggap memegang kunci kesuksesan suatu tulisan.

Bahasa jurnalistik memiliki sedikit perbedaan dengan bahasa Indonesia pada umumnya. Bahasa ini lebih dikenal dengan sebutan Bahasa Indonesia

Ragam Jurnalistik (BIRJ). Dalam penulisan karya jurnalistik, bahasa yang digunakan lazimnya baku tapi lebih fleksibel, dengan mengikuti perkembangan yang ada di kalangan masyarakat.

Namun, seiring dengan adanya tuntutan supaya membuat berita dengan cepat, ternyata masih ada beberapa wartawan yang mulai mengabaikan penulisan berita dengan menerapkan kaidah-kaidah jurnalistik. Padahal pemilihan kata atau diksi hingga penyusunan kalimat dalam surat kabar menjadi sesuatu yang cukup krusial agar diperhatikan dengan sungguh-sungguh oleh semua jurnalis.

Prof. John Hohenberg (Chaer, 2010:2) bahkan menyatakan bahwa:

Tujuan semua penulisan karya jurnalistik ialah menyampaikan informasi, opini dan ide kepada pembaca secara umum. Lalu, informasi tersebut harus disampaikan dengan teliti, jelas, mudah dimengerti dan menarik. Dengan kata *teliti* berarti informasi disampaikan harus akurat, benar dan tidak ada rekayasa. Dengan kata *ringkas* dan *jelas* yang dimaksudkan bahwa kalimat tidak bertele-tele, kata-kata yang digunakan tepat secara semantik dan gramatikal. Dan kata *mudah dimengerti* berarti para pembaca tidak perlu buang energi untuk mencari makna kata atau kalimat yang digunakan. Kemudian, dengan kata *menarik* yang berarti berita yang disusun dalam kalimat-kalimat atau kata-kata yang menarik sehingga khalayak punya keinginan untuk membacanya.

Lagipula, kalimat yang terlampaui panjang bahkan terkesan bertele-tele dengan penuh kata berbasa-basi tidaklah cocok untuk penulisan berita dan isi media massa pada umumnya. Maka dari itu, penerapan ekonomi kata tentu haruslah menjadi pertimbangan utama oleh semua jajaran redaksi media massa khususnya surat kabar sebelum menyebarluaskan kepada masyarakat.

Menghasilkan tulisan jurnalistik secara singkat, padat, jelas, akurat juga menarik memang bukanlah perkara yang mudah. Namun, itu semua dapat

teratasi apabila memulai tulisan dengan berpedoman pada istilah ekonomi kata. Patmono (1996: 74) beropini bahwa penggunaan kata secara ekonomis sama saja dengan melakukan efisiensi dalam kalimat berita. Teknik ekonomi kata itu dalam bahasa jurnalistik tidak sekadar mempersingkat kalimat, tetapi juga memperjelas arti serta menjadikan kalimat itu lugas.

Tak hanya itu, dalam jurnalistik, penggunaan kalimat pendek juga disebut-sebut sebagai pilihan yang tepat supaya pokok persoalan yang akan diungkapkan segera dapat dimengerti oleh pembaca sehingga mereka tidak perlu berpikir keras untuk mengartikan setiap kalimat yang ditulis oleh surat kabar.

Selain ekonomi kata, para wartawan juga perlu membuat kalimat berita se-efektif mungkin. Kalimat jurnalistik yang efektif seperti yang dijelaskan Rahardi (2011: 43) merupakan kalimat yang punya kemampuan menimbulkan kembali gagasan pembaca sesuai apa yang ada dalam pikiran penulisnya.

Namun, kalimat jurnalistik yang efektif tak hanya bicara bagaimana seorang wartawan dapat menyalurkan gagasan yang ingin disampaikan lewat tulisan kepada para pembacanya. Akan tetapi juga harus memperhatikan seperti apa struktur kalimat, bahasa yang dipakai logis atau tidak, dan seterusnya.

Ekonomi kata dan efektivitas kalimat memang wajib hadir pada setiap karya jurnalistik terutama berita yang menjadi *headline* pada hari tersebut.

Headline atau berita utama pada surat kabar menunjukkan peristiwa yang paling menarik juga terkini yang ingin disampaikan kepada pembaca. Pada hakikatnya, *headline* merupakan intisari dari sebuah berita.

Suhandang (2004: 116) memaparkan bahwa *headline* juga memiliki pengertian sebagai berita yang menjadi laporan utama untuk memanggil khalayak agar membaca, mendengarkan atau menonton. Tentu saja, *headline* harus dikemas semenarik dan se-efektif mungkin terutama dalam segi penulisannya.

Menilik hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti ekonomi kata dan efektivitas kalimat dalam penulisan *headline* pada surat kabar Satelit News, yang merupakan salah satu Koran di Tangerang dengan slogan “Koran Nomor 1 di Tangerang Raya”.

