

# **BAHASA JURNALISTIK**

**Oleh**

**Khaerudin Kurniawan**

**Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia**

**Fakultas Bahasa dan Seni**

**Universitas Negeri Yogyakarta**

**1999**

## Kata Pengantar

Penulis panjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Mahakuasa atas petunjuk dan hidayah-Nya, sehingga penulisan diktat ini dapat dikerjakan sesuai dengan rencana.

Sesuai dengan *kurikulum 1997* Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni (sekarang berubah menjadi Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta), dalam Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia terdapat paket kemampuan tambahan profesi, diantaranya Mata Kuliah Keahlian Spesialisasi Jurnalistik. Ada tujuh mata kuliah keahlian yang dikembangkan, salah satu diantaranya adalah *Bahasa Jurnalistik*.

Sampai sekarang, materi perkuliahan Bahasa Jurnalistik belum tersedia. Setiap pengajar mencari dan mengembangkan sendiri-sendiri bahan perkuliahan yang akan disajikan. Oleh karena itu, untuk menunjang keberhasilan dan peningkatan kualitas perkuliahan spesialisasi Jurnalistik disusunlah diktat perkuliahan ini.

Dalam diktat Bahasa Jurnalistik ini dikembangkan ke dalam empat bab. Bab pertama berisi bahasa jurnalistik, yang meliputi pengertian bahasa jurnalistik, variasi bahasa jurnalistik, dan ciri-ciri bahasa jurnalistik. Bab kedua berisi jurnalistik dan pemakaian bahasa Indonesia, yang meliputi: bahasa Indonesia ragam jurnalistik, berprdoman pada bahasa baku, dan bahasa jurnalistik yang efektif dan efisien. Bab ketiga berisi penggunaan bahasa jurnalistik dalam berita, yang meliputi: penggunaan bahasa jurnalistik, penulisan berita, kriteria sebuah berita, wartawan dan berita, dan penulisan laporan/reportase. Bab keempat berisi ragam tulis jurnalistik, yang meliputi: (1) bahasa tulis jurnalistik; (2) masalah ejaan terdiri atas pemakaian huruf kapital, pemakaian tanda koma, penulisan kata, dan penulisan angka dan lambang bilangan; (3) penulisan unsur serapan; (4) pemakaian kata; (5) pemakaian kalimat.

Dengan senang hati penuh keterbukaan, penulis menerima saran, kritik, dan masukan yang membangun untuk menyempurnakan diktat ini. Semoga bermanfaat.

Yogyakarta, Desember 1999

## BAB I

### BAHASA JURNALISTIK

#### A. Pengertian

Profesor S. Wojowasito (1978) dalam makalahnya berjudul “Bahasa Jurnalistik: Segi-segi yang harus diperhatikan untuk meningkatkan mutu penggunaannya” menjelaskan, bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa sebagaimana tampak dalam harian-harian dan majalah. Melihat fungsinya sebagai alat komunikasi massa, bahasa jurnalistik harus jelas dan mudah dibaca oleh mereka dengan ukuran intelektual yang minimal, sehingga sebagian besar masyarakat pembaca yang melek huruf dan aksara dapat menikmati isinya. Kendatipun demikian, tuntutan bahwa bahasa jurnalistik harus baik dan sesuai dengan norma-norma yang berlaku tidak boleh ditinggalkan. Dengan kata lain, bahasa jurnalistik yang baik dan sopan harus sesuai dengan norma-norma tata bahasa, yang antara lain terdiri atas susunan kalimat yang benar, pilihan kata yang sesuai, dan beritanya dapat dipercaya.

J. S. Badudu (1978) juga menjelaskan, bahasa surat kabar harus singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, tetapi selalu menarik. Sifat-sifat itu harus dipenuhi oleh bahasa jurnalistik, mengingat surat kabar dibaca oleh lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya. Disamping itu, setiap orang tidak harus menghabiskan waktunya hanya dengan membaca surat kabar. Bahasa jurnalistik juga harus lugas tetapi jelas, agar mudah dipahami isinya. Pembaca surat kabar tidak harus mengulang-ngulang apa yang dibacanya karena ketidakjelasan bahasa yang digunakan dalam surat kabar itu.

Selanjutnya, J. S. Badudu menyatakan, bahasa jurnalistik harus didasarkan kepada bahasa baku. Bahasa baku adalah bahasa yang digunakan oleh masyarakat yang paling luas pengaruhnya dan paling besar wibawanya. Bahasa baku digunakan dalam situasi resmi baik lisan maupun tulisan, misalnya, bahasa yang digunakan dalam berkhotbah, memberikan kuliah, ceramah, pelajaran, diskusi, seminar, memimpin rapat dan sebagainya (lisan). Adapun bahasa resmi yang digunakan dalam tulisan, misalnya, surat-menyurat resmi, menulis laporan resmi, buku skripsi, tesis, disertasi, menulis peraturan-peraturan, undang-undang, laporan, dan lain-lain (tulisan). Demikian pula bahasa yang digunakan dalam surat kabar, majalah, bahasa siaran televisi, radio, -- harus baku -- agar bahasa tersebut dapat dipahami oleh orang yang membaca dan mendengarkannya di seluruh nusantara.

Bahasa Indonesia ragam jurnalistik seyoginya disefinisikan juga sebagai alat mencerdaskan kehidupan bangsa. Bahasa jurnalistik merupakan alat komunikasi para jurnalis (wartawan) yang harus disampaikan dengan cara yang selaras dengan cita-cita dan selera khalayak umum. Jurnalis harus menguasai bahasa jurnalistik yang efektif, efisien dan komunikatif, yang memiliki ciri-ciri bahasa: singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar, dan jelas.

Bahasa jurnalistik merupakan salahsatu varian bahasa Indonesia. Baasa jurnalistik merupakan bahasa komunikasi massa yang digunakan oleh wartawan dalam surat kabar, majalah, atau tabloid. Dengan demikian, bahasa jurnalistik harus jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat pembaca dengan ukuran intelektual minimal, sehingga mereka yang membaca tulisan tersebut mampu menikmati isinya. Bahasa jurnalistik juga harus sesuai dengan norma-norma dan kaidah-kaidah bahasa (Anwar, 1979: 1).

