



Kebijakan Penggunaan Bahasa Jurnalistik Populis pada Pikiranrakyat dan Pikiran-Rakyat.Com

Muhammad Fauzaan Fikri Sudarjat*, Khoiruddin

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : m.fauzanfikri8@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijakan penggunaan bahasa jurnalistik populis dalam penerapan dan perbedaan penulisan di media cetak dan media online Pikiran Rakyat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, dan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan online, bahasa yang digunakan harus mudah dimengerti oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk yang berpendidikan rendah. Penggunaan kata-kata informal dan istilah bahasa sehari-hari menjadi ciri khas, walaupun tetap mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Penggunaan kata atau istilah ini dapat ditemukan di berbagai rubrik dengan tujuan untuk menarik minat pembaca, dan dalam beberapa kasus, kata-kata bahasa serapan yang belum ada di KBBI ditulis miring sebagai rujukan bagi tim redaksi. Perbedaan utama terletak pada media cetak yang lebih mengutamakan bahasa baku daripada bahasa serapan atau asing, sementara media online lebih fleksibel dalam menggunakan bahasa jurnalistik populis karena mengikuti prinsip Search Engine Optimization (SEO).

Kata Kunci: Bahasa Jurnalistik Populis, Media Cetak dan Media Online, Perbedaan Penulisan.

ABSTRACT

This study aims to find out how the policy of using populist journalistic language in the application and differences of writing in print media and online media Pikiran Rakyat. This research uses a qualitative approach with a constructivism paradigm, and a descriptive method. The results showed that in writing populist journalistic language in print and online media, the language used must be easily understood by various levels of society, including the poorly educated. The use of informal words and colloquial terms is characteristic, although it still refers to the Big Indonesian Dictionary (KBBI). The use of these words or terms can be found in various rubrics with the aim of attracting readers, and in some cases, absorptive language

words that do not yet exist in KBBI are italicized as a reference for the editorial team. The main difference lies in print media that prioritize standard language over absorptive or foreign languages, while online media are more flexible in using populist journalistic language because it follows Search Engine Optimization (SEO) principles.

Keywords: *Populist Journalistic Language, Print Media and Online Media, Writing Differences*

PENDAHULUAN

Bahasa populis adalah bahasa yang digunakan secara luas, dan dipahami oleh sebagian orang dalam suatu masyarakat atau komunitas tertentu. Bahasa ini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, media massa dan interaksi sosial. Bahasa populis cenderung sederhana dan mudah dimengerti, hal ini memungkinkan masyarakat dapat berkomunikasi dengan lancar, tanpa harus memahami kata-kata atau frasa.

Penggunaan bahasa populer sering muncul dalam media massa termasuk surat kabar, majalah, televisi, radio dan internet. Hal ini membantu menyebarkan kosakata dan ungkapan yang lebih umum

Bahasa jurnalistik populis mencakup penggunaan bahasa yang sederhana, ekspresif, dan menarik untuk menyampaikan informasi kepada pembaca dari berbagai latar belakang. Dalam konteks media online, penting juga untuk mengeksplorasi bagaimana bahasa jurnalistik populis beradaptasi dengan karakteristik media yang berbeda dengan media cetak.

Selain itu, kontribusi Bahasa jurnalistik populis pada pengembangan media massa memberikan sumbangan penting bagi pengembangan media massa. Dengan memahami bagaimana Bahasa jurnalistik populis digunakan di media cetak dan media online, dapat membantu redaksi media dalam mengoptimalkan pemanfaatan Bahasa, untuk meningkatkan daya saing dan jumlah pembaca.

Segala sesuatu yang ditulis di media online akan selalu dianggap penting oleh masyarakat pembaca. Maka dari itu, setiap media *online* diharuskan menggunakan bahasa jurnalistik yang sesuai dengan standar kaidah bahasa. Menerapkan bahasa jurnalistik yang sesuai akan memberikan nilai-nilai positif bagi media *online*. Hal ini akan memberikan nilai kesuksesan bagi sebuah media jika sudah menerapkan penggunaan bahasa jurnalistik yang sesuai dalam pemberitaannya.

Perubahan besar telah terjadi dalam bidang jurnalistik dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan internet. Media percetakan dan media daring menjadi dua platform utama dalam menyebarkan berita kepada masyarakat. *Pikiran Rakyat*, sebagai salah satu media cetak berpengaruh di Indonesia, dan *PikiranRakyat.com* sebagai versi online-nya, menarik untuk dijadikan subjek penelitian karena keduanya memiliki basis pembaca yang besar.

Bahasa jurnalistik yang populer sedang mencuri perhatian dunia jurnalistik saat ini. Di zaman digital dan media sosial, jurnalis kerap menggunakan gaya penulisan yang menarik, untuk memikat minat para pembaca. Fenomena ini juga terjadi pada media cetak seperti PikiranRakyat dan platform online Pikiran Rakyat. com Karena itu, penelitian ini akan mengupas bagaimana media-media tersebut memanfaatkan gaya bahasa jurnalistik yang populer dalam menyampaikan berita.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkap penggunaan bahasa jurnalistik yang populer pada media cetak dan media online. Fokus penelitian ini adalah pada media PikiranRakyat dan Pikiran-Rakyat.com Pemilihan topik ini dilakukan karena beberapa alasan dan inovasi yang menjadi latar belakang penelitian ini, yaitu untuk melihat perbedaan atau kesamaan dalam penggunaan bahasa jurnalistik yang populer antara media cetak dan media online. Selama beberapa tahun terakhir, popularitas media online meningkat secara signifikan dan menjadi sumber berita yang sangat diminati. Melalui perbandingan dua media ini, penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang dampak digitalisasi terhadap penggunaan bahasa jurnalistik yang populis. Penelitian ini bertujuan untuk mengenali ciri-ciri khas dari bahasa jurnalistik yang populer dan menganalisis cara media-media tersebut mengadopsinya.

Penelitian ini diawali dengan melakukan kajian pustaka terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian yang telah dipilih oleh peneliti, hal ini bertujuan untuk menambah informasi demi mendukung keberlangsungan penelitian yang akan dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang sejenis.

