

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan beberapa penelitian mengenai implementasi bahasa jurnalistik di media *online*, kesimpulan penelitian menemukan masih banyak media *online* di Indonesia melakukan kesalahan dalam berbahasa. Ini menjadi suatu kekhawatiran, mengingat media *online* menjadi salah satu media yang diandalkan mayoritas masyarakat untuk menerima informasi. Faktor yang mempengaruhinya beragam. Terdapat studi yang mengungkapkan bahwa kesalahan bahasa jurnalistik di media *online* disebabkan oleh wartawan atau jurnalis yang tidak memiliki kompetensi cukup mengenai penerapan bahasa jurnalistik. Isu ini juga disebabkan media *online* yang memiliki target untuk dicapai dari penulisan beritanya.

Media *online* adalah perkembangan bentuk media cetak yang memanfaatkan internet dan teknologi untuk menyajikan berita. Akan tetapi, hal ini tidak melepaskan media *online* dari pentingnya penerapan bahasa jurnalistik dalam karya jurnalistik yang mereka hasilkan. Bagi media, bahasa adalah sarana yang digunakan jurnalis untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Di samping itu, penerapan bahasa dalam karya jurnalistik berkaitan dengan salah satu fungsi Pers, yaitu *to educate*, yang artinya pers mampu berperan sebagai pendidik lewat tulisan atau siarannya. Setiap kata dan kalimat yang dipakai dalam berita secara tidak langsung disetujui oleh masyarakat sebagai kaidah bahasa yang baik dan benar. Dari sini dapat diketahui bahwa kesalahan bahasa yang dilakukan media bisa berpengaruh besar terhadap pemahaman masyarakat terhadap bahasa itu sendiri dan juga jelas tidaknya informasi yang mereka terima.

Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu konstruksi jurnalis media *online* terhadap bahasa jurnalistik. Peneliti melakukan penelitian kepada tiga media *online* di Indonesia, yaitu *Detik.com*, *Kompas.com*, dan *Tempo.co*. Penelitian bertujuan untuk mencari tahu pola penerapan bahasa jurnalistik yang diterapkan jurnalis, cara

yang jurnalis lakukan untuk mengaplikasikan pedoman bahasa jurnalistik, dan mencari tahu adakah perbedaan gaya bahasa jurnalistik di antara media *online*.

Pertama, peneliti menyimpulkan terdapat beberapa faktor yang memengaruhi jurnalis media *online* dalam menerapkan bahasa jurnalistik saat menulis berita *online*. Faktor pertama adalah pedoman bahasa jurnalistik media *online* itu sendiri. Setiap media *online* memiliki ketetapan-petapannya masing-masing dalam menentukan kata atau istilah yang boleh jurnalis mereka gunakan ketika menulis berita. Pedoman ini umumnya mengatur hal-hal berkaitan dengan gaya selingkung media, yaitu istilah dan kosakata yang bisa digunakan. Oleh karena itu, isi pedoman bahasa jurnalistik yang dimiliki setiap media pun berbeda-beda. Sebab, setiap media mempunyai kebijakan yang berbeda, salah satunya dalam memaknai kosakata yang digunakan.

Faktor kedua adalah tuntutan teknologi. Jurnalis media *online* menyajikan berita mereka melalui internet. Pembaca berita *online* dapat menemukan berita dengan cara melakukan pencarian dengan mesin pencari. Dari sini faktor kedua muncul, karena mesin pencari memiliki algoritma yang perlu dipenuhi oleh media jika mereka ingin berita yang mereka terbitkan lebih mudah ditemukan pembaca. Berdasarkan tuntutan ini, media pun mulai menerapkan yang disebut *search engine optimization* (SEO). SEO ini menyediakan beberapa kata kunci yang saat waktu tertentu sedang ramai dicari pembaca.

Dua faktor tersebut memengaruhi bahasa jurnalistik yang digunakan jurnalis dalam menulis berita. Sebab, berdasarkan hasil penelitian ketentuan kata kunci SEO sering tidak sesuai dengan pedoman bahasa jurnalistik media. Hal ini pun berlanjut ke simpulan kedua, yaitu dalam mengimplementasikan bahasa jurnalistik, jurnalis pun berusaha mengombinasikan dua faktor tersebut ketika melakukan proses penulisan hingga penyuntingan berita. Setiap media memiliki teknik yang berbeda dalam memeriksa berita sebelum diterbitkan, tetapi satu hal yang menjadi tuntutan berikutnya adalah keterbatasan waktu. Tidak seperti media cetak, produksi berita *online* memiliki tenggat waktu yang singkat karena berita *online* dapat terbit lebih dari satu kali sehari.