Bahasa jurnalistik menurut Rosihan Anwar adalah bahasa yang digunakan oleh wartawan (jurnalis) dalam menulis karya-karya jurnalistik di media massa. Jadi, hanya bahasa Indonesia pada karya-karya jurnalistik sajalah yang dapat dikatakan atau dikategorikan sebagai bahasa jurnalistik atau bahasa pers, dan bukan bahasa yang dipakai dalam karya-karya opini (artikel, feature, esei, dan lain-lain). Oleh karena itu, jika ada wartawan yang juga menulis puisi, cerita pendek, esai, feature, dan artikel, karya-karya wartawan itu tidak dapat digolongkan sebagai karya jurnalistik. Bahasa yang dipakai jurnalis dalam menulis puisi, cerita pendek, artikel, feature, atau esai tidak dapat digolongkan sebagai bahasa jurnalistik karena hal itu memiliki varian tersendiri.

Bahasa yang digunakan dalam dunia pers merupakan salah satu contoh dari ragam jurnalistik. Hal ini perlu dikemukakan karena sering muncul anggapan dalam masyarakat bahwa yang termasuk kedalam ragam jurnalistik hanyalah pemakaian bahasa dalam pers. Padahal, pemakaian bahasa yang termasuk ragam jurnalistik selain dalam dunia pers masih banyak. Dalam bagian ini dapatt dikemukakan, misalnya, pemakain bahasa dalam pengumuman-pengumuuman, selebaran-selebaran, spanduk, porter, atau leaflet-leaflet. Bahasa-bahasa yang digunakan dalam media-media tersebut memiliki ciri-ciri ringkas, padat, dan sederhana. Artinya, cepat, dan langsung pada pokok-pokok persoalan yang dikemukakan, hemat kata-kata dan struktur kalimat yang pendek, cepat dimengerti, cenderung ke ragam informal, dan sedapat-dapatnya menarik.

## B. Variasi Bahasa Jurnalistik

Mengapa bahasa dalam surat kabar bercirikan ringkas, padat, sederhana, dan menarik ? Jawabannya adalah karena tulisan-tulisan dalam surat kabar harus disesuaikan dengan kolom-kolom yang relatif telah dibakukan. Dalam waktu yang relatif singkat dan pendek, seorang wartawan harus menyajikan informasi sebanyak-banyaknya ke dalam kolom dan ruangan yang terbatas. Dan, bahasanya pun harus sederhana harus sederhana karena sasaran berita itu meliputi pembaca yang baru saja melek huruf sampai dengan pembaca yang tergolong terdidik.

Dalam keseragaman seperti terlukis di atas, tidak berarti tidak terdapat kergaman atau kevariasia tulisan dalam surat kabar. Setidak-tidaknya kita mengenal tulisan-tulisan yang semata-mata mengemukakan fakta, tulisan khas yang kaya opini atau barangkali sekedar pemaparan apa saja yang dimaksud untuk memperkaya pembacanya, editorial atau tajuk rencana, rubrik, kolom, pojok, dan tidak lupa pula iklan.

Kevariasian atau keragaman bahasa dalam surat kabar secara berurutan dapat dilihat dalam uraian berikut ini:

### 1. *Tulisan yang mengutamakan berita faktual*

Dalam surat kabar (Inggris, *newspaper*), ada yang berupa bertia faktual. Tulisan yang berisi bertia faktual dapat dilihat, misalnya, pada kolom: berita daerah, berita nasional, berita internasional, berita kota, ekonomi, pertahanan dan keamanan, pendidikan dan olah raga, kebudayaan, dan lain-lain.

Dalam surat kabar yang sudah bonafide dan maju, jenis-jenis berita itu ditangani oleh wartawan yang memang ahli dalam bidang masing-masing. Tulisan jenis berita ini tentunya bersifat deskriptif. Di sini wartawan atau penulis surat kabar semata-mata berusaha menyajikan atau memaparkan secara rinci topik yang sedang dibicarakan. Tulisan semacam ini diharapkan mampu membangkitkan daya khayal pembaca, sehingga mereka seolah-olah menyaksikan sendiri peristiwa, kejadian, atau sesuatu secara utuh.

### 2. *Tulisan nonberita*

Dalam kolom surat kabar yang memuat tulisan jenis ini, dapat dimuat polemik pokok permasalahan tertentu. Tulisan jenis ini tentunya bersifat argumentatif. Argumentasi adalah bentuk tulisan yang dimaksud unruk mengubah pendapat orang lain agar mendekati kesamaan dengan pendapat nya sendiri (penulis).

Dengan menyusun dan mensistematisasikan fakta-fakta yang ada, penulis meyakinkan bahwa pendapatnya itu dapat dipertanggungjawabkan. Jenis tulisan noberita ini juga dimaksudkan untuk memperluas pengetahuan pembaca. Disadari, ruang ini adalah yang terbuka cukup lebar bagi siapa saja yang ingin mengisinya. Yang harus selalu diingat adalah isi tulisan itu harus dituangkan kedalam bahasa yang mudah dicerna, segar, cukup sederhana, dan jangan lupa nada menghibur. Tulisan itu dapat berupa eksposisi, dapat juga berupa narasi.

Suatu tulisan dikategorikan ke dalam jenis eksposisi apabila tulisan itu berusaha menguraikan suatu pokok masalah yang diharapkan dapat membuka cakrawala pembacanya lebih jauh atau sekedar menambah pengetahuan mereka. Sebenarnya, jenis tulisan lain tentu akan berakibat memperluas pengetahuan pembacanya, misalnya, tulisan narasi, perbedaanya, eksposisi itu menonjolkan aspek tujuan memperluas pengetahuan; sedangkan narasi lebih menekankan aspek urutan berlangsungnya suatu peristiwa. Dalam hal ini pemaparan aspek historis dan dialektikanya suatu peristiwa lebih ditnjolkan.

### 3. *Editorial*

Editorial atau tajuk merupakan tulisan yang menyuarakan sikap atau pandangan surat kabar tersebut atau suatu peristiwa yang dianggap paling penting pada saat itu. Tulisan ini pada umumnya berbobot, cendekia, baku struktur kebahasaanya, tepat pilihan katanya, dan berwibawa. Tulisan ini cenderung memancarkan kematangan sikap dan penguasaan persoalan yang dibahas. Editorial merupakan induk karangan atau bahkan mahkota karangan dalam suatu media penerbitan pers. Tulisan ini biasanya kaya akan opini.