Lagipula, surat kabar dengan cakupan daerah tidak kalah bersaing dengan surat kabar berstandar nasional. Beberapa surat kabar nasional dalam membuat karya jurnalistik umumnya sudah menerapkan ekonomi kata dan efektivitas kalimat pada semua berita utamanya. Namun, apakah surat kabar daerah pun demikian? Itulah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti ekonomi kata dan efektivitas kalimat pada *headline* surat kabar Satelit News.

Pemilihan surat kabar Satelit News bukan tanpa alasan. Satelit News sudah cukup berkembang dengan jumlah oplah yang lumayan besar saat pendistribusiannya dengan oplah kurang lebih 5.000 per-harinya. Surat kabar yang satu group dengan Jawa Pos ini pun sudah menunjukkan bahwa termasuk dalam salah satu surat kabar yang terlaris di Tangerang Raya.

Meskipun demikian surat kabar Satelit News juga kerap melakukan kesalahan dalam menerapkan ekonomi kata dan efektivitas kalimat dalam beritanya terutama pada berita yang menjadi *headline*. Seperti contoh berikut:

Perempuan Hamil Dimutilasi Di Rumah Kontrakan (14 April 2016)

Cikupa, SN – Penemuan jasad ibu hamil itu terjadi setelah warga RT 12/01 Kampung Telaga Sari mencium aroma tidak sedap dari salah satu rumah kontrakan yang ada di kawasan tersebut. Rumah kontrakan itu diketahui dihuni sepasang suami istri yang tidak diketahui namanya sejak satu bulan lalu. Selanjutnya bau tidak sedap itu dilaporkan ke pihak kepolisian.

Pada kalimat *Rumah kontrakan itu diketahui dihuni sepasang suami istri yang tidak diketahui namanya sejak satu bulan lalu* tidak menerapkan ekonomi kata yang diungkap Patmono di atas. Masih ada kalimat mubazir yang nyatanya bisa dihilangkan sehingga dapat menciptakan kalimat yang efisien. Kalimat tersebut sebenarnya bisa diubah menjadi *Rumah kontrakan itu dihuni suami istri yang tidak diketahui namanya sejak satu bulan lalu*.

Selain itu kalimat tersebut juga dianggap tidak efektif karena bahasa yang digunakan tidak cermat. Kata *diketahui* diulang hingga dua kali dalam satu kalimat. Hal itu, dapat memicu pembaca cepat bosan.

Sedangkan untuk metode penelitiannya, penulis menggunakan analisis isi. Menurut Kerlinger (1974) dalam Bajari (2015: 108) analisis isi merupakan metode atau cara untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif dalam mengukur variabel-variabel. Dalam penelitian komunikasi, analisis isi dapat dianggap sebagai metode sekaligus

teknik pengukuran untuk mengumpulkan data dalam mengkaji suatu isi komunikasi.

Atas landasan inilah, penulis memberikan judul penelitian yaitu, “Penerapan Ekonomi kata dan Efektivitas Kalimat Pada Penulisan *Headline* di Surat Kabar Satelit News Periode April 2016”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penulis menetapkan rumusan masalah atas penelitian ini yakni:

“Bagaimana penerapan ekonomi kata dan efektivitas kalimat pada penulisan *headlinedi* surat kabar Satelit News periode April 2016?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan ekonomi kata dan efektivitas kalimat pada penulisan *headline* di surat kabar Satelit News periode April 2016.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya dan kebijakan redaksi Satelit News dalam mengolah berita *headline* menjadi lebih ekonomi kata dan efektif.
3. Mengaplikasikan apa yang telah penulis pelajari terkait Bahasa Indonesia Jurnalistik juga beberapa matakuliah lain yang terkait pada penelitian ini.

1.4 Kegunaan Penelitian

Untuk manfaat penelitian yang dihasilkan antara lain:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi para pembaca penelitian ini supaya dapat mengembangkan lebih luas akan pengetahuan jurnalistik terkait ekonomi kata dan efektivitas kalimat dalam penulisan *headline* pada surat kabar.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan masukan kepada jajaran redaksi dan para wartawan surat kabar Satelit News agar memperhatikan lebih teliti lagi akan ekonomi kata dan efektivitas kalimat dalam penulisan *headline*.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terbagi dalam lima bab, yakni sebagai berikut:

1. BAB 1 Pendahuluan

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. BAB II Tinjauan Pustaka

Berisi uraian konsep dan teori-teori para ahli, operasional kategori dan juga kerangka pemikiran

3. BAB III Metode Penelitian

Berisi uraian bagian-bagian dari penelitian yang yaitu desain penelitian, bahan penelitian, unit penelitian, populasi dan sampel, validitas dan reabilitas kategori, serta teknik analisis data.

4. BAB IV Hasil Penelitian

Berisi subyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian.

5. BAB V Penutup

Berisi kesimpulan dan saran secara ringkas terhadap masalah dan tujuan penelitian.