Pertama, penelitian skripsi oleh Febrina ita fitri Mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifudin 2020, yang berjudul “Penggunaan Bahasa Jurnalistik Dalam Penulisan Berita MetroJambi.com” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjalankan karya ilmiah, dengan menerapkan pendekatan konten berita dalam analisisnya. Hasil riset ini menunjukkan adanya kelalaian penggunaan gaya bahasa jurnalistik dalam penulisan berita di Metrojambi. com, yang berasal dari penerbit Metro Jambi. Media Metrojambicom memberikan pelatihan dan pembekalan kepada tim redaksi oleh editor dan manajer umum dalam kegiatan yang diadakan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Kisno pada tahun 2019 penelitian ini berjudul “Perbandingan efektivitas Buku Digital Versus Buku Cetak dalam Meningkatkan Performa Belajar Mahasiswa”. Artikel ilmiah ini menerapkan metode penelitian Deskriptif dan melibatkan pendekatan Kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan keunggulan dan kelemahan buku fisik dan buku digital sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada

mahasiswa mengenai sejauh mana efektivitas buku fisik dan buku digital dalam meningkatkan prestasi belajar mahasiswa.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Budi Arista mahasiswa Ilmu Komunikasi Undip 2018 yang berjudul “Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi”. Studi ini mengaplikasikan metode penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Hasil riset ini menciptakan pembicaraan tentang media cetak yang semakin suram akibat kemajuan zaman yang terus berkembang. Media cetak dihadapkan pada biaya produksi yang mahal dan perubahan perilaku masyarakat dalam menggunakan media massa untuk mencari informasi.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Thahira mahasiswa IAIN Palopo 2018 yang berjudul “Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Digital Di Kota Palopo (Studi Kasus Koran Cetak Seruya)”. Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode riset perpustakaan dan riset lapangan. Penelitian ini menciptakan strategi pemasaran surat kabar kertas di media cetak agar dapat mempertahankan penjualan dengan menghadirkan fitur menarik yang mengundang minat pembaca. Media cetak memiliki waktu penerbitan serta memberikan berita secara berulang-ulang, sementara media online menyajikan berita secara instan dan langsung tanpa menunggu waktu penerbitan dan akses yang lebih mudah tanpa melalui jaringan internet.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Eka Puspitasari mahasiswa FKIP Universitas Galuh 2017 yang berjudul “Karakteristik Bahasa Jurnalistik Dalam Artikel Surat Kabar Priangan”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menghasilkan bahasa jurnalistik yang simpel, tanpa hiasan, lugas, dan akurat dalam pemberitaan di surat kabar Priangan. Menghasilkan bahasa jurnalistik yang sesuai dengan permintaan bukanlah hal yang mudah untuk menghindari kesalahpahaman, bahasa tersebut juga harus menghindari penafsiran ganda.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian ini adalah penggunaan bahasa jurnalistik populis pada media cetak dan media online Pikiran Rakyat. Diturunkan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut, bagaimana kebijakan penerapan yang dimiliki tim redaksi Pikiran Rakyat mengenai bahasa jurnalistik populis? bagaimana perbedaan bahasa jurnalistik populis pada media cetak dan media online Pikiran Rakyat?

Metode penelitian yang akan digunakan dalam studi ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2009:59), penelitian deskriptif adalah penelitian yang melukiskan, menggambarkan dan memaparkan suatu objek yang diteliti secara apa adanya dengan situasi dan kondisi penelitian dilakukan. Pendekatan yang peneliti pilih dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong (2011) Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif, dapat berupa tulisan maupun lisan, serta

mengamati perilaku subjek yang diteliti (Moleong, 2011: 18).

LANDASAN TEORITIS

Pada penelitian ini, peneliti tidak menggunakan teori. Peneliti menggunakan konsep pemikiran yang dikemukakan oleh Haris Sumadiria, tentang 17 karakteristik bahasa jurnalistik. Jurnalisme adalah kegiatan yang terkait dengan menulis laporan harian yang diterbitkan, secara etimologis, jurnalisme berasal dari kata *joun* dalam bahasa Perancis yang artinya adalah mencatat atau melaporkan setiap hari.

Menurut Sumadiria (2019:4), Jurnalisme adalah aktivitas yang terkait dengan mencatat atau melaporkan setiap hari. Bahasa pers atau disebut juga sebagai bahasa jurnalistik, adalah salah satu ragam bahasa yang dipakai oleh para jurnalis dalam menyampaikan informasi tulisan dalam komunikasi (Sumadiria, 2019:7).

Dalam bukunya yang berjudul "Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis", Sumadiria menguraikan terdapat 17 ciri bahasa jurnalistik diantaranya yaitu, sederhana, singkat, padat, tegas, jelas, transparan, menarik, demokratis, populis, rasional, berpedoman pada tata bahasa, menghindari percakapan sehari-hari, menghindari kata-kata dan frasa asing, pemilihan kata yang tepat, menyukai kalimat aktif, menghindari terminologi teknis, dan mengikuti prinsip etika (Sumadiria, 2008:14).

Dalam dunia jurnalistik, istilah populis mengacu pada bahasa yang digunakan dalam percakapan sehari-hari, dengan gaya yang santai. Semua individu memiliki kemampuan untuk menggunakan, dan mengerti kata atau terminologi apapun selama pihak yang diajak bicara dapat memahami arti dan tujuan yang disampaikan (Sumadiria, 2019:18).

Hal yang sama dikemukakan oleh Soesono khusus bertakitan dengan bhasa populer dikatakan bahwa bahasa itu harus cepat ditangkap atau dipahami karena bebas kata pemanis dan dituturkan dengan kalimat hemat kata, penulian harus ringkas dan jelas, lengkap dan teliti, kalimat-kalimatnya pendek dan nada penulisannya bersahabat. (Soesono, 1995).

Konsep pemikiran yang diajukan oleh Sumadiria sangat sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan mengenai penggunaan Bahasa Jurnalistik Populis pada media cetak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana tim redaksi Pikiran Rakyat, memahami dan menerapkan bahasa jurnalistik dalam pembuatan berita sehari-hari.

