BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. BAHASA JURNALISTIK

1. Pengertian Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik atau biasa yang disebut dengan bahasa pers, merupakan salah satu ragam bahasa. Bahasa jurnalistik memiliki sifat-sifat yang khas yaitu singkat, padat, sederhana, lancer, jelas, lugas dan menarik.[1] Akan tetapi jangan dilupakan, bahasa jurnalistik harus didasarkan pada bahasa baku. Bahasa jurnalistik harus memperhatikan ejaan yang benar. Bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh wartawan (jurnalis) dalam menulis karya-karya jurnalistik di media massa (Anwar, 1991). Dengan demikian, bahasa Indonesia pada karya-karya jurnalistiklah yang bisa dikategorikan sebagai bahasa jurnalistik atau bahasa pers.

Bahasa jurnalistik memiliki beberapa karakter yang berbeda-beda berdasarkan jenis tulisan apa yang akan terberitakan. Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis reportase investigasi tentu lebih cermat bila dibandingkan dengan bahasa yang digunakan dalam penulisan features. Bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis berita utama atau laporan utama, forum utama akan berbeda dengan

[1] Suhaemi dan Ruli Nasrullah, *Bahasa jurnalistik* (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta, 2009) hlm. 37

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahasa jurnalistik yang digunakan untuk menulis tajuk dan features. Dalam menulis banyak factor yang dapat mempengaruhi karakteristik bahasa jurnalistik karena penentuan masalah, *angle* tulisan, pembagian tulisan, dan sumber (bahan tulisan). Namun demikian sesungguhnya bahasa jurnalistik tidak meninggalkan kaidah yang dimiliki oleh ragam ahasaa Indonesia baku dalam hal pemakaian kosakata, struktur kata dan wacana. Karena berbagai keterbatasan yang dimilki surat kabar (ruang, waktu) maka bahasa jurnalistik memiliki sifat yang khas. Kosakata yang digunakan dalam bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan bahasa dalam masyarakat.

Adapun beberapa definisi lain dari bahasa jurnalistik adalah sebagai berikut:[2]

1. *Rosihan Anwar* : bahasa jurnalistik adalah yang digunakan oleh wartawan dinamakan bahasa pers atau bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik memiliki sifat-sifat khas yaitu singkat, padat, jelas, sederhana, lugas dan menarik. Bahasa jurnalistik didasarkan pada bahasa baku, tidak menganggap sepi kaidah-kaidah tata bahasa, memperhatikan ejaan yang benar, dalam kosakata bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan dalam masyarakat.
2. *S. Wojowasito* : bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa sebagai tampak dalam harian-harian dan majalah-majalah. Dengan fungsi yang demikian itu bahasa tersebut haruslah jelas dan mudah

[2] Ibid, hlm. 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibaca oleh mereka dengan ukuran intelek yang minimal. Sehingga sebagaian masyarakat yang melek huruf dapat menikmati isinya. Walaupun demikian tuntutan bahwa bahasa jurnalistik harus baik, tidak boleh ditinggalkan. Dengan kata lain bahasa jurnalistik yang baik harus sesuai dengan norma-norma tata bahasa yang antara lain terdiri atas susunan kalimat yang benar, pilihan kata yang cocok.

3. *JS. Badudu* : bahasa surat kabar harus singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, tetapi selalu menarik. Sifat-sifat itu harus dipenuhi oleh bahasa surat kabar mengingat bahasa surat kabar divbaca oleh lapisan-lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Mengingat bahwa orang tidak harus menghabiskan waktunya hanya dengan membaca surat kabar. Harus lugas, tetapi jelas agar mudah dipahami. Seseorang tidak mesti mengulang-ulang apa yang dibacanya karena ketidakjelasan bahasa yang digunakan dalam surat kabar.
4. *Asep Syamsul M. Romli* : bahasa jurnalistik atau *language of mass communication,* yaitu bahasa yang digunakan wartawan untuk menulis berita di media massa. Sifatnya *komunikatif* yaitu langsung menjamah materi atau pokok persoalan (*straight to the point*), tidak berbunga-bunga, dan tanpa basa-basi, serta *spesifik* yakni harus jelas dan mudah dipahami orang banyak, hemat kata, menghindarkan penggunaan kata mubazir dan kata jenuh, menaati kaidah-kaidah bahasa yang berlaku (Ejaan Yang Disempurnakan), dan kalimatnya singkat-singkat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. *Kamus besar Bahasa Indonesia (2005)* : bahasa jurnalistik adalah salah satu ragam bahasa Indonesia, selain tiga lainnya, ragam bahasa undang-undang, ragam bahasa ilmiah dan ragam bahasa sastra.
6. *Dewabrata* : penampilan bahasa ragam jurnalistik yang baik bia ditengarai dengan kalimat-kalimat yang mengalir lancer dari atasa sampai akhir, menggunakan kata-kata yang merakyat, akrab di telinga masyarakat sehari-hari, tidak menggunakan susunan yang kaku, formal dan sulit dicerna. Susunana kalimat jurnalistik yang baik akan menggunakan kat-kata yang paling pas untuk menggambarkan suasana serta isi pesannya. Bahkan nuanasa yang terkandung dalam masing-masing kata pun perlu diperhitungkan.