### 4. *Rubrik*

Rubrik surat kabar berisi pokok bahasan tertentu secara tetap yang biasanya muncul secara periodik pada hari tertentu, seminggu sekali, misalnya, rubrik sastra dan budaya, bahasa, peternakan, kesehatan, remaja, psikologi, dan lain-lain. Tulisan rubrik ini biasanya dimaksudkan untuk memberikan penyuluhan kepada khlayak. Penulisanya dapat siapa saja yang merasa memiliki kemampuan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan tersebut. Tulisan ini bisa berbentuk "pembaca bertanya, pengasuh menjawab:", dapat juga berupa tulisan semi ilmiah. Variasi bahasanya cenderung

informal atau kadang-kadang menggunakan ragam bahasa percakapan sehari-hari yang dihiasi dengan kosakata yang tergolong *slang*.

#### 5. *Kolom*

Kolom diisi oleh seorang kolumnis. Kolumnis adalah seorang kenamaan pada bidang tertentu, tulisannya sudah tentu berbobot, berciri cendekia, dan dekat sekali dengan tulisan yang bersifat ilmiah. Tulisan ini muncul pada saat atau berhubungan dengan isu-isu yang aktual. Kita mengenal kolom Arif Budiman, Satjipto Wirosardjono, kolom Abdulrahman Wahid, kolom Mohamad Sobary, kolom Wimar Witoelar, kolom Arief Heryanto, kolom Umar Kayam, kolom T. Jacob, dan lain-lain.

#### 6. *Iklan*

Periklanan (*advertising*) adalah suatu cara penyampaian pesan dari sponsor melalui suatu medium kepada khalayak luas. Kata *advertising* berasal dari bahasa Latin *ad vertere* yang berarti mengubah pikiran atau pandangan orang mengenai sesuatu. Jadi, iklan dapat membuat orang membeli barang (iklan produk), membuat orang memahami atau mengerti sesuatu (iklan layanan sosial), membuat orang tahu (iklan duka, iklan sekolah). Akan tetapi, perhatian kita lebih sering tergugah oleh iklan layanan sosial atau oleh iklan yang menjual atau menawarkan benda atau produk tertentu. Hal itu terjadi karena iklan tersebut disajikan melalui cara berkomunikasi yang kreatif. Memang, pada dasarnya iklan adalah cara berkomunikasi yang kreatif antara penghasil produk dengan konsumennya.

Dunia periklanan di satu pihak adalah bidang yang sangat kreatif. Oleh karena itu, untuk bermain dengan bahasa sangat terbuka. Di lain pihak, sebenarnya dibutuhkan pula keterampilan berbahasa untuk dapat bermain dengan bahasa iklan itu. Hal ini tidak berarti bahwa seorang penulis iklan harus seorang yang berpengetahuan bahasa yang memadai melainkan seorang yang terampil berbahasa. Artinya, ia tidak perlu mengetahui kaidah tata bahasa atau memiliki pengetahuan linguistik yang baik. Ia harus peka dan jeli dalam berbahasa, sebagaimana halnya seorang seniman atau sastrawan bermain dengan bahasa dan kata. Oleh karena itu, bagi penulis iklan, keterampilan berbahasa inilah yang perlu dilatih dan bukan pengetahuan bahasa atau linguistiknya. Untuk melatih keterampilan berbahasa diperlukan buku pedoman bahasa periklanan yang mencerminkan kebutuhan bidang periklanan akan bahasa Indonesia. Dengan demikian, akan diketahui jenis dan gaya bahasa yang dibutuhkan

oleh laras iklan surat kabar. Dalam hal ini, harus diketahui pula jenis iklan, berbagai cara promosi atau beriklan, dan struktur iklan itu sendiri.

Langkah awal yang harus dilakukan oleh penulis iklan adalah ia terlebih dahulu harus mengetahui jenis iklan yang akan ditulisnya. Hal ini amat penting diperhatikan sebab iklan berkaitan erat dengan pemakaian bahasa. Berkaitan dengan jenis iklan, penulis iklan harus mengetahui juga pesan yang akan dikomunikasikan oleh iklan tersebut. Pesan yang berupa pengumuman resmi (misalnya, pengumuman tender, pengumuman rapat atau pemegang saham), membutuhkan bahasa yang berbeda dengan pesan yang mengumukan berita duka cita, layanan sosial, atau promosi produk. Sebuah iklan harus menuntut laras bahasa yang berbeda dari laras bahasa untuk iklan produk tertentu. Iklan produk yang ditampilkan pada media elektronika, misalnya, televisi dan radio membutuhkan laras bahasa yang berbeda dari iklan yang ditampilkan pada media cetak. Iklan pada kain bentang (spanduk) tentu menggunakan laras bahasa yang berbeda dari iklan pada brosur, leaflet, dan seterusnya.

Disamping kecermatan dalam penggunaan bahasa, penulisan iklan harus disesuaikan dengan ruang yang tersedia. Dalam hal ini dibutuhkan kemampuan untuk melakukan sintesis, mengambil inti pesan, *positioning* sebuah produk dan menuangkannya ke dalam iklan. Bahasa yang digunakan dalam strategi periklanan sebuah produk harus dapat dimunculkan dalam ruang yang sempit ataupun yang relatif lebih luas. Misalnya, slogan “Rexona Setia Setiap Saat” merupakan suatu cuplikan dari teks iklan yang lebih lengkap. Slogan ini muncul pada kain bentang atau papan reklame. Bentuk yang lebih utuh akan kita temukan dalam iklan media cetak atau media elektronika. Oleh karena itu, pada saat merancang sebuah iklan, segala kemungkinan penampilan harus dipertimbangkan (lini atas ataupun lini bawah). Selain itu, perlu dipertimbangkan apakah iklan itu menunjukkan secara langsung (belilah, pakailah) atau secara tidak langsung (produk ini baik untuk rambut Anda). Untuk itu, penulis iklan (*copywriter*) harus pandai-pandai bermain kata antara bentuk imperatif dan persuasif.

### C. Ciri-ciri Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik memiliki ciri-ciri yang khas: singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar, dan jelas (Badudu, 1988: 138). Ciri-ciri tersebut harus dipenuhi oleh bahasa ragam jurnalistik, bahasa surat kabar, mengingat surat kabar dibaca oleh lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya, dari warga

masyarakat yang berpendidikan rendah sampai dengan warga masyarakat yang berpendidikan tinggi. Di samping itu, tidak semua orang harus menghabiskan waktunya hanya untuk membaca surat kabar. Oleh karena itu, bahasa jurnalistik sangat mengutamakan kemampuan untuk dapat menyampaikan semua informasi yang dibawanya kepada pembaca secepatnya. Dengan kata lain, bahasa jurnalistik lebih mengutamakan daya komunikasinya, di samping kebakuan strukturnya.