Penulis ingin menemukan pemahaman yang sama dengan Sumadiria, mengenai relevansi penelitian yang dilakukan. Dalam studi deskriptif yang melibatkan media cetak *Pikiran Rakyat* dan *Pikiran-Rakyat.com*, penelitian ini

berkaitan dengan tujuan Sumadiria untuk memahami, bagaimana tim redaksi Pikiran Rakyat menjalankan tugas mereka dalam menggunakan bahasa jurnalistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menyajikan data berdasarkan hasil observasi dan wawancara dari informan yang dilakukan dengan melibatkan 3 orang tim redaksi di Pikiran Rakyat. Merujuk pada fokus penelitian dengan tujuan untuk mencari jawaban mengenai, pemahaman wartawan tentang bahasa jurnalistik populis, penerapan wartawan tentang bahasa jurnalistik populis dan perbedaan penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan media online.

Strategi analisis data mengacu pada model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Hubermas. Model ini memiliki dua tahap utama, yaitu reduksi data dan fokus pada pencarian pola yang relevan. Pada tahap pertama, data yang diperoleh akan direkap dan disederhanakan. Setelah itu, perhatian akan difokuskan pada elemen-elemen penting yang perlu diidentifikasi polanya. Kemudian, setelah mengurangi data, informasi tentang praktik jurnalistik pada wartawan yang bekerja untuk harian cetak Pikiran Rakyat dan situs web Pikiran-Rakyat. com Pada tahap terakhir, yaitu langkah penarikan kesimpulan, dilakukan analisis data secara menyeluruh untuk mencapai kesimpulan.

Penelitian ini menyajikan data berdasarkan hasil observasi, dan wawancara yang dilakukan dengan 3 orang wartawan Pikiran Rakyat. Merujuk pada fokus penelitian yang terdapat pada BAB I dengan tujuan untuk mencari jawaban mengenai penggunaan bahasa jurnalistik populis. Pertama, pemahaman wartawan *Pikiran Rakyat* mengenai kebijakan penerapan penulisan bahasa jurnalistik populis. Kedua, mengetahui perbedaan penulisan bahasa jurnalistik populis pada media cetak dan media online Pikiran Rakyat.

Proses wawancara dilakukan menyesuaikan dengan kegiatan para informan. Hal ini dikarenakan ketersediaan antara peneliti dengan para informan yang cukup signifikan. Terdapat 3 orang informan, yang memenuhi kriteria tersebut.

Wawancara dilakukan dengan terstruktur, dimana sebelum melakukan wawancara peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan, yang dirasa bisa menjawab semua fokus maupun pertanyaan penelitian.

Wawancara dilakukan baik secara online maupun secara offline kepada informan yang sudah ditentukan, untuk menggali informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan yakni mengenai bahasa jurnalistik populis.

Data yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian yakni mengenai bagaimana kebijakan penerapan yang dimiliki tim redaksi Pikiran Rakyat mengenai bahasa jurnalistik populis? Bagaimana perbedaan bahasa jurnalistik populis pada media cetak dan media online Pikiran Rakyat?

Penerapan Bahasa Jurnalistik Populis Media Cetak dan online

Pemahaman bagi wartawan PikiranRakyat cetak dan Pikiran-Rakyat.com mengenai bahasa jurnalistik populis, akan menguraikan informasi dari informan tentang bagaimana pemahamannya mengenai bahasa jurnalistik populis. Ketika penulis melakukan wawancara, gaya tubuh informan terlihat santai dan juga yakin untuk menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti.

Berdasarkan keterangan informan secara umum seluruh informan memahami bahasa jurnalistik populis yang berkaitan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua kalangan. Dalam penulisan bahasa jurnalistik populis harus dapat diketahui oleh masyarakat agar dapat menjadi lebih gampang dan terlihat menarik untuk dibaca. Berikut keterangan yang diberikan oleh Satira Yudataman:

“Ya, menurut pemahaman saya bahasa populis atau bahasa populer adalah gaya penulisan yang menggunakan gaya-gaya informal. Tujuannya untuk menarik masyarakat agar dapat mengetahui atau memahami kata-kata atau judul dalam artikel menjadi lebih gampang dan terlihat menarik untuk dibaca” (wawancara dengan Satira Yudatama pada 1 Agustus 2023).

Setiap penggunaan Bahasa jurnalistik populis yang disebarkan dan dimuat di media dengan tujuan dibaca oleh Masyarakat harus akrab di telinga, di mata maupun di benak Masyarakat tanpa memunculkan suatu makna yang ambigu dan membuat penyimpangan makna (Sumadiria, 2010:14).

Dalam bahasa jurnalistik populis adalah cara penulisan yang sering digunakan dalam bahasa pergaulan yang dilakukan sehari-hari, bahasa yang digunakan dalam keseharian atau pergaulan haruslah bahasa yang dapat dipahami

oleh semua orang agar saling mengerti. Penulisan di media sering menggunakan bahasa pergaulan atau bahasa populis agar pembaca dapat memahami dan tertarik untuk membaca. Berikut keterangan Bambang Arifianto:

“Pemahaman menurut saya bahasa populis di media ialah bahasa yang sering digunakan dalam pergaulan sehari-hari, bahasa tersebut digunakan agar orang diajak berbicara paham dengan obrolan tersebut. Hal ini juga berlaku dalam penulisan bahasa populis di media tujuannya agar pembaca dapat memahami dan tertarik untuk membaca” (wawancara dengan Bambang Arifianto pada 5 Agustus 2023).

Bahasa jurnalistik haruslah mudah dipahami, dengan begitu kata maupun kalimat yang digunakan haruslah bisa dimengerti oleh pembaca dengan mudah. Agar siapapun yang membaca bisa dengan mudah memahami terhadap informasi yang disampaikan baik orang yang memiliki pendidikan tinggi maupun sebaliknya. Kalimat yang digunakan juga harus bisa dipahami oleh seluruh khalayak yang berbeda sosial, suku, agama dan lain sebagainya (Koespradono, 2015:88) dalam Lutfi Mustofa Kamal.