2. Ciri Bahasa Jurnalistik

Bahasa merupakan sarana untuk menyampaikan informasi kepada khalayak atau public. Jelas dan tidaknya suatu informasi sangat ditentukan oleh benar dan tidaknya bahasa yang dipakai. Untuk itu dunia pers atau jurnalistik sebagai pemberi informasi kepada public harus menggunakan bahasa yang baik dan benar agar khalayak atau public dapat memahami maksud yang ingin disampaikan. Dalam masyarakat ada anggapan bahwa bahasa jurnalistik itu tidak sama dengan bahasa sehari-hari. Punya ragam tersendiri, berbeda dengan ragam umum Bahasa Indonesia. Biasanya mereka yang berkomentar demikian itu tergolong yang punya kepedulian terhadap seluk beluk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbahasa.[3] Bagi khalayak ramai, bahasa jurnalistik yang sering mereka sebut juga sebagai bahasa Koran atau bahasa media massa, ditengarai memiliki kalimat dan alinea pendek-pendek tidak semester panjangnya. Bahasanya juga enak dibaca. Tetapi, umumnya mereka tidak tau selebihnya. Bahasa jurnalistik harus sesuai dengan norma-norma tata bahasa, yang antara lain terdiri atas susunan kalimat yang benar dan pilihan kata yang cocok.[4]

Dalam bahasa tulis kita mengenal apa yang disebut dengan langgam bahasa jurnalistik. Selain itu, ada pula langgam bahasa sastra, bahasa ilmiah, bahasa sandi dan sebagainya. Jenis bahasa jurnalistik berbeda dengan bahasa tulis umumnya. Meski demikian, ia tidak boleh melanggar kaidah berbahasa atau tata bahasa baku. Jenis-jenis bahasa jurnalistik diantaranya adalah:

1. Ekonomi kata. Bahasa jurnalistik memang mempunyai prinsip-prinsip tersendiri sebagai ragam bahasa tulis. Ciri pokok dalam ragam bahasa jurnalistik ialah penghematan kata dan kalimat. Hemat disini berarti singkat dan sederhana. Dengan kata lain, kata dan kalimat yang digunakan efisien dan efektif. Hal yang dimaksud dengan ekonomi kata dalam berbahasa adalah penggunaan kata-kata yang singkat dan sederhana, tetapi tidak sekedar menghemat

[3] A.M Dewabrata, *Kalimat Jurnalistik* (Jakarta: Buku Kompas, 2003)hlm. 9
[4] Imron Rosidi, *Menulis Siapa Takut* (Yogyakarta: Kanisiun Media, 2009)hlm. 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kata-kata. Walau ada penghematan dalam penggunaan kata-kata, bukan berarti dapat melanggar tata bahasa yang baku.

2. Kata mubazir dalam kalimat (redudansi). Masih dalam konteks ekonomi kata, ialah menyangkut penempatan kata yang sering tidak disadarai justru membuat kalimat menjadi boros, walau sering bisa diketahui arti dan maksud si pengguna bahasa tersebut. Mengenai hal ini, Rosihan Anwar berkata bahwa bunglah kata-kata mubazir seperti: *adalah, bahwa, untuk, dari* yang merupakan terjemahan kata (kopula) *is/are/am, to,* dan *of.*
3. Kontaminasi. Ialah bentuk penggabungan satu ungkapan dengan ungkapan lainnya sehingga mengacaukan arti kedua kata itu dalam kalimat.
4. Keterangan waktu. Bahasa Indonesia tidak mengenal *tenses*. Artinya, tidak ada perbedaan kata atau istilah untuk menunjuk masa lalu, masa kini, dan masa datang. Untuk menunjuk masa lalu, cukup dengan menyebutkan keterangan waktu seperti tanggal, hari, bulan, atau tahun. Demikian juga untuk keterangan waktu yang akan datang.
5. Kata kerja transitif. Kata kerja yang memerlukan "pelengkap penderita" atau "objek" disebut kata kerja transitif. Contoh: memukul anjing. Memukul merupakan kata kerja dan anjing adalah objek. Dalam bahasa Indonesia, antara kata kerja transitif dengan objek tidak boleh ada kata perangkai (preposisi).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Penerapan ekonomi kata dan imbuhan. Penerapan ekonomi kata umumnya serta imbuhan khususnya sering membuat kalimat menjadi tidak lancar, bahkan menyalahi aturan berbahasa. Misalnya menghilangkan kata transitif sehingga mengganggu atau menyalahi arti.[5]
7. Istilah-istilah Pinjaman

Perkembangan bahasa jurnalistik dalam empat dekade terakhir ini sangatlah pesat. Kepesatannya terlihat jika membandingkan bahasa yang dipakai surat kabar empat puluh tahun yang lalu dengan bahasa yang digunakan di surat kabar sekarang. Banyak istilah-istilah yang tadinya masih menggunakan bahasa asing kini sudah ada istilahnya yang baru dalam bahasa Indonesia.

Salah satu masalah yang dihadapi pers Indonesia adalah masalah mengusahakan "pemurnian" bahasa dengan menyingkirkan perkataan-perkataan asing yang pada dasarnya sudah popular di masyarakat. Penyempurnaan bahasa jurnalistik oleh pers Indonesia tidak termasuk melakukan hal seperti itu. Penggantian istilah asing yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia dengan istilah baru malah akan menimbulkan kesulitan.

[5] Sedia Welling Barus, *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita* (Jakarta: Penerbit Airlangga 2010)hlm. 213-220

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebaliknya jika menggunakan istilah asing padahal ada istilah dalam bahasa Indonesianya untuk itu.