Contohnya:

“ IPTN berkabung, bangsa Indonesia berduka. Sebuah pesawat CN-235 versi militer yang sedang melakukan uji dan latihan penerjunan kargo jatuh di Gorda, Serang, Jawa Barat, kemarin 22/5 pukul 13. 28 WIB” (Republika, 23 Mei 1997).

Contoh kalimat di atas menunjukkan bahwa bahasa jurnalistik mengutamakan daya komunikasi. Hal ini ditunjukkan dengan kepadatan, kesederhanaan, dan kelugasan pemakaian kalimat dan pilihan kata yang lancar dan jelas: *IPTN berkabung, bangsa Indonesia berduka*, dan seterusnya, sehingga pembaca dapat memahami dan mengikuti informasi yang disampaikan.

### 1. Singkat

Bahasa jurnalistik harus singkat, artinya bahasa jurnalistik harus menghindari penjelasan yang panjang-panjang dan bertele-tele.

Contohnya:

“Sekjen Wanhankamnas melaporkan bahan-bahan yang telah terkumpul untuk disumbangkan sebagai bahan GBHN. Wanhankamnas juga ingin mendengarkan pandangan-pandangan Presiden Soeharto dan pengalamannya memimpin bangsa, termasuk melaksanakan pembangunan” (*Suara Karya*, 24 Mei 1997).

Contoh tersebut menunjukkan pemakaian kalimat yang tidak singkat, seperti: *Wanhankamnas juga ingin mendengarkan pandangan Presiden Soeharto dan pengalamannya memimpin negara termasuk melaksanakan pembangunan*. Ketidakjelasan itu ditunjukkan dengan pengulangan kata :Wankanhamnas”, padahal kata tersebut dapat diganti dengan kata *juga*, misalnya.

Adapun contoh kalimat yang singkat seperti berikut:

“Badan Pembinaan Hukum Nasional dirasakan belum mampu bekerja optimal. Ini terbukti dari tak banyaknya produk hukum yaang dihasilkan atau dikaji badan ini” (Kompas, 30 Mei 1997).

Penggunaan kata pengganti “ini” pada kalimat kedua dalam contoh di atas digunakan untuk menggantikan kata “badan pembinaan hukum nasional”, dengan demikian pemakaian kata tersebut lebih singkat.

## 2. *Padat*

Bahasa jurnalistik juga harus padat, artinya bahasa jurnalistik yang singkat itu harus sudah mampu menyampaikan informasi yang selengkap-lengkapnyanya dan sepadat-padatnya. Semua informasi yang diperlukan pembaca harus sudah tertampung di dalamnya. Dalam istilah jurnalistik, artinya ia harus memenuhi syarat 5 W+ 1 H – sudah mampu menjawab pertanyaan apa (*what*), siapa (*who*), di mana (*where*), kapan (*when*), mengapa/apa sebabnya (*why*), dan bagaimana/apa akibatnya (*how*).

Bahasa jurnalistik yang padat, juga harus menghindari keterangan-keterangan yang tidak perlu, membuang kata-kata yang dipandang mubazir, dan memegang teguh prinsip ekonomi kata. Penerapannya dalam tulisan jurnalistik adalah menggunakan kalimat pendek dan menghindari sejauh mungkin pemakaian bentuk kalimat majemuk. Dalam unsur kata, yakni dengan menghilangkan kata mubazir dan memilih istilah yang pendek (Anwar, 1979: 20). Efisiensi bahasa jurnalistik harus diperhatikan oleh para jurnalis atau wartawan. Ini perlu dilakukan karena surat kabar harus menghemat kolom dan halaman. Jurnalis harus memilih cara pengungkapan pikiran, gagasan, ide, dan obsesi-obsesinya yang tersingkat dengan menghindarkan kata yang berlebihan (Badudu, 1992: 78).

Contohnya;

“ Jalanya pemunggutan suara di lembaga pemasyarakatan menarik perhatian seorang pengamat asing berkebangsaan Jepang. Dia tertarik menyaksikan pemunggutan suara karena di Jepang mereka yang berstatus narapidana tidak mempunyai hak pilih dalam pemilu” (Kompas, 30 Mei 1997).

Kalimat di atas dapat menyampaikan informasi yang padat dan lengkap ihwal pemunggutan suara yang berlangsung di lembaga pemasyarakatan Indonesia. Hal ini

berarti dapat menjawab pertanyaan: *apa, siapa, di mana, kapan, mengapa/apa, sebabnya, dan bagaimana/apa akibatnya.*

### 3. *Sederhana*

Bahasa jurnalistik yang sederhana, artinya bahasa jurnalistik harus sedapat-dapatnya memilih kalimat tunggal yang sederhana. Kalimat tersebut bukan kalimat majemuk yang panjang-panjang, rumit, dan kompleks, apalagi sampai beranak cucu. Kalimat yang efektif, yang praktis, yang jurnalistis ialah kalimat yang sederhana dengan pemakaian/pemilihan kata yang secukupnya saja, tidak berlebihan, dan berbunga-bunga (bombastis). Membuat kata yang mubazir asal tidak mengubah makna informasi tentu tidak dilarang. Tindakan membuang kata yang mubazir ini merupakan langkah yang efektif dan menimbulkan efisiensi kalimat (Siregar, 1987: 136).

Contohnya:

“Tim bulutangkis Indonesia gagal memenuhi ambisi memboyong piala Sudirman ke tanah air, setelah semalam menyerah 2-3 pada juara bertahan Cina, dalam pertarungan semifinal di Scotstoun Leisure Centre Glasgow, Scotlandia” (Suara Karya, 24 Mei 1997).

Contoh di atas merupakan kalimat majemuk dan kompleks. Kalimat tersebut merupakan contoh kalimat yang tidak sederhana. Kalimat sederhana adalah kalimat tunggal, bukan kalimat majemuk.

Adapun contoh kalimat sederhana seperti berikut:

“Tidak benar kemenangan Golkar dalam pemilu hanya untuk mempertahankan status quo. Tak benar pula Golkar tak suka pada pembaharuan. Lebih tak benar lagi Golkar membiarkan korupsi, kolusi, dan penyimpangan lainnya” (Suara Karya, 24 Mei 1997).