Penulisan bahasa jurnalistik populis harus mudah dipahami oleh semua kalangan pembaca yang demografinya sangat luas, para pembaca tidak diketahui latar belakang pendidikan mereka. Demografi yang sangat luas tentunya berdampak pada pengetahuan yang dimiliki masyarakat berbeda-beda, bahasa yang disebarkan atau disampaikan haruslah bahasa yang sangat mudah dipahami oleh audiens. Pembaca ada yang lulusan SD ada yang profesor dan yang lain-lainnya, penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan diterima oleh semua kalangan masyarakat dapat berdampak pada intensitas pembaca yang meningkat. Berikut keterangan Yusuf Wijanarko:

“Oke bahasa jurnalistik itu adalah bahasa yang harus dipahami oleh pembaca yang demografinya sangat luas. Karena kerita suatu konten, konten itu kan ada empat di media Teks, foto, video, audio. Bahasa yang disalurkan atau disampaikan harus mudah dipahami oleh audiens yang kita tidak tahu dia lulusan SD apakah dia profesor atau yang lainnya. Jadi memang harus menggunakan bahasa yang sangat mudah dipahami”. (wawancara Yusuf Wijanarko pada 3 Agustus 2023).

Ketiga informan memiliki pandangan yang sama dalam memaknai bahasa jurnalistik populis. Hal tersebut sangat selaras dengan apa yang dikatakan oleh Sumadiri, Setiap penggunaan Bahasa jurnalistik populis yang disebarkan dan dimuat di media dengan tujuan dibaca oleh Masyarakat harus akrab di telinga, di mata maupun di benak Masyarakat tanpa memunculkan suatu makna yang ambigu dan membuat penyimpangan makna (Sumadiri, 2019:14).

Ketiga informan memiliki pandangan yang sama dalam memaknai bahasa jurnalistik populis. Hasil wawancara dengan informan pertama Satira Yudatama, memaknai bahasa jurnalistik populis adalah gaya penulisan yang menggunakan gaya-gaya informal yang bertujuan untuk menarik masyarakat agar dapat mengetahui atau memahami kata-kata atau judul dalam sebuah artikel atau berita menjadi lebih gampang dan terlihat menarik untuk dibaca.

Bahasa atau istilah-istilah yang sudah populer ditelinga masyarakat yang sering digunakan dipergaulan sehari-hari, belum tentu istilah atau kata tersebut sudah masuk ke Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), karena penulisan yang digunakan di media cetak harus tunduk ke KBBI. Ungkap Satira Yudatama:

“Bahasa yang populer di masyarakat belum tentu masuk bahasa Indonesia menurut KBBI, lebih memilih untuk mencari kata kata lain”. (wawancara dengan Satira Yudatama pada 1 Agustus 2023).

Menurut Satira, penggunaan bahasa jurnalistik populis di media cetak berpegang kepada KBBI, penulisan bahasa jurnalistikpopulis tetap harus berada dalam koridor bahasa baku yang ada di KBBI. Bahasa jurnalistik populis digunakan ketika ingin mendekatkan pembaca dan menarik perhatian pembaca agar media cetak tidak kehilangan peminat.

Penggunaan bahasa jurnalistik populis menggunakan bahasa serapan atau bahasa asing yang belum ada di KBBI, dengan menggunakan bahasa serapan

atau bahasa asing yang dimengerti atau dipahami oleh masyarakat dapat meningkatkan audiens yang lebih luas.

Hal yang sama dikemukakan oleh informan Bambang Arifianto, dirinya mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa baku yang sudah ada di KBBI lebih diutamakan dari pada penggunaan bahasa atau istilah serapan yang belum ada di KBBI.

“Penggunaan bahasa jurnalistik populis terutama di media cetak Pikiran Rakyat lebih banyak menggunakan bahasa baku” (wawancara dengan Bambang Arifianto pada 5 Agustus 2023).

Seperti halnya yang diungkapkan oleh JS Badudu, bahasa jurnalistik tunduk pada bahasa baku. Bahasa baku ialah bahasa yang digunakan oleh masyarakat. Bahasa baku sering digunakan dalam situasi resmi baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Misalnya bahasa yang digunakan pada saat berpidato, rapat, berdiskusi (lisan) dan bahasa yang digunakan ketika menulis laporan, berita, informasi, skripsi, tesis dan buku (tulisan). Demikian juga dengan bahasa majalah, surat kabar, bahasa siaran televisi, dan radio haruslah menggunakan bahasa baku. Agar apa yang disampaikan dengan mudah dipahami oleh pendengar maupun pembaca (Anwar, 1991: 2).

Dalam penggunaan bahasa jurnalistik populis bisa dibilang bahwa menyederhakan istilah-istilah akademik yang dinilai rumit untuk beberapa orang, tujuannya agar semua orang dapat memahami dengan mudah kata atau istilah yang digunakan karena tidak semua orang dapat memahami istilah yang populer di bidang-bidang tertentu, bidang keilmuan politik, sosial, lingkungan, sains dan lainnya.

Hal ini sependapat dengan Hohenberg, menyatakan bahwa penulisan bahasa jurnalistik sebagai penyampai informasi, ide, dan opini kepada para pembaca. Informasi ini harus disampaikan secara ringkas, teliti, jelas, menarik, dan mudah dimengerti (Chaer, 2010: 2)

Penggunaan bahasa populis di berita atau artikel dapat memudahkan setiap orang yang membaca untuk mengerti dan paham arti kata yang ditulis. Aspek penerapan menampilkan data bagaimana informan memaknai bahasa jurnalistik populis di media cetak dan media online, selain itu pada aspek ini juga menampilkan data bagaimana informan melakukan penerapan dalam penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan online.

Penerapan dalam penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak tidak berbeda jauh dengan penulisan bahasa jurnalistik populis di media online. Penulisan bahasa jurnalistik populis berpegang teguh kepada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dalam penulisan bahasa jurnalistik populis difokuskan untuk meraih minat pembaca dan menarik perhatian para pembaca untuk membaca sebuah berita atau artikel yang disajikan.