Dalam usaha memperkaya bahasa melalui peminjaman dari bahasa dialek dan bahasa pergaulan, pers juga berjasa mempopulerkan kata-kata pinjaman dari golongan-golongan atau lingkungan sosial di desa, kota, ladang, pabrik, pasar dan sebagianya. Oleh karena itu wartawan yang tidak mau ketinggalan ingin memberikan kontribusi kepada perkembangan bahasa nasionalnya, sebaiknya berusaha mengetahui benar bahasa yang digunakan oleh kelompok masyarakat yang diliputnya, sehingga istilah-istilah yang dipakai oleh lingkungan kelompok masyarakat tersebut dapat dipopulerkan untuk memperkaya bahasa nasional.[6]

Selain itu, menurut Haris Sumadiria ciri-ciri bahasa jurnalistik yaitu:

a. Sederhana
b. Singkat
c. Padat
d. Lugas
e. Jelas
f. Jernih
g. Menarik

[6] Ibid. hlm. 165-166

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Demokratis

i. Populis

j. Logis

k. Gramatikal

l. Menghindari kata tutur

m. Menghindari kata dan istilah asing

n. Pilihan kata (diksi) yang tepat

o. Mengutamakan kalimat aktif

p. Menghindari kata atau istilah teknis

q. Tunduk kepada kaidah etika.[7]

Karateristik atau ciri tersebut merupakan hal yang harus dipenuhi oleh bahasa jurnalistik. Karena surat kabar adalah media massa yang menyampaikan informasinya melalui tulisan dan dibaca oleh semua kalangan masyarakat baik itu kalangan A, B, C dan sebagainya. Selain itu tingkat pengetahuan antara masing-masing manusia berbeda ada yang berpengetahuan rendah, biasa-biasa dan tiggi.

Perkembangan jurnalistik khususnya di Indonesia pasca orde baru mengalami perkembangan yang sangat pesat. Banyak media massa cetak maupun elektronik bermunculan. Hal ini disebabkan karena pintu kebebasan dibuka selebar-lebarnya.

[7] Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2006) hlm. 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehingga banyak bermunculan media massa cetak maupun elektronik.

Media massa berlomba-lomba mencari berita dan segera menyebarkan beritanya kepada khalayak. Dalam penulisannya sering terdapat ketidaksesuaian dengan pedoman penulisan bahasa jurnalistik atau bahasa baku Indonesia. Sehingga terdapat kesalahan yang paling menonjol dalam media massa cetak. Misalnya tidak ekonomi kata, kesalahan dalam ejaan, bertele-tele dan sebagainya.

3. Ketentuan Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik mempunyai ketentuan yang harus ditaati. Ketentuan tersebut harus dilaksanakan supaya berita atau informasi yang disampaikan kepada khalayak mudah dimengerti. Ketentuan-ketentuan tersebut adalah:

a. Penggunaan kalimat pendek

Dalam jurnalistik, penggunaan kalimat pendek merupakan pilihan utama. Hal itu dimaksudkan agar pokok persoalan yang diungkapkan segera dapat dimengerti pembacanya.

b. Penggunaan kalimat aktif

Agar suatu laporan atau tulisan dapat menarik pembacanya, wartawan harus menghidupkan kalimat yang ditulisnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk itu penggunaan kalimat aktif merupakan ketentuan yang perlu dipatuhi.

c. Penggunan bahasa positif

Suatu laporan akan menarik apbila ditulis dengan bahasa positif. Ia akan lebih hidup bila dibandingkan dengan penulisan bahasa negatif.[8]

4. Pedoman Bahasa Jurnalistik

Dalam penulisan bahasa jurnalistik terdapat pedoman yang harus dilaksanakan. Salah satunya adalah pedoman yang dikeluarkan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) pada 10 November 1978 di Jakarta. Pedoman tersebut terdiri dari sepuluh aturan dalam penulisan bahasa jurnalistik. Kesepuluh pedoman tersebut adalah:[9]

1. Wartawan Indonesia secara konsekuen melaksanakan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan. Hal ini juga hraus diperhatikan oleh para korektor karena kesalahan paling menonjol dalam surat kabar sekarang ini ialah kesalahan ejaan.
2. Wartawan hendaknya membatasi diri dalam singkatan atau akronim. Kalaupun ia harus menulis akronim, maka satu kali ia harus menjelaskan dalam tanda kurung kepanjangan

[8] Patmono SK, *Teknik Jurnalistik Tuntunan Praktis untuk Menjadi Wartawan,* (Jakarta: PT BPK Gunung Mulia, 1996) hlm. 56
[9] Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik,* hlm. 193

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akronim tersebut supaya tulisannya dapat dipahami oleh khalayak ramai.

3. Wartawan hendaknya tidak menghilangkan imbuhan, bentuk awal atau prefix. Pemenggalan kata awalan *me* dapat dilakukan dalam kepala berita mengingat keterbatasan ruangan. Akan tetapi pemenggalan jangan sampai dipukulratakan sehingga merembet pula ke dalam tubuh berita.
4. Wartawan hendaknya menulis dengan kalimat-kalimat pendek. Pengutaraan pikirannya harus logis, teratur, lengkap dengan kata pokok, sebutan dan kata tujuan (subjek, predikat, objek). Menulis dengan induk kalimat dan anak kalimat yang mengandung banyak kata mudah membuat kalimat tidak dapat dipahami, lagi pula prinsip yang harus dipegang ialah "satu gagasan atau satu ide dalam satu kalimat".
5. Wartawan hendaknya menjauhkan diri dari ungkapan klise atau *stereotype* yang sering dipakai dalam transisi berita seperti kata-kata *sementara itu, dapat ditambahkan, perlu diketahui, dalam rangka.* Dengan demikian dia menghilangkan monotoni (keadaan atau bunyi yang selalu sama saja), dan sekaligus dia menerangkan ekonomi kata atau penghematan dalam bahasa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Wartawan hendaknya menghilangkan kata mubazir seperti *adalah* (kata kerja kopula), *telah* (penunjuk masa lampau), *untuk* (sebagai terjemahan *to* dalam bahasa Inggris), *dari* (sebagai terjemahan *of* dalam hubungan milik), *bahwa* (sebagai kata sambung) dan bentuk jamak yang tidak perlu diulang.
7. Wartawan hendaknya mendisiplinkan pikirannya supaya jangan campur aduk dalam satu kalimat bentuk pasif (*di*) dengan bentuk aktif (*me*).
8. Wartawan hendaknya menghindari kata-kata asing dan istilah-istilah yang terlalu teknis ilmiah dalam berita. kalaupun terpaksa menggunakannya, maka satu kali harus dijelaskan pengertian dan maksudnya.
9. Wartawan hendaknya sedapat mungkin menaati kaidah tata bahasa.
10. Wartawan hendaknya ingat bahasa jurnalistik ialah bahasa yang komunkatif dan spesifik sifatnya, dan karangan yang baik dinilai dari tiga aspek yaitu isi, bahasa, dan teknik persembahan.