Ketiga contoh kalimat tersebut merupakan kalimat tunggal. Ini berarti kalimat sederhana yang dipakai jurnalis dalam menyampaikan informasi kepada pembaca: *tak benar Golkar mempertahankan status quo, tak benar Golkar tak suka pada pembaharuan, dan seterusnya.*

#### 4. *Lugas*

Bahasa jurnalistik harus lugas, artinya bahasa jurnalistik itu harus mampu menyampaikan pengertian atau makna informasi secara langsung, dengan menghindarkan bahasa yang berbunga-bunga (*bombastis*).

Contohnya:

“Pihak penyelenggara SEA Games XIX menetapkan akan menyiapkan 204 unit sedan untuk melayani kebutuhan transportasi tamu-tamu VIP/VVIP pada pelaksanaan pesta Olahraga Asia Tenggara itu di Jakarta, 11-19 Oktober mendatang” (*Suara Karya*, 24 Mei 1997).

Terbukti bahwa kalimat yang lugas menyampaikan informasi secara langsung, tanpa berbunga-bunga (*bombastis*). Hal ini ditunjukkan dengan penyampaian fakta bahwa penyelenggaraan SEA Games akan menyiapkan 204 unit sedan untuk melayani kebutuhan transportasi para tamu VIP. Dalam kalimat tersebut digunakan informasi apa adanya dan langsung (*to the point*).

#### 5. *Menarik*

Bahasa jurnalistik harus menarik, artinya bahasa jurnalistik selalu memakai kata-kata yang masih hidup, tumbuh, dan berkembang, menghindari kata-kata dan ungkapan-ungkapan klise yang sudah mati. Tuntutan menarik inilah yang membuat bahasa jurnalistik harus selalu mengikuti perkembangan bahasa yang hidup di tengah-tengah masyarakat, termasuk istilah-istilah menarik yang baru muncul. Dengan demikian, dalam hal kosakata, bahasa jurnalistik memang harus lebih longgar (*luwes*) dan bahkan dituntut untuk bisa menjadi pelopor pemasyarakatan dan pembakuan kata dan istilah baru yang dapat memperkaya kosakata dan istilah bahasa Indonesia.

Contohnya:

“Mempertentangkan kepemilikan pribumi dan nonpribumi (*pri* dan *nonpri*) tak ada gunanya. Bahkan akan menggerogoti kekuatan dan daya saing bangsa secara keseluruhan” (*Republika*, 23 Mei 1997).

Kalimat di atas jelas maknanya sebab tidak menimbulkan makna taksa (*ambigu*), “Mempertentangkan kepemilikan pribumi dan nonpribumi akan menggerogoti kekuatan dan daya saing bangsa”. Itulah makna kalimat yang jelas, sehingga kalimat tersebut mengikuti aturan yang berlaku dalam bahasa baku.

## BAB II

### JURNALISTIK DAN PEMAKAIAN BAHASA INDONESIA

#### A. Bahasa Indonesia Ragam Jurnalistik

Bahasa Indonesia jurnalistik adalah bahasa Indonesia yang digunakan oleh penerbitan pers. Bahasa jurnalistik itu mengandung makna informatif, persuasif, dan secara konsensus merupakan kata-kata yang dapat dipahami secara umum oleh khalayak pembaca. Dalam kehidupan sehari-hari ada dua perangkat norma bahasa yang bertumpang tindih. Yang pertama berupa norma-norma yang dikodifikasi dalam bentuk tata bahasa di sekolah, yang lain norma-norma berdasarkan kebiasaan pemakaian. Norma yang kedua ini belum dikodifikasikan secara resmi, antara lain yang dianut oleh kalangan media massa (pers).

Bahasa pers/jurnalistik yang ditulis dalam bahasa Indonesia juga harus dipahami oleh pembaca di seluruh nusantara. Bahasa Indonesia juga mengenal berbagai ragam bahasa, termasuk dialek. Bila surat kabar, majalah, tabloid, dan sebagainya menggunakan bahasa Indonesia dengan salah satu dialek tertentu, besar kemungkinannya tulisan dalam surat kabar/majalah tersebut tidak dapat dipahami oleh pembaca di seluruh nusantara. Seperti dikemukakan oleh J. S. Badudu, --bahasa baku, baik lisan maupun tulisan termasuk dalam pers – dipakai oleh golongan masyarakat yang paling luas pengaruhnya dan paling besar wibawanya.

Contohnya:

“PLN sebagai penyedia layanan publik tentu harus bertanggungjawab atas kerugian itu. Terlebih-lebih, sumber kerusakan sebenarnya sudah diketahui empat hari sebelumnya, bahkan hari pemadaman pun sudah direncanakan dan diatur PLN” (Republika, 23 Mei 1997).

Bahasa Indonesia baku itulah yang seharusnya digunakan dalam bahasa jurnalistik agar dapat dipahami oleh pembaca di seluruh tanah air. Oleh karena itu, bahasa jurnalistik sama sekali tidak berbeda dengan bahasa Indonesia baku – bahasa Indonesia yang digunakan dalam komunikasi resmi: pidato resmi kenegaraan, penyelenggaraan sidang umum MPR, surat-menyurat resmi, menulis laporan resmi, menulis buku ajar/modul/diktat perkuliahan, menulis makalah (Paper), skripsi, tesis, disertasi, undang-undang, perturan pemerintah, ketetapan MPR, dan sebagainya. Jadi, kalau pada kenyataannya ada sedikit perbedaan antara bahasa jurnalistik dengan bahasa Indonesia baku, bukan pada hakikatnya memang harus berbeda. Akan tetapi,

perbedaan itu lebih disebabkan oleh faktor-faktor yang bersifat teknis di samping kurangnya kemampuan berbahasa para jurnalis dan redaktur surat kabar yang bersangkutan.

Surat kabar sebagai salah satu bentuk/wujud jurnalistik senantiasa melakukan perekaman berbagai peristiwa yang hidup dan berkembang ditengah masyarakat (lokal, nasional, regional, atau global) dan menyampaikan informasi itu kepada kahlayak pembaca. Dalam hubungannya dengan wahana penyampai informasi dan pesan patut diakui peran surat kabar dalam mengembangkan bahasa Indonesia. Surat kabar banyak berjasa dalam memekarkan kosakata dan istilah selaras dengan dinamika dan perkembangan jaman, tuntutan kemajuan di berbagai sektor kehidupan, pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, dan derasnya arus globalisasi informasi. Pengayaan kosakata tersebut dapat melalui pembicaraan pejabat, pemimpin formal atau nonformal, para pakar, sastrawan, seniman, atau wartawan sendiri. Hal itu senada dengan pernyataan Mochtar Lubis bahwa surat kabar merupakan salah satu alat terbaik untuk menyiarkan istilah-istilah baru.