Dalam penulisan bahasa jurnalistik populis banyak yang menggunakan bahasa serapan dari bahasa asing, hal yang dilakukan cukup efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Berikut keterangan Satira Yudatama:

“Untuk penerapan bahasa jurnalistik populis di media cetak ga beda jauh sama di online karena memang penulisan bahasa populis masih berpegang ke KBBI, penulisan bahasa populis bisa lebih mendekatkan pembaca dan menarik perhatian pembaca. Bahasa populis bukan bahasa baku yang ada di KBBI jadi kebanyak menggunakan bahasa serapan, hal itu efektif dalam mencapai audiens yang lebih luas” (wawancara dengan Satira Yudatama pada 1 Agustus 2023).

Satira menambahkan bahwa, penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak banyak menggunakan bahasa baku yang terdapat di KBBI, bahasa yang digunakan di media cetak hanya berada di judul atau badan beritanya langsung. Penggunaan bahasa jurnalistik populis digunakan untuk mendapatkan kedekatan atau trend yang sedang hangat di masyarakat, ada beberapa segmen atau rubrik yang bisa menggunakan bahasa jurnalistik populis adalah segmen olahraga atau anak muda.

“Biasanya penggunaan bahasa populis atau populer untuk anak muda atau orang tua yang masih punya jiwa muda, misal di rubrik olahraga yang mempunyai segmen khusus untuk masyarakat yang gemar dengan olahraga. Biasanya menggunakan bahasa-bahasa yang populer di rubrik olahraga agar sipembaca dapat memahami dengan mudah” (wawancara dengan Satira Yudatama pada 1 Agustus 2023).

Bahasa jurnalistik populis jarang ditemui di media cetak karena kebanyak media cetak menggunakan bahasa baku dan menghindari bahasa serapan atau bahasa asing. Penggunaan bahasa populis di media cetak tetap tunduk pada akurasi dan objektivitas yang sudah menjadi aturan jurnalistik. Berikut keterangandari Bambang Arifianto:

“Di dalam media cetak sendiri bahasa yang digunakan dalam penulisan memang kebanyak menggunakan bahasa baku, jarang ditemui bahasa serapan atau bahasa yang tidak ada di KBBI. Bahasa populis di media cetak biasanya digunakan untuk mendapatkan kedekatan atau trend yang sedang berkembang di masyarakat, bahasa populis tetap tunduk pada akurasi dan objektivitas yang menjadi aturan jurnalistik. Biasanya bahasa populis dipajang di judul atau badan beritanya langsung”, (wawancara dengan Bambang Arifianto pada 5 Agustus 2023).

Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada para informan, penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan media online.

Pikiran Rakyat menunjukkan penerapan yang menjadi acuan penulisan dan publikasi sebuah karya jurnalistik agar dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat luas.

Segmen atau rubrik yang digunakan di media cetak untuk penggunaan bahasa jurnalistik populis biasa terjadi di segemn yang melibatkan anak-anak muda biasanya menggunakan kata atau istilah bagi anak muda atau orang tua yangjiwanya masih muda. Ungkap Bambang Arifianto:

“Segmen-segmen yang dapat digunakan terutama di segmen anak muda biasanya menggunakan kata atau istilah bagi anak muda” (wawancara dengan Bambang Arifianto pada 5 Agustus 2023).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tetap menjadi rujukan sebuah karya jurnalistik dapat dimuat dan dipublikasikan kepada masyarakat luas, dengan menggunakan bahasa yang baku menurut KBBI masyarakat menjadi tidak kebingungan dalam mencerna dan memahami berita atau artikel yang dimuat di media cetak dan media online Pikiran Rakyat.

Dari ketiga informan sama-sama berpegang teguh kepada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam penulisan bahasa jurnalistik populis untuk dimuat dan disebarkan kepada masyarakat. Gaya penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak lebih ke arah menggunakan bahasa baku.

Hal ini selaras dengan ungkapan menurut wartawan kawakan, penting bagi setiap wartawan untuk memperhatikan permasalahan kaidah bahasa, ejaan yang disempurnakan dan kaidah bahasa baku yang tidak boleh dilanggar atau diacuhkan. Selain itu ragam kosa kata bahasa jurnalistik juga harus digunakan sesuai dengan perkembangan masyarakat (Sudiati & Widyamartaya, 2005:45).

Pikiran Rakyat adalah sebuah media yang menjadi rujukan terpercaya di Indonesia, hal tersebut menjadikan Pikiran Rakyat harus menggunakan bahasa Indonesia yang baku supaya mudah dicerna oleh pembaca yang demografi sangat luas. Namun, Yusuf menambahkan bahwa media online harus mengikuti trend yang sedang hangat di masyarakat.

Media online Pikiran Rakyat menggunakan bahasa populis untuk segmen atau rubrik tertentu yang dapat dipahami atau mengerti oleh beberapa orang seperti anak muda terdapat di segmen atau rubrik belia. Menurut Yusuf Wijanarko:

“Di media online Pikiran Rakyat biasanya menggunakan bahasa populis di segmen atau rubrik tertentu yang segmentasinya orang-orang yang paham atau ngeri arti kata itu” (wawancara Yusuf Wijanarko pada 3 Agustus 2023).

Yusuf menambahkan bahwa, segmen-segmen yang digunakan dalam penerapan bahasa jurnalistik populis di media online mengikuti istilah-istilah yang sedang hangat ditelinga masyarakat atau netizen. Penggunaan bahasa adalah sebuah produk budaya yang ada kaitannya dengan waktu karena selalu ada perubahan di tiap waktu. Istilah-istilah atau kata yang sedang populer ditahun ini belum tentu akan populer di tahun depan dan seterusnya, zama terus berkembang dengan teknologi yang terus maju kata atau istilah akan terus berubah dan diperbaharui.

“Pikiran-Rakyat.com biasanya mengikuti istilah-istilah yang lagi digunakan netizen, karena penggunaan bahasa bisa dibilang sebuah produk budaya yang ada kaitannya dengan waktu, apa yang sekarang populertahun depan belum tentu tahun depannya lagi belum tentu, jadi sangat cepat berganti apalagi dengan didukung oleh pesatnya teknologi” (wawancara Yusuf Wijanarko pada 3 Agustus 2023).