Dalam bahasa jurnalistik, sedikitnya terdiri dari tiga yaitu kata, kalimat dan paragraf (alinea). Ada aturan-aturan dalam menulis ketiga unsur tersebut. Selain itu ada beberapa hal yang diperhatikan dalam bahasa jurnalistik untuk menyusun suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kalimat. Seperti koherensi, penggunaan kata dan sebagainya. Kata adalah kumpulan abjad yang disusun teratur sehingga dapat memberikan makna.[10] Kata ada beberapa bentuk diantaranya adalah kata dasar, kata berimbuhan, kata ulang dan kata majemuk.

Dalam dunia pers, kata yang digunakan dalam penulisan berita mempunyai ciri khas yaitu:

a. Kata yang digunakan harus mudah dimengerti. Artinya setiap kata yang digunakan itu mudah dipahami pembaca.
b. Kata yang digunakan harus dinamis. Kata yang disampaikan harus memberikan arti yang lebih hidup, lebih bersemangat, sesuai dengan kondisi dan situasi pernyataan yang akan disampaikan.
c. Kata yang muncul harus demokratis.[11]

5. Penyimpangan Dalam Bahasa Jurnalistik

Terdapat beberapa penyimpangan bahasa jurnalistik dibandingkan dengan kaidah bahasa Indonesia baku diantaranya adalah:

a. Penyimpangan morfologis. Penyimpangan ini sering terjadi dijumpai pada judul berita surat kabar yang memaknai

[10] Ras Siregar, *Bahasa Jurnalistik Indonesia*, (Jakarta: PT Pustaka Karya Grafika Utama, 1987) hlm. 120
[11] Ibid.hlm.121

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kalimat aktif, yaitu pamakaian kata kerja tidak baku dengan penghilangan afiks. Afiks pada kata kerja yang berupa prefiks atau awalan dihilangkan.

b. Kesalahan sintaksis. Kesalahan berupa pemakaian tata bahasa atau struktur kalimat yang kurang benar sehingga sering mengacaukan pengertian. Hal ini disebabkan logika yang kurang bagus.

c. Kesalahan kosakata. Kesalahan ini sering dilakukan dengan alasan kesopanan (*eufemisme*) atau meminimalkan dampak buruk pemberitaan.

d. Kesalahan ejaan. Kesalahan ini hamper setiap kali dijumpai dalam surat kabar. Kesalahan ejaan juga terjadi dalam penulisan kata, seperti: Jumat ditulis Jum'at, khawatir ditulis hawatir, jadwal ditulis jadual, sinkron ditulis singkron, dan lain-lain.

e. Kesalahan pemenggalan. Terkesan setiap ganti garis pada setiap kolom kelihatan asal penggal saja. Kesalahan ini disebabkan pemenggalan bahasa Indonesia masih menggunakan program computer berbahasa Inggris. Hal ini sudah biasa diantisipasi dengan program pemenggalan bahasa Indonesia.[12]

[12] Suroso, *Bahasa Jurnalistik Sebagai Materi Pengjaran BIPA Tingkat Lanjut* (http://www.ialf.edu/kipbipa/papers/Suroso.doc). Diakses 28 Januari 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. MEDIA DAKWAH

1. Pengertian Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar (Arsyad, 2006: 3). Dalam bahasa Inggris *media* merupakan bentu jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara.[13]

Media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Ketika media dakwah berarti alat dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi. Akan tetapi, ada saran lain selain alat komunikasi tersebut seperti tempat, infrastruktur, mesin, tempat duduk, alat tulis, alat perkantoran, dan sebagainya. Sarana-sarana ini mencakup logistik dakwah. Logistik dakwah juga mencakup keuangan dakwah.[14]

Media adalah pesan itu sendiri. Kalau sifat dari semua media adalah isi media itu sendiri. Adapun isi dari media adalah

[13] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004) hlm. 403
[14] Ibid. Hlm. 404-405

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tulisan yang merupakan informasi yang telah diwujudkan dalam bahasa. Sementara isi dan tulisan adalah pembicaraan tentang realitas. Pembicaraan merupakan aktualisasi dari proses pemikiran. Maka, media adalah perluasan dari ide, gagasan, dan pikiran terhadap kenyataan social. Tidaklah salah jika dikatakan bahwa *"Media is the extensions of man".*[15]

Dakwah merupakan seruan tentang ajaran dan nilai-nilai Islam. Dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam di dalam kehidupan sehari-hari.[16] Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu.[17] Disebutkan Deddy Mulyana yang dikutip oleh Acep Aripudin bahwa media bisa merujuk pada alat maupun bentuk pesan, baik verbal maupun non verbal, seperti cahaya dan suara.[18]

2. Jenis-jenis Media Dakwah

Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. secara lebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apa pun yang halal bisa digunakan sebagai media dakwah. alat tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah bila ditujukan untuk berdakwah.