Tentu saja sumbangan surat kabar tidak terbatas di bidang leksikal. Pemakaian bahasa Indonesia pada surat kabar ditinjau dari aspek gramatika dan kebakuan kata, berdasarkan pengamatan terbatas, ada beberapa surat kabar yang dipandang relatif baik bahasanya, misalnya, *Kompas*, *Republika*, dan *Suara Pembaharuan*.

Pengungkapan sisi lebih tersebut bukan berarti upaya pembenahan terhadap pemakaian bahasa Indonesia di surat kabar sudah tidak diperlukan lagi. Beberapa persoalan atau permasalahan pemakaian bahasa Indonesia dalam surat masih ditemukan, diantaranya dalam contoh-contoh berikut beserta solusi pemecahannya.

Persoalan pertama bertalian dengan pemakaian kata atau istilah asing, misalnya, tampak pada contoh berikut.

“Soal *recalling* anggota DPR...(Republika, 29 Maret 1995), ....perlu membentuk *trouble shooter* untuk...(Republika, 9 April 1995). Sementara itu *net-oncome*-nya melambung....Telkom mulai *listing*....(Republika, 18 April 1995),...dianggap *underdog*....untuk menumbuhkan *academic culture* Kita akan *memback-up* polisi....Prinsip *prudential economic policy* harus....posisinya sebagai *market leader* dalam....melewati *crossing point* resmi pasukan serbia (Republika, 9 Mei 1995), ....dan.....langkah menuju ke arah *civil society* (Republika, 19 Mei 1995).

Pemakaian kata atau istilah asing tersebut diambil dari laras berita.

Terlepas dari contoh-contoh yang ditampilkan di atas, pemakaian kata atau istilah asing itu sendiri sebenarnya tidak dapat dikatakan sah. Dalam era globalisasi informasi sekarang, kontak antarbangsa, antarbahasa, dan antarbudaya merupakan peristiwa yang tidak terhindarkan dan wajar. Oleh karena itu, peminjaman kosakata atau istilah dari bahasa lain merupakan peristiwa bahasa yang alami. Peristiwa peminjaman kata atau istilah tersebut setidaknya-tidaknyanya dapat dipahami dari sudut pandang linguistik dan sosiolinguistik.

Berdasarkan sudut pandang pertama, menurut Marcellino (1993), terdapat lima aspek utama penyebab peminjaman bahasa asing (dalam hal ini bahasa Inggris) ke dalam bahasa Indonesia: (1) mengisi kekosongan kosakata bahasa Indonesia, (2) memberikan kecukupan arti semantis, (3) memenuhi kebutuhan penggunaan kata secara praktis, (4) mengisi kebutuhan register tertentu, dan (5) memungkinkan kata dan istilah asing masuk ke dalam bahasa Indonesia. Sementara itu, tinjauan sosiolinguistik, menurut Marcellino, setidaknya-tidaknyanya terdapat tiga alasan utama: (1) menunjukkan identitas personal, (2) menunjukkan *modernity*, dan (3) kebutuhan eufimisme.

Peminjaman kata dan istilah dari bahasa lain merupakan hal yang wajar jika kata itu tidak terdapat dalam kosakata bahasa peminjam. Peminjaman itu menurut Weinrich (1966) dapat terjadi karena kata yang dipinjam itu mengacu pada barang baru (*newly invented products*) atau barang yang di impor dari masyarakat lain yang tidak ada pada masyarakat peminjam bahasa itu, atau kata itu mengacu tempat, orang, dan konsep baru.

Bertalian dengan persoalan kecukupan arti semantis, Marcellino (1993) mengungkapkan bahwa kemampuan kata untuk mengungkapkan, menjelaskan, mengagambarkan/memberikan, melukiskan, atau menyatakan gagasan atau objek secara utuh merupakan properti tersendiri bagi kata itu. Oleh karena itu, jika kondisi itu tidak terpenuhi, maka peminjaman kata itu lazim terjadi.

Keterbatasan perbendaharaan kata bahasa peminjam merupakan alasan terjadinya peminjaman atau penyerapan kata. Kata-kata asing yang sudah siap pakai dan tidak ada pandanan kata tunggalnya (*single correspondence*), baik karena kata itu merujuk pada pengertian maupun kekhasan objek atau gagasan topik, sering dipinjam begitu saja (Marcellino, 1993). Menurut Weinrich (1966), penandaan yang sudah siap pakai jauh lebih ekonomis daripada menerangkan benda-benda itu sekali lagi.

Sistem bahasa Indonesia cukup terbuka, sehingga kata-kata pinjaman bahasa asing dapat diafiksasi dengan awalan atau akhiran yang ada dalam bahasa Indonesia. Hal itulah yang memungkinkan derasny alir peminjam kosakata asing ke dalam bahasa Indonesia. Kita perhatikan contoh pemakaian kata berikut ini:... dan mereka kemudian akan *memotori* anak-anak (*Suara Pembaharuan*, 9 Februari 1993), kita akan *mem-back-up* polisi... (*Republika*, 9 Mei 1995).

Peminjaman kata dari suatu bahasa tidak saja bertalian dengan faktor linguistik tetapi juga faktor sosial budaya masyarakat peminjam bahasa itu. Weinrich (1966) menegaskan bahwa bila suatu bahasa itu dianggap bergengsi (*prestise*) oleh masyarakat peminjam bahasa, ada kecenderungan anggota masyarakat peminjam bahasa itu menggunakan kata-kata dari bahasa yang bergengsi itu untuk menunjukkan status sosialnya lewat pengetahuan yang dimilikinya. Hugen (dalam Marcellino, 1993) menyebut *superior language* untuk bahasa yang bergengsi itu dan *subordinate language* untuk bahasa peminjam.