Bahasa jurnalistik populis di media online terlihat mengikuti perkembangan zaman atau trend yang sedang hangat. Ketika membicarakan sebuah trend media online harus mengikuti perkembangan informasi yang sedang hangat di masyarakat. Terkadang bahasa jurnalistik populis dapat ditemukan di beberapa rubrik Pikiran- Rakyat.com, hal itu menjadi bukti bahwa media online mengikuti istilah-istilah yang sedang hangat di masyarakat yang bertujuan agar pembaca dapat mudah dan mengerti isi berita tersebut.

Penggunaan bahasa jurnalistik populis tetap dalam rujukan dari KBBI yang menjadi rujukan utama. Penulisan bahasa jurnalistik populis yang menjadikan bahasa keseharian atau bahasa pergaulan menjadi judul atau isi berita menjadi hal yang dapat mudah dimengerti oleh masyarakat dari segala kalangan.

Sebuah tulisan maupun berita yang disajikan, dalam sebuah media massa, apalagi pada media elektronik, harus menggunakan bahasa maupun tulisan yang mudah dipahami. Hal ini dikarenakan, bagi pembaca maupun pendengar tidak ada lagi waktu untuk mencerna maupun memahami lagi tulisan yang diberitakan (Dewbrata, 2010: 88).

Perbedaan Bahasa Jurnalistik Populis Media Cetak dan online

Seringkali terdapat perbedaan dan kesamaan dalam penulisan karya jurnalistik di media cetak dan online. Perbedaan ini membuat penulisan di kedua jenis media itu sedikit berbeda. Media cetak merupakan jenis media yang telah lama beredar di Indonesia, berbagai bentuknya antara lain koran, majalah, tabloid dan sejenisnya. Gaya penulisan dalam media cetak masih sering menggunakan bahasa resmi karena pembacanya umumnya terdiri dari kalangan lanjut usia daripada generasi muda.

Dalam penulisan media online tidak selalu menggunakan bahasa baku dalam penulisannya karena menyesuaikan pasar atau konsumen yang sering membaca atau melihat postingan berita dan artikel yang terbilang masih umur 20-an. Hal itu menjadikan perbedaan penulisan di media cetak dan media online.

Penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak biasanya ditulis miring atau yang tidak ada arti kata dalam KBBI, penulisannya sering ditulis miring untuk menunjukkan bahwa kata tersebut adalah bahasa serapan atau bahasa asing. Menurut Satira Yudatama:

“Ketika berbicara perbedaan ada saja perbedaan penulisan di media cetak dan media online tentang penulisan bahasa serapan yang tidak ada di KBBI, misalkan saya sering menulis bahasa yang tidak ada di KBBI dengan penulisan dimiringkan. Di luar adanya perbedaan atau kesamaan dalam penulisan bahasa populis, tetap penggunaan bahasa populis bisa meningkatkan minat pembaca yang dirasa dekat dengan produk atau karya keberitaannya”, (wawancara dengan Satira Yudatama pada 1 Agustus 2023).

Penulisan di media cetak bila harus menggunakan bahasa serapan atau bahasa asing menggunakan penulisan yang ditulis miring. Bahasa jurnalistik

populis terutama di media cetak dipajang di judul atau badan berita agar menarik pembaca untuk melihat dan memahami yang dimuat di media cetak.

Penulisan di media cetak menggunakan bahasa serapan atau bahasa asing yang ditulis miring, terutama dalam judul atau badan berita, untuk menarik pembaca. Selain itu, dalam bahasa jurnalistik, kalimat harus sederhana, tidak panjang, dan menghindari kebingungan (Rahardi, 2005:20).

Bahasa jurnalistik populis di media cetak lebih banyak menggunakan bahasa baku, bahasa jurnalistik populis digunakan untuk menambahkan kesegaran tulisan yang tidak itu-itu saja, tidak terjebak istilah-istilah ataupun kata yang terus berulang. Bahasa jurnalistik populis digunakan untuk menambahkan kesan dalam tulisan agar masyarakat dapat memahami dan mencerna dengan mudah apa yang disampaikan dalam artikel atau berita yang dimuat.

Media cetak lebih banyak menggunakan bahasa baku dipenulisannya, dengan rujukan KBBI penulisan bahasa baku akan dipahami oleh pembaca karena pembaca dapat langsung melihat arti dari kata tersebut. Ungkap Satira Yudatam:

“Di media cetak lebih banyak menggunakan bahasa yang sudah ada di KBBI, jadi penggunaan bahasa populer biasanya digunakan di rubrik-rubrik tertentu” (wawancara dengan Satira Yudatama pada 1 Agustus 2023).

Waridah (dikutip Isnawati, 2016:23) kata baku adalah ragam bahasa yang cara pengucapan dan penulisannya sesuai dengan kaidah-kaidah standar. Kaidah-kaidah standar ini dapat berupa pedoman ejaan atau EYD dan KBBI, tata bahasa baku dan kamus umum.

Dalam media cetak Pikiran Rakyat rubrik yang terdapat menggunakan bahasa jurnalistik populis berada di rubrik gaya hidup, olahraga atau wisata kuliner. Rubrik-rubrik tersebut adalah rubrik santai yang dapat diterima dan dicerna oleh semua kalangan masyarakat baik dari lulusan SD sampai lulusan perguruan tinggi.

Dalam media cetak bahasa jurnalistik populis biasanya ditemukan pada rubrik atau segmen gaya hidup, olahraga dan wisata kuliner. Rubrik yang dipilih adalah rubrik yang terbilang santai untuk dibaca oleh masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Bambang Arifianto:

“Dalam penulisan bahasa populis terutama di cetak lebih banyak menggunakan bahasa baku, bahasa populis hanya dipajang di judul atau badan beritanya. Hanya sering menggunakan bahasa populis untuk menambah kesegaran tulisan, tak terjebak istilah atau kata yang berulang. Dalam media cetak sendiri bahasa populis biasanya ditemukan pada rubrik atau segmen gaya hidup, olahraga dan wisata kuliner” (wawancara dengan Bambang Arifianto pada 5 Agustus 2023).