---

[15] Farid Hamid & Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi*¸(Jakarta, Kencana, 2011) hlm. 111
[16] Faizah, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006) hlm. 7
[17] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983) hlm. 163
[18] Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah*, (Jakarta: Raja Pers, 2011) hlm. 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semua alat itu tergantung dari tujuannya.[19] Ada beberapa pendapat tentang media dakwah dan macam-macamnya, antara lain sebagai berikut:

1. Abdul Kadir Munsyi (1981: 41-43) mencatat enam jenis media dakwah: lisan, tulisan, lukisan, atau gambaran, audio-visual, perbuatan, dan organisasi.
2. Asmuni Syukir (1983: 168-167) juga mengelompokkan media dakwah menjadi enam macam, yaitu: lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi Islam, hari-hari besar Islam, media massa dan seni budaya.
3. Syukriadi Sambas (2004: 53-54) menyatakan bahwa ada dua instrument utama dakwah, yaitu seluruh diri pendakwah (*da'i*) dan luar diri pendakwah.
4. Hamzah Ya'qub (1992: 47-48) menyebut lima macam media dan metode dakwah yaitu lisan, tulisan, lukisan, audia visual, dan akhlak. Ia menyamakan media dan metode dakwah. Klasifikasi ini juga dikutip oleh M. Munir dan Wahyu Ilaihi (2006: 32).
5. Al-Bayanuni (1993: 283-284) hanya memilah media dakwah menjadi dua, yaitu media materi (*madiyyah*) dan nonmateri (*ma'nawiyyah*). Yang disebut media materi adalah segala yang bisa ditangkap panca indra untuk membantu pendakwah dalam

[19] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004) hlm. 405

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwahnya, seperti ucapan, geraka, alat-alat, perbuatan, dan sebagainya. Jika tidak bisa ditangkap panca indra yaitu berupa perasaan (hati) dan pikiran, maka dinamakan media nonmateri seperti keimanan dan keikhlasan pendakwah.[20]

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu:

a. Media terucap (*The spoken words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
b. Media tertulis (*The printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
c. Media dengar pandang (*The audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya.

Selain itu ada yang mengklasifikasikan jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi).[21]

3. Pemilihan Media Dakwah

Sekalipun media dakwah bukan penentu utama bagi kegiatan dakwah, akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk

[20] Ibid. hlm. 405-406
[21] Ibid. hlm. 406-407

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesuksesan dakwah. pesan dakwah yang penting dan perlu segera diketahui semua lapisan masyarakat, mutlak memerlukan media radio, Koran, ataupun televisi.

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur-unsur dakwah yang lain, seperti metode dakwah dan logistic dakwah.Pendek kata, pilihan media dakwah sangat terkait dengan kondisi unsur-unsur dakwah.

Unsur dakwah yang paling berpengaruh atas keberadaan media dakwah adalah pendakwah. Hampir semua media dakwah bergantung pada kemampuan pendakwah, baik secara individu maupun kolektif. Kemampuan pendakwah tidak hanya sebatas penggunaan media tersebut.

Dengan mengetahui karakteristik media, pendakwah dapat menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan jenis media dan mitra dakwahnya. Sebetulnya, semua media dakwah dapat menerima pesan dakwah apa pun. Akan tetapi, dipandang dari efektivitiasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu.

Hal penting yang tidak boleh diabaikan dalam pemilihan media dakwah adalah etika. Media dapat menurunkan kualitas dakwah bila melanggar etika. Sinetron keagamaan namun menggunakan aktor laki-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

laki berdandan wanita tidaklah disebut media dakwah. Koran yang berisi pesan keagamaan namun memuat iklan mereka minuman keras juga bukan media dakwah. Dengan demikian untuk memilih media dakwah perlu dipertimbangkan paling tidak empat aspek, yaitu: efektifitas media, efisiensi penggunaannya, kesesuaiannya dengan unsur-unsur dakwah dan legalitasnya menurut etika Islam.[22]

4. Majalah Sebagai Media Dakwah

Salah satu bentuk media massa dikenal sejak dahulu adalah majalah, kehadirannya selain mengarah kepada pelayanan kebutuhan masyarakat maka majalah diarahkan juga kepada khalayak yang lebih khas apakah gaya hidup mereka maupun perbedaan demografisnya.[23]

Menurut Oemar Seno Adji, majalah adalah alat komunikasi yang bersifat umum dan terbit secara teratur, yang berfungsi sebagai penyebar luasan informasi dan sarana perjuangan untuk mencapai cita-cita pembangunan.[24] Sedangkan Kurniawan Junaedhi menyatakan pengertian majalah adalah sebuah penerbitan berkala (bukan harian) yang terbit secara teratur dan sifat isinya tak menampilkan pemberitaan atau sari berita, melainkan berupa

[22] Ibid. hlm. 428-430
[23] Alo Liliweri, *Memahami Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991) hlm. 11
[24] A. Hamzah, *Detik-detik Pers Indonesia*, (Jakarta: Media Sarana, 2008) hlm. 37

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

artikel, atau yang bersifat pembahasan yang menyeluruh dan mendalam.[25]

Tipe atau kategori suatu majalah ditentukan oleh sasaran pembacanya yang dituju. Artinya, sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa, atau pembaca umum artinya dari anak-anak hingga orang dewasa. Bisa juga sasaran pembaca yang dituju dari kalangan profesi tertentu, seperti pelaku bisnis atau pembaca dengan hobi tertentu seperti bertani, beternak dan memasak.[26]