Persoalan yang kemudian muncul berkaitan dengan pemakaian kata atau istilah asing itu adalah apakah pembaca dapat memahami informasi yang disampaikan jurnalis melalui media yang dipublikasikanya ? Pemakaian kata atau istilah asing itu sebenarnya dapat dengan mudah dicerna maknanya oleh pembaca seandainya jurnalis bertindak lebih bijak, yakni dengan menuliskan penjelasannya atau pandananya dalam bahasa Indonesia. Misalnya. kata *mem-back-up* (mendukung atau menyokong), dan *academic culture* (budaya akademik).

Di samping itu, sumbangan surat kabar akan lebih positif jika jurnalis atau penyunting bahasa mengidahkan kaidah penyerapan istilah-istilah asing ke dalam bahasa Indonesia: (1) mengindonesiakan istilah-istilah itu dengan mencari terjemahanya atau sinonimnya, misalnya, *blue orint* (cetak biru), *training* (pelatihan), *pavilyun* (anjungan), *network* (jaringan); (2) menyerap dan menyesuaikan penulisan dengan sistem ejaan bahasa Indonesia, misalnya, *decibel* (desibel= satuan ukuran kekerasan suara), *quota* (kuota), *energy* (energi); (3) menyerap dan menerjemahkan istilah asing itu sekaligus, misalnya, *subdivision* (subbagian), *bound morpheme* (morfem terikat); dan (4) meminjam sistem penulisan bahasa asing itu (untuk sementara), sementara belum ditemukan cara penulisan dalam bahasa Indonesia, misalnya, *go public*, *go international*, *power sharing*, *voting*, dan *stembus accord*.

Persoalan lainnya ihwal penggunaan kata dan istilah berkaitan dengan kata atau istilah yang berasal dari bahasa daerah. Mengingat, tidak semua pembaca memahami kata dan istilah dari bahasa daerah tertentu. Kita perhatikan contoh-contoh berikut ini.

“ Asalakan anak-anak Persiku tak *grusa-grusu* dalam ... (*Suara Merdeka*, 31 Maret 1995), Pernyataan Pak Dur itu sebatas *abang-abang lambe*, Meskipun disampaikan secara halus, tetapi terkadang kata-kata yang digunakan *nylekit* “ (*Suara Merdeka*, 7 April 1995).

Permasalahan kedua berkaitan dengan penulisan tajuk berita. Dalam surat kabar, khususnya dalam penulisan tajuk berita, awalan *me-* pada umumnya tidak digunakan agar tajuk itu lebih ringkas, lebih hidup, dan lebih menarik. Kita perhatikan contoh tajuk berikut ini

“ Dosen Unsoed *Temukan* Kedelai Unggul, Pemeriksaan Warga Iran Masih *Tunggu* Penerjemah (*Suara Merdeka*, 5 April 1995), Pasukan Kroasia *Kepung* Pos PBB, Pemda *Bentuk* Tim Pemulangan Haji (*Republika*, 12 Mei 1995), Pemda Jakut *Bongkar* 350 Bangunan Liar, Hongkong Siap *Imbangi* Indonesia, Dubes Belanda *Kunjungi* Flores” (*Kompas*, 29 Mei 1995).

Penulisan di atas dapat dimungkinkan karena prefiks *me-* tidak berfungsi semantis. Misalnya, kalimat “Dosen Unsoed *Temukan* Kedelai Unggul” sama maknanya dengan kalimat “Dosen Unsoed *Menemukan* Kedelai Unggul”. Pemakaian kata prefiks *me-* pada tajuk berita justru terasa mubazir dan kurang menarik perhatian, misalnya, “Hongkong Siap *Mengimbangi* Indonesia”.

Prefiks *me-* hanya memiliki fungsi gramatikal. Artinya, ia hanya diperlukan untuk memenuhi aturan bahasa terutama dalam penggunaan bahasa ragam resmi atau ragam baku (Djamaris, 1995). Dalam ragam tersebut, kita tidak dibenarkan meninggalkan prefiks *me-* dalam verba aktif.

Bebeda dengan prefiks *me-*, prefiks *di-*, memiliki fungsi semantis. Kita perhatikan contoh kalimat tersebut.

“Lembaga Swasta Bisa *Dilayani* Askes (*Suara Merdeka*, 7 April 1995), Bintang *Diperiksa* Sebagai Saksi, Bandung *Diguncang* Aksi Perampokan (*Republika*, 19 April 1995), Pengurus Koperasi Koran *Didemo* Anggotanya” (*Republika*, 12 Mei 1995).

Penghilangan prefiks *di-* di dalam contoh di atas menyebabkan makna kalimat tersebut menjadi berubah.

Terdapat kesalahan lain, yang barangkali karena faktor kekurangcermatan dalam penulisan tajuk berita, yaitu penggunaan huruf kapital. Kita perhatikan contoh berikut ini.

“Tayangan untuk Anak di TV Dinilai kurang Mendidik (*Republika*, 17 April 1995), Teknis Restrukturisasi PBB belum Selesai, Petani Indonesia harus Mampu Saingi Produk Luar Negeri (*Republika*, 28 April 1995), Resiko Beban Utang perlu Dibatasi (*Republika*, 5 Mei 1995), Ketua Hipmi Ditentukan Hari ini ” (*Republika*, 20 Mei 1995).

Penulisan kata-kata yang dimiringkan di atas kurang tepat sebab kata-kata itu bukan kata tugas. Sebagaimana dijelaskan dalam buku *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan* bahwa huruf pertama semua kata (termasuk semua unsur kata ulang sempurna) di dalam buku, majalah, surat kabar, dan judul karangan kecuali kata seperti *di, ke, dari, dan, yang, untuk* yang tidak terletak pada posisi awal. Dengan demikian, penulisan tajuk berita pada contoh berikut ini pun tidak tepat.

“Anak-anak Haiti Ditembaki bagai Kelinci (*Suara Merdeka*, 2 Oktober 1994), Pil-pil yang Mengancam Remaja (*Suara Merdeka*, 7 April 1995), Bulan Ini Ditaburi Lagi Pelarangan-pelarangan Pentas (*Kompas*, 27 Mei 1995), Tahap-tahap Deregulasi” (*Kompas*, 24 Mei 1995).