Perbedaan penulisan di media cetak dan media online, ada sedikit perbedaan dalam penulisan di media cetak lebih mengutamakan bahasa baku yang digunakan untuk menulis di media cetak. Media online tidak terlalu menggunakan bahasa baku dalam penulisan sebuah karya jurnalistik karena

media online jangkauannya lebih luas dapat diakses oleh siapa saja asal ada koneksi internet.

Bambang menambah, dalam penulisan bahasa jurnalistik populis ketika ada kata atau istilah yang menggunakan bahasa serapan akan disertai arti atau makna dari kata yang ditulis, hal itu dapat memudahkan pembaca yang tidak mengerti kata atau istilah dapat lebih mudah memahami.

“Penulisan bahasa populis biasanya disertai arti atau maknanya atau padanan kata bakunya, agar pembaca yang tidak paham dapat mengerti” (wawancara dengan Bambang Arifianto pada 5 Agustus 2023).

Perkembangan zaman yang terus maju akan mengubah persepsi atau pemikiran seseorang terhadap suatu kata atau istilah yang mereka pahami selama ini, orang-orang akan mengetahui arti dari kata atau istilah walaupun berbeda arti mereka dapat memahami makna dari kata atau istilah tersebut.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) akan terus mengalami perubahan dan penambahan kata tiap waktu, karena adanya perkembangan istilah-istilah baru dimasyarakat dapat dimasukan di KBBI dan menjadi bahasa baku, fungsi dari KBBI adalah menyamakan pemikiran tentang suatu kata atau istilah. Ungkap Yusuf Wijanarko:

“Bahasa KBBI memasukan kata-kata yang ketika orang sudah banyak yang mengetahui, ketika orang-orang sudah mengetahui arti kata atau istilah walaupun berbeda konsep hanya sudah tergambar dipikiran. Itulah gunanya KBBI untuk menyamakan persepsi dan pikiran bahwa arti dari kata atau istilah tersebut adalah ini” (wawancara Yusuf Wijanarko pada 3 Agustus 2023).

Penulisan bahasa jurnalistik populis di media online terbilang lebih mengikuti trend yang sedang hangat di masyarakat, tujuannya agar masyarakat dapat mudah memahami apa yang akan mereka baca. Seperti yang dikatakan oleh Yusuf Wijanarko:

“Dipoin ini tentang perbedaan penulisan di media cetak dan media online, memang ada sedikit perbedaan dalam penulisan karena media cetak lebih mengutamakan penggunaan bahasa baku dari pada mengikuti bahasa trend dalam keseharian masyarakat”, (wawancara Yusuf Wijanarko pada 3 Agustus 2023).

Menurut Yusuf, media online mengadopsi sistem Google yang dikenal dengan Search Engine Optimization (SEO). Teknik ini digunakan agar situs web dapat dioptimalkan sehingga lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari. Halaman atau situs web akan ditempatkan di peringkat tinggi di hasil pencarian dengan menggunakan kata kunci yang telah ditentukan oleh pengguna.

Terdapat sebuah perbedaan dalam penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan media online, media online menyesuaikan dengan sistem google yang bernama Search Engine Optimization (SEO). Search Engine Optimization (SEO) merupakan teknik yang digunakan untuk mengoptimalkan suatu website dengan tujuan memudahkan mesin pencari untuk menemukan halaman atau website dan menempatkan sebuah halaman pertama di mesin pencarian yang dilakukan oleh masyarakat dengan istilah-istilah tertentu.

Kehadiran bahasa jurnalistik yang ramah para pembaca guna mempermudah masyarakat dalam menemukan hal yang sedang mereka cari melalui website atau halaman Pikiran Rakyat. Lebih baik jika situs ini tampil sebagai hasil pertama saat seseorang mencari informasi yang diinginkan.

“Karena media online mengikuti trend yang sedang berkembang dan menyesuaikan dengan sistem Search Engine Optimization (SEO), hal ini dilakukan untuk menarik minat pembaca lebih banyak. Peran bahasa populis disini penting agar masyarakat lebih berminat membaca berita atau artikel yang dimuat di media Pikiran Rakyat”, (wawancara YusufWijanarko pada 3 Agustus 2023).

Menurut Supandi (2006: 12) SEO adalah bentuk optimasi di dalam mesin pencarian (search engine) yang fundamental. SEO dapat mempengaruhi mesin pencari untuk memunculkan sebuah situs web dalam hasil pencariannya. Semakin berkembangnya teknologi, menuntut teknik SEO untuk lebih berkembang melalui prinsip dasar SEO.

Sedangkan menurut Grubbs, et al (2010: 32) menyatakan bahwa "SEO adalah proses meningkatkan visibilitas situs web atau halaman web di search engine melalui hasil pencarian “natural” atau tidak dibayar (organik dan algoritmik)”.

Mohr, Sengupta dan Slater (2010: 399) mendefinisikan bahwa “SEO adalah praktek merancang halaman web di sekitar kata kunci yang paling relevan dengan isi website perusahaan, sehingga mereka akan peringkat tinggi dalam relevansi ketika pencarian pengguna dengan kata kunci tertentu di mesin pencari”

Semakin baik posisi sebuah website di mesin pencarian, maka semakin besar pula peluang untuk mendapatkan trafik potensial ke dalam website tersebut (Puspita,2017).

Peran bahasa jurnalistik populis penting agar masyarakat lebih berminat dalam membaca berita atau artikel yang dimuat di media Pikiran Rakyat, karena bahasa yang digunakan adalah bahasa yang sering digunakan oleh masyarakat di keseharian mereka.

Sistem ini berfokus pada kata kunci yang diinputkan oleh masyarakat, oleh karena itu dengan menerapkan teknik SEO akan membantu dalam menemukan berita atau halaman yang sedang dicari. Media online menggunakan sistem tersebut untuk menjadikan website mereka menempati urutan pertama dalam pencarian.

Pikiran-Rakyat.com menggunakan sistem google SEO untuk menjadikan platform mereka menduduki peringkat pertama ketika masyarakat melakukan pencarian, bahasa jurnalistik yang digunakan mengikuti trend dalam keseharian masyarakat. Hal tersebut dapat menarik minat pembaca lebih banyak untuk membaca berita atau artikel di Pikiran-Rakyat.com.