Seperti halnya surat kabar perkembangan majalah juga dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Guttenberg yang ditopang dengan sirkulasi yang besar. Pada pertengahan abad ke-17 di Inggris majalah menjadi bahan bacaan favorit sekelompok bangsawan dan elit. Andrew Bradfoord (1741) menerbitkan *American Magazine, or a Monthly View of The Political State of the British Colonies,* diikuti oleh Benjamin Franklin dengan *General Magazine and Histrical Chronicale for All British Plantations in America.* Keberadaan majalah pada saat itu menjadi

[25] Kurniawan Juanedhi, *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia,* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1995) hlm. 34
[26] Elvirano Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar,* (Bandung: Simibiosa Rekatama Media, 2007) hlm. 119

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagian penting di kalangan elit AS sebagai sumber referensi utama yang kritis terhadap kebijakan pemerintah.

Keberadaan majalah di Indonesia dimulai pada masa menjelang dan awal kemerdekaan di Indonesia. Majalah bulanan *Pantja Raja* (1945) terbit di Jakarta atas prakarsa Ki Hadjar Dewantoro. Arnold Manoutu dan dr. Hassan Missouri di Ternate menerbitkan majalah mingguan *Menara Merdeka* yang memuat berita-berita yang disiarkan pada Radio Republik Indonesia (RRI). Majalah berbahasa jawa *Djojobojo* terbit di Kediri yang dipimpin Tadjib Ermadi, selanjutnya para anggota Ikatan Pelajar Indonesia di Blitar menerbitkan majalah *Obor*.

Saat ini sudah banyak beredar majalah yang terbit dengan varian segmentasi tertentu. Segmentasi ini menunjukkan majalah lebih menekankan untuk menjangkau pada karakteristik khalayak tertentu dengan kebutuhan yang khas pula tidak sama seperti surat kabar yang menjangkau semua khalayak dengan segmen berita dan bersifat umum.[27]

Sebuah majalah adalah sekumpulan artikel atau kisah yang diterbitkan teratur secara berkala. Di dalam sebagian besar majalah terdapat ilustrasi. Mereka menampilkan beragam informasi, opini, dan hiburan konsumsi massa. Walaupun majalah dan surat kabar

[27] Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013)hlm. 50-51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tampak begitu memberikan rangsangan dan bisa mengalihkan perhatian, kedua hal ini tidak akan pernah menyamai daya tarik visual dari majalah yang sangat kuat dan berlangsung seketika.[28]

Majalah merupakan media dakwah yang bersifat tulisan. Media ini memiliki keunggulan yang lain disbanding dengan media massa yang lainnya. Keunggulannya antara lain, mudah dijangkaku oleh manysrakat, karena harganya relative murah disbanding dengan media massa yang lain. Selain dari pada itu sesuai dengan sifat atau karakteristik media massa itu dapat dijadikan publikasi yang beraneka ragam, misalnya dengan rubrik khusus mimbar agama, karikatur, artikel biasa yang bernafaskan dakwah dan sebagainya. Yang khas dari ciri majalah sebagai media dakwah adalah media itu dapat dibaca berulang kali, sehingga dapat dipahami atau dihafal sampai mendetail.[29]

Saat ini telah banyak majalah yang secara khusus menyatakan sebagai majalah dakwah Islam. Penulis keagamaan juga bisa memanfaatkan non-dakwah untuk mempublikasikan tulisannya asalkan disesuaikan dengan spesifikasi majalah yang bersangkutan. Menulis pesan dakwah di majalah juga tidak terlepas dari visi redakturnya. Islam dapat dilihat dari sudut pandang mana pun dan bisa dikaji dengan pendekatan apapun. Pandangan atau

[28] Macel Danesi, *Semiotika Media* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010) hlm. 89
[29] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983) hlm. 178

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendekatan sebuah majalah atau jurnal harus terlebih dahulu dipelajari oleh penulis keagamaan.

Dalam sejarah Islam, buku-buku (media cetak) telah berperan sebagai sarana penyimpan informasi tentang fakta dan data yang membentuk ilmu pengetahuan umat manusia. Ilmu pengentahuan inilah yang setelah tercerahi ruh Al-Qur'an Al-Karim dan Sunnah Rasulullah Saw menjadi Al-Hikmah. Akhirnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang tak lepas dari jiwa ajaran Islam dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw. Cendikiawan dan para peneliti muslim mengembangkan peradaban umat melalui perbukuan, melalui budaya membaca dan menulis yang intensif dan besar-besaran.[30]

Majalah juga memiliki kekuatan pengaruh sebagaimana surat kabar. Klasifikasi majalah dibagi ke dalam lima kategori utama, yakni:

1. *General consumer magazine* (majalah konsumen umum).
2. *Bussines publication* (majalah bisnis).
3. *Literacy review and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah), yaitu terbitan berkala yang berisi kajian-kajian ilmiah yang spesifik dan dalam bidang tertentu.
4. *Newsletter* (majalah khusus terbitan berkala).

[30] Ahmad Y. Samantho, *Jurnalistik Islam* (Jakarta: Harakah, 2002) hlm. 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. *Public relation Magazines* (Majalah Humas). (http://id.wikipedia.org/wiki/Majalah).