Keterbatasan waktu dalam penulisan berita *online* ini yang memicu munculnya kesalahan berbahasa dan *typo*. *Detik.com*, misalnya, mengatasi kesalahan berbahasa

dengan menerapkan verifikasi silang, dengan naskah yang diperiksa oleh redaktur atau asisten redaktur. Di sisi lain, *Tempo.co* dan *Kompas.com* memiliki cara yang hampir sama, yaitu jurnalis yang bertugas menulis berita dapat mengirimkan berita melalui *content management system* (CMS) yang menghubungkan jurnalis kepada editor. Melalui proses penyuntingan, jurnalis mengombinasikan pedoman bahasa jurnalistik dengan ketentuan kata kunci SEO yang dibutuhkan. Ketika terjadi kesalahan berbahasa pada berita yang sudah terbit, *Detik.com*, *Kompas.com*, dan *Tempo.co* memiliki ketentuan dalam medianya untuk melakukan revisi. *Tempo.co*, misalnya, jurnalis atau editor akan mencantumkan catatan editor di bagian bawah berita yang diralat.

Terakhir, dalam menyikapi dua faktor yang memengaruhi gaya penulisan berita *online*, setiap media memiliki sikap yang berbeda mengacu pada kebijakan dari redaksi tempat mereka bekerja. *Detik.com* yang memutuskan untuk mengikuti SEO dengan pertimbangan menggunakan istilah yang paling umum digunakan pembaca di internet supaya lebih mudah ditemukan dan ramai pencarian. Namun, ada pula media, seperti *Tempo.co* yang tegas terhadap gaya selingkung yang mereka punya dan tidak mengganti ketetapan tersebut karena dapat berpengaruh terhadap identitas media di dalam tulisan beritanya.

Berkaitan dengan kekeliruan bahasa jurnalistik yang sering ditemukan dalam tulisan berita *online*, untuk beberapa konteks, kekeliruan bahasa tersebut memang disengaja oleh media dalam upaya mengikuti kebutuhan algoritma mesin pencari. Upaya ini dilakukan untuk memaksimalkan penyebaran berita sehingga berita dapat menjangkau lebih banyak pembaca, dengan kosakata yang lebih “ramah pencarian”. Hal ini membuat bahasa yang diterapkan dalam berita *online* berkaitan erat dengan SEO sehingga dapat dikombinasikan menjadi ciri khas dari gaya selingkung tulisan media *online*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, peneliti menemukan bagaimana konstruksi jurnalis media *online* terhadap bahasa jurnalistik dalam penulisan berita *online* di tiga media, yaitu *Detik.com*, *Kompas.com*, dan *Tempo.co*. Peneliti menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial untuk memahami bagaimana jurnalis mendapat pemahaman bahasa jurnalistik, pandangan mereka mengenai pedoman bahasa jurnalistik media *online*, dan bagaimana mereka menuangkan pengetahuannya dalam proses penulisan dan penyuntingan berita *online*. Saran dari penelitian ini adalah penelitian mengenai bahasa jurnalistik dapat dilanjutkan dengan memperluas jangkauan media *online* yang menjadi subjek penelitian.

### 5.2.2 Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti menemukan terdapat pola penerapan bahasa jurnalistik yang dilakukan oleh ketiga jurnalis dalam proses penyuntingan berita. Penerapan bahasa jurnalistik dalam penulisan berita *online* disebabkan oleh dua faktor utama, yaitu kata kunci SEO dan pedoman bahasa jurnalistik dari media itu sendiri. Kata kunci SEO diketahui sering berlawanan dengan gaya bahasa yang diterapkan oleh jurnalis. Namun, beberapa jurnalis mengatasinya dengan melakukan kompromi dan mengadopsi teknik penulisan SEO dengan pedoman mereka. Saran dari penelitian ini adalah untuk media menetapkan ketentuan yang mampu menjadi panduan bagi editor dan jurnalis dalam menulis berita. Kehadiran editor bahasa di setiap kanal bisa jadi diperlukan, jika kemampuan editor dan jurnalis dalam berbahasa tidak cukup kuat untuk menentukan kaidah bahasa yang harus diterapkan dalam berita.