Dari hasil wawancara 3 informan Pikiran Rakyat, yang merupakan redaktur pelaksana, staff redaksi dan wartawan di media cetak dan media online Pikiran Rakyat, dan berdasarkan tempat bekerja dan lama bekerja di Pikiran Rakyat, maka didapatkan informasi tentang penerapan dan perbedaan yang ditemukan dalam penulisan bahasa jurnalistik populis, yang dinilai layak untuk dimuat dan dibaca oleh masyarakat.

Secara garis besar yang disampaikan ketiga informan setelah dilakukan wawancara, dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan penggunaan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan media online dapat dilihat dari penggunaan bahasa di media cetak yang menggunakan bahasa baku dan mengikuti KBBI sedangkan dalam gaya penulisan bahasa jurnalistik populis di media online penulisan tetap menurut KBBI namun, adakalanya gaya penulisan bahasa jurnalistik populis mengikuti trend pasar di masyarakat yang sedang hangat.

Penulisan di media cetak bila harus menggunakan bahasa serapan atau bahasa asing menggunakan penulisan yang ditulis miring. Bahasa jurnalistik populis terutama di media cetak dipajang di judul atau badan berita agar menarik pembaca untuk melihat dan memahami yang dimuat di media cetak.

PENUTUP

Berdasarkan pengetahuan yang dimiliki dan dimaknai informan serta kesesuaian dengan ungkapan para ahli bahasa jurnalistik, penulis menyimpulkan bahwa tulisan dalam jurnalistik populis menggunakan bahasa sehari-hari atau penggunaan bahasa informal dapat mencakup komunitas yang sangat luas. Pendidikan seseorang dapat mempengaruhi preferensi membaca, penggunaan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan online dapat memberikan efek positif bagaimana orang dapat memahami dan memahami berita atau artikel tulisan yang mereka baca dalam bahasa umum.

Gaya penulisan bahasa jurnalistik populis di media cetak lebih berorientasi pada penggunaan bahasa baku, bahwa penggunaan bahasa jurnalistik populis di media cetak mengikuti anjuran KBBI, menulis bahasa jurnalistik populis harus selalu dalam koridor bahasa baku dalam KBBI. Penggunaan bahasa jurnalistik populis dengan menggunakan bahasa serapan atau bahasa asing yang belum masuk dalam KBBI, menggunakan bahasa serapan atau bahasa asing yang dimengerti atau dipahami oleh masyarakat dapat meningkatkan khalayak yang lebih luas. Bahasa jurnalistik yang ditulis dengan bahasa baku sudah ada di KBBI, bahasa jurnalistik populis digunakan untuk mendekatkan atau tren yang sedang berkembang di masyarakat.

Secara keseluruhan, dari apa yang diberikan oleh ketiga informan setelah melakukan wawancara, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan penggunaan bahasa jurnalistik populis di media cetak dan online. bahasa

jurnalistik populis di media online mengikuti tren pasar masyarakat yang hangat. Peran bahasa populis sangat penting untuk membuat masyarakat lebih tertarik membaca berita dan artikel di koran, karena bahasa yang digunakan adalah bahasa yang sering digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi masukan, Pertama, dalam konteks akademis, meskipun penelitian ini tidak sempurna, diharapkan dapat menjadi referensi dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dengan pendekatan yang berbeda. Kedua, dari segi praktis, penelitian ini diharapkan memberikan masukan positif kepada media Pikiran Rakyat, baik versi online maupun cetak, untuk selalu memperhatikan karakteristik bahasa jurnalistik dalam penulisan berita atau artikel mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, H. R. (1991). *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Arsita, B. (2018). *Meredupnya media cetak, dampak kemajuan teknologi informasi*
- Chaer, A. (2010). *Bahasa Jurnalistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewbrata, A. (2010). *Kalimat Jurnalistik Panduan Mencermati Penulisan Berita*. Jakarta : Kompas.
- Eka Puspitasari (2017), *Karakteristik bahasa jurnalistik dalam artikel surat kabar priangan*
- Enjang Muhaemin(2019), *Penerapan Bahasa Jurnalistik pada berita utama di surat kabar Pikiran Rakyat Edisi 12 Juni-19 Juli 2018*.
- Grubb, et al. (2010). *Journal of Osteopathic Medicine - The effect of muscle energy technique on hamstring extensibility: the mechanism of altered flexibility*. ScienceDirect.com.
- Hartina (2020), *Tantangan media cetak di era digitalisasi (Studi kasus pada surat kabar harian rakyat sulsel Makassar)*
- Iskandar Zulkarnain (2021), *Media konvensional vs new media: studi deskriptif surat kabar dan media online dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa*
- Isnawati. (2016). *Pedoman Kata Baku dan Tidak baku*. Yogyakarta: Araska.
- Khoiruddin Muchtar (2020), *Penerapan jurnanisme lingkungan detik.com: studi kasus berita matinya ikan paus di Wakatobi*.
- Kiso (2019), *Perbandingan efektivitas buku digital versus buku cetakan dalam meningkatkan performa belajar mahasiswa*
- Koespradono, G. (2015). *Merekayasa Fakta Menjadi Berita* . Jakarta: Grasindo
- Mohr, J. (2010). *Marketing of High – Technology Products and Innovation*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Moleong, L. J. (2011). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puspitasari, E. (2017). *Karakteristik bahasa jurnalistik dalam artikel surat kabar priangan*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rahardi, K . (2005). *Pragmatik: kesantunan imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suseno(1995),*Teknik penulisan ilmiah populer: kiat menulis nonfiksi untuk majalah*.Jakarta, Gramedia
- Sumadiria, H. (2019). *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sumadiria, Haris. (2005). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: PT. Remaja.
- Supiandi, L. (2016). *Membangun SEO Pada Web Sesuai Prinsip Dasarnya*. Infotech Journal. ISSN: 2460-1861. Hal: 12.
- Thahira (2018), *Media cetak di tengah perkembangan media digital kota palopol (studi kasus koran cetak seruya)*