Tipe majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju. Artinya, redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya. Ada majalah berita, keluarga, wanita, pria, remaja wanita, remaja pria, anak-anak, ilmiah popular, umum, hokum, pertanian, humor, olahraga, daerah. Majalah merupakan media yang paling simple organisasinya, relative lebih mudah mengelolanya disbanding surat kabar. Majalah tetap dibedakan dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik tersendiri: penyajian lebih dalam, nilai aktualitas lebih lama, gambar atau foto lebih banyak, dan cover atau sampul sebagai daya tarik.[31]

C. BAHASA JURNALISTIK DALAM MEDIA DAKWAH

Gaya bahasa adalah cara tersendiri seseorang dalam menggunakan bahasa. Menurut Swift, yang dikutip oleh Dan. B. Curtis, James J. Floyd, Jerry L. Winsor. Gaya bahasa adalah bagaimana menggunakan kata-kata yang pantas pada tempat yang tepat beberapa telaah tentang gaya bahasa:[32]

[31] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004) hlm. 416-417
[32] Dan B. Curtis, James J. Floyd, Jerry L. Winsor, *Komunikasi Bisnis dan Profesional* (Bandung: Rosdakarya, 1996) hlm. 330

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Pesan yang digayakan dapat mempertinggi pengertian atau pemahaman pesan. Gagasan yang rumit mungkin dapat disampaikan dengan lebih jelas melalui bahasa kiasan.
2. Pesan yang digayakan dapat membantu pengingatan suatu pesan. Penggunaan berbagai pola sintaksis atau kata kiasan dapat membantu khalayak mengingat unsur penting dari pesan. Pemasangan iklan menggunakan slogan dan sesuatu yang baru untuk memudahkan pengingatan pesan-pesan mereka.
3. Pesan yang digayakan dapat meningkatkan daya tarik persuasive suatu pesan. Apabila perhatian diperoleh dan dipertahankan, khalayak mungkin lebih memahami dan menguasai pesan sehingga kemungkinan besar pesan akan diterima.

Bahasa adalah kekuatan, Joseph Conrad mengatakan bahwa melalui "kata dan logat yang tepat", seseorang dapat menggerakkan dunia, kata-kata memiliki kekuatan. Sepanjang sejarah, kekuatan kata-kata telah memulai dan mengakhiri perang. kata-kata memiliki kekuatan untuk mempengaruhi perilaku, kata-kata yang digunakan untuk menggambarkan suatu obyek atau tindakan dapat memperngaruhi tingkah laku dan perasaan kita tentang hal yang dimaksud. Eisenberg menjelaskan bahwa kejelasan dalam pengiriman pesan merupakan rangkaian kesatuan. Kejelasan timbul melalui kombinasi factor sumber, pesan dan penerima.[33]

[33] Ibid. hlm. 336

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bahasa jurnalistik sama dengan bahasa bahasa yang digunakan secara umum, yaitu mengikuti aturan-aturan bahasa yang baku, mengikuti tata bahasa yang berlaku dan mempergunakan kosakata yang sama. Tatapi, dalam penulisan jurnalistik ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan yaitu *sifat tulisan sebagai media komunikasi massa.* Kenyataan ini memberikan tekanan akan pentingnya sifat-sifat *sederhana, jelas,* dan *langsung* dalam suatu berita. Dengan demikian, bahasa jurnalistik harus ringkas, mudah dipahami, dan langsung menerangkan apa yang dimaksudkan.

Sebagian besar isi surat kabar atau isi berita dalam radio, televisi adalah hasil pekerjaan jurnalistik. Jurnalistik adalah pencatatan kenyataan sehari-hari atau jurnal fakta-fakta sehari-hari. Ada hasil karya lain yang bukan merupakan pencatatan kenyataan sehari-hari yaitu kesusasteraan. Dengan membandingkan dua jenis karya stulisa tersebut maka akan ada dapat diketahui secara lebih jelas apa yang membedakan bahasa jurnalistik dengan bahasa karya tulis lainnya, diantaranya bahasa sastra. Karya jurnalistik terutama berpangkal pada kenyataan atau pada fakta-fakta. Karya sastra, baik dalam bentuk novel, drama, sajak, syair dan sebagainya, terutama berpangkal pada pikiran, perasaan, dan juga bisa berupa khayalan atau fiksi.

Selain berpangkal pada kennyataan, karya jurnalistik juga dibatasi oleh keharusan untuk mennyampaikan informasi secara cepat. Oleh karena

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu bahasa yang digunakan juga harus cocok untuk ditangkap dengan cepat, yaitu sederhana, jelas dan langsung.[34]

D. ANALISIS ISI

Menurut Don Michael Flournoy:

> *Content analysis is a method for observing and measuring the content communication. Content analysis has often been used to study media messages. Content is often used to determine the relative emphasis or frequence of various communication phenomena: propaganda, trends, style, changes in content, and readability.*[35]

Analisis adalah suatu bentuk metode untuk mengamati dan mengukur isis komunikasi. Analisis isi sering digunakan untuk mempelajari pesan media. Analisis isi sering digunakan untuk menentukan penekanan relative atau frekuensi dari berbagai fenomena komunikasi: propaganda, tren, gaya, perubahan konten, dan mudah dibaca.

Lain halnya dengan Berelson dan Kerlinger, beliau mendefinisikan analisis isi sebagai metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematik, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Sedangkan menurut Budd, analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat

---

[34] Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2006) hlm. 164-165

[35] Don Michael Flournoy, *Content Analysis of Indonesian Newspaper,* (Yogyakarta: Gadjah Mada University, 1992) hlm. 9-10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.[36]

E. KERANGKA TEORITIK

Teori Bahasa

Ferdinand de Saussure pendiri struktur linguistic modern, yang berjasa memberikan sumbangan besar pada tradisi structural dalam ilmu komunikasi, mengajarkan bahwa "tanda" (*sign*), termasuk bahasa, adalah bersifat acak (*arbitrary*). Ia menyatakan bahasa yang berbeda menggunakan kata-kata yang berbeda untuk menunjukkan hal yang sama, dan bahwa biasanya tidak ada hubungan fisik antara suatu kata dengan referensinya. Karena itu, tanda merupakan kesepakatan yang diarahkan oleh aturan (*sign are convention governed by rules*).

Saussure kemudian melihat bahasa sebagai suatu system terstruktur yang mewakili realitas. Ia percaya bahwa peneliti bahasa harus memberikan perhatian pada bentuk-bentuk bahasa seperti bunyi ucapan, kata-kata, dan tata bahasa. Walaupun struktur bahasa bersifat acak namun penggunaan bahasa tidak sama sekali bersifat acak karena bahasa membutuhkan kesepakatan yang mapan (*established convention*).

Menurut Saussure, kunci untuk memahami struktur dari system bahasa adalah perbedaan. Bunyi huruf "p" berbeda dengan huruf "b"; suatu kata berbeda dengan kata lainnya seperti "kucing" dan "anjing"; satu

[36] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006) hlm. 230-231

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bentuk tata bahasa juga berbeda dengan tata bahasa lainnya "akan pergi" dan "telah pergi". System perbedaan ini membentuk struktur bahasa, baik dalam bahasa percakapan maupun tulisan. Bahasa adalah suatu system formal yang dapat dianalisis secara terpisah darai penggunaan bahasa sehari-hari. Percakapan adalah penggunaan bahasa yang sesungguhnya untuk mencapai suatu tujuan. Dalam hal ini, komunikator tidak menciptakan berbagai aturan bahasa. Komunikator mempelajari aturan bahasa dalam periode waktu yang lama yang diterimanya selama proses sosialisasi dalam suatu masyarakat bahasa. Sebaliknnya komunikator menciptakan bentuk-bentuk percakapan sepanjang waktu. [37]

F. PENELITIAN TERDAHULU

1. Skripsi yang ditulis oleh Zabrina Rosyadi (Univeristas Syarif Hidayatullah Jakarta 2011) yang berjudul Analisis Penerapan Bahasa Jurnalistik Berita Utama Surat Kabar Lawang Ekspres Edisi Desember 2010.[38]

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Kajian

Persamaan	Dalam penelitian tersebut sama-sama menganalisis isi laporan utama tentang penerapan bahasa jurnalistik.
Perbedaan	Objek yang digunakan peneliti tersebut

[37] Morrisan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, hlm. 139-140

[38] Skripsi Zabrina Rosyadi, *Analisis Penerapan Bahasa Jurnalistik Berita Utama Surat Kabar Lawang Ekspres Edisi Desember 2010* (Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah, 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	adalah surat kabar. Dari segi metode penelitiannya, pada penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Analisis dilakukan dengan menggunakan tabel untuk mengetahui kalimat yang tidak menggunakan bahasa jurnalistik. Karena menurut peneliti tersebut surat kabar yang terbit pada edisi tersebut peneliti merasa banyak menemukan kata-kata bahkan kalimat yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik.

2. Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Hidayatullah (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2010) yang berjudul Pesan Dakwah Dalam Film : Analisis Isi Film My Name Is Khan.[39]

Tabel 2.2

Persamaan dan Perbedaan Kajian

Persamaan	Penggunaan metode penelitian analisis isi kuantitatif.
Perbedaan	Penelitian tersebut menjelaskan tentang pesan dakwah dalam film. Dengan memanfaatkan media ini diharapkan para

[39] Skripsi Ahmad Hidayatullah, *Pesan Dakwah Dalam Film : Analisis isi Film My Name Is Khan*, (Surabaya: UINSA, 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	sineas muslim mampu memberikan karya terbaiknya dengan tidak lupa menyapaikan pesan-pesan dakwah di dalam cerita film tersebut. Penelitian tersebut menganalisis tentang isi film sedangkan peneliti meneliti tentang analisis isi laporan utama majalah.

3. Skripsi yang ditulis oleh Daniel Budiana (Universitas Kristen Petra Surabaya) yang berjudul Analisis Isi Kekerasan Dalam Rumah Tangga Pada Sinetron Religi.

Tabel 2.3

Persamaan dan Perbedaan Kajian

Persamaan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis pendekatan analisis isi kuantitatif.
Perbedaan	Penelitian tersebut bertujuan untuk menghitung frekuensi mengenai pelaku, jenis kekerasan dan korban kekerasan dalam rumah tanga pada 3 sinetron religi (Hikayah, Hidayah dan Mukjizat Ilahi). Objek yang digunakan adalah televisi sedangkan objek penelitian penelitian ini adalah majalah.

4. Skripsi yang ditulis oleh Masrur Ridwan (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008) yang berjudul Penggunaan Bahasa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jurnalistik Dalam Artikel Mahasiswa KPI (Studi Analisis Isi Pada Kolom "Suara Mahasiswa Harian Umum Kedaulatan Rakyat).

Tabel 2.4

Persamaan dan Perbedaan Kajian

Persamaan	Dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang penggunaan bahasa jurnalistik
Perbedaan	Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan penggunaan kalimat pendek, kalimat aktif dan ekonomi kata. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian analisis isi Stempel Guide.

5. Skripsi yang ditulis oleh Aris Takomala (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009) yang berjudul Analisis Bahasa Jurnalistik Berita Utama Surat Kabar *Republika* Edisi Desember 2008.

Tabel 2.5

Persamaan dan Perbedaan Kajian

Persamaan	Penelitian ini meneliti tentang penggunaan bahasa jurnalistik di dalam surat kabar.
Perbedaan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan jenis penelitiannya ialah analisis deskriptif. Jenis analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai penggunaan bahasa jurnalistik di surat kabar *Republika.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id