Masalah ketiga adalah berkaitan dengan pemakaian eufimisme. Penggunaan eufimisme merupakan gejala yang sangat mengganggu kelancaran komunikasi. Menurut Lubis (1989), eufimisme merupakan perusakan bahasa dan merupakan bentuk paling sederhana dari ketidakjujuran informasi. Penggunaannya akan menghalangi kita untuk melihat pokok masalah secara jernih dan tajam. Kita terbawa untuk menghindari fakta-fakta yang menyakitkan dan menjadi tidak realistis melihat kenyataan. Hal ini menipu diri sendiri dan juga menipu khalayak umum. Eufimisme mengindikasikan sikap takut penulis menghadapi kenyataan. Misalnya, kita menggunakan frasa *komersialisasi jabatan* untuk maksud *korupsi*, ONH tidak naik hanya *disesuaikan* dan *membebastugaskan*.

Sudah barang tentu, tidak semua pemakaian bentuk eufimistis bersifat negatif, Eufimisme, -- sebagai salah satu wujud majas -- kadang-kadang justru digunakan terutama berkaitan dengan masalah tata krama dan kebudayaan. Demikian pula pemakaian eufimisme dalam ragam bahasa jurnalistik masih sering dijumpai. Oleh karena itu, para jurnalis dan editor bahasa suatu media penerbitan pers dituntut untuk mampu menggunakan eufimisme ini secara proporsional.

Dalam era reformasi sekarang ini terutama berkat adanya kemerdekaan pers, para jurnalistik kita lebih leluasa untuk menggunakan bahasa-bahasa yang lugas, pedas, bahkan kritis sekalipun. Ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari masyarakat tertutup – feodal menuju masyarakat yang terbuka dan demokratis.

#### B. Bepedoman pada Bahan Baku

Bahasa jurnalistik yang ditulisi dalam bahasa Indonesia harus dapat dipahami oleh pembaca di seluruh nusantara. Akan tetapi, bahasa Indonesia juga mengenal berbagai ragam dan variasi, termasuk dialek. Oleh karena itu, bila surat kabar, majalah, tabloid, dan lain-lain menggunakan bahasa Indonesia dengan salah satu dialek tertentu, besar kemungkinan tulisan dalam surat kabar, majalah, dan tabloid itu tidak dapat dipahami oleh pembaca di seluruh nusantara. Seperti dinyatakan oleh J. S. Badudu, -- bahasa baku, baik lisan maupun tulisan – golongan dan lapisan masyarakat yang paling besar wibawanya.

Contohnya:

“PLN sebagai penyedia layanan publik tentu harus bertanggungjawab atas kerugian itu. Terlebih-lebih, sumber kerusakan sebenarnya sudah diketahui empat hari sebelumnya, bahkan hari pemadamanpun sudah direncanakan dan diatur PLN” (*Republika*, 23 Mei 1997).

Bahasa Indonesia baku itulah yang seharusnya digunakan dalam jurnalistik agar dapat dipahami oleh masyarakat pembaca di seluruh tanah air. Oleh karena itu, bahasa jurnalistik sama sekali tidak berbeda dengan bahasa Indonesia baku, -- bahasa yang digunakan dalam komunikasi resmi, seperti: pidato resmi kenegaraan, sidang umum MPR, surat-menyurat resmi, menulis laporan resmi, menulis buku ajar (diktat, modul, terjemahan, saduran), makalah (paper), skripsi, tesis, disertasi, undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan dan ketetapan resmi, dan lain-lain.

Jadi, kalau pada kenyataannya ada sedikit perbedaan antara bahasa jurnalistik dengan bahasa Indonesia baku, bukan pada hakikatnya memang harus berbeda. Akan tetapi, perbedaan itu lebih disebabkan oleh faktor-faktor yang bersifat teknis di samping kurangnya kemampuan berbahasa Indonesia para jurnalis dan redaktur surat kabar yang bersangkutan, seperti telah disinggung di muka.

Bahasa Indonesia jurnalistik mengandung informatif, persuasif dan yang secara konsensus merupakan kata-kata yang dapat dimengerti oleh

masyarakat/pembaca pada umumnya, disamping tentu saja harus singkat, jelas, padat, sederhana, lugas, menarik, dan tidak berbelit-belit.

Dalam kehidupan sehari-hari, ada dua perangkat norma bahasa yang bertumpang tindih. Yang pertama berupa norma yang dikodifikasi dalam bentuk tata bahasa di sekolah dan lembaga pendidikan pada umumnya, dan yang kedua berupa norma-norma yang berdasarkan kebiasaan dan kelaziman pemakaian. Norma yang kedua ini belum dikodifikasikan secara resmi, antara lain yang dianut oleh para jurnalis (wartawan) dan pers.

Akan tetapi, jalan menuju kearah itu sudah mulai dirintis sejak tahun 1971 oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) bekerja sama dengan Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS). Departemen Penerangan dan instansi lain yang terkait juga menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi karyawan pers yang disebut Karya Latihan Wartawan (KLW). Program tersebut bersifat nasional dan diikuti oleh wartawan seluruh Indonesia yang ditunjuk oleh PWI cabang atau media pers yang bersangkutan.

Setiap pelaksanaan KLW biasanya menghasilkan pedoman penulisan sesuai dengan bidang yang dibahas dalam KLW tersebut. Sebagai contoh, KLW bidang bahasa dalam pers, pada tanggal 10 November 1978 memutuskan *Sepuluh Pedoman Pemakaian Bahasa dalam Pers*. Wartawan Indonesia menyadari akan tanggung jawab dan beban yang dipikulnya. Setelah beberapa kali mengadakan KLW, para wartawan telah sepakat membuat sepuluh pedoman pemakaian bahasa Indonesia dalam pers. Adapun kesepuluh pedoman itu adalah sebagai berikut.

*Pertama*, wartawan hendaknya secara konsekuen melaksanakan *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (EYD)*. Hal ini juga yang harus diperhatikan oleh para redaktur dan korektor. Sebab, kesalahan yang paling menonjol dalam surat kabar sekarang ini adalah kesalahan ejaan dan tanda baca.

*Kedua*, wartawan hendaknya membatasi diri dalam singkatan dan akronim. Kalaupun ia harus menulis akronim, maka satu kali ia harus menjelaskan dalam tanda kurung kepanjangan akronim tersebut agar tulisannya dapat dipahami oleh khalayak pembaca.

*Ketiga*, wartawan hendaknya jangan menghilangkan imbuhan, bentuk awalan atau prefiks. Penggalan kata awalan me- dapat digunakan dalam kepala berita mengingat terbatasnya ruangan. Akan tetapi, penggalan kata jangan sampai dippukul ratakan, sehingga merembet pula ke dalam tubuh berita.

*Keempat*, wartawan hendaknya menulis dengan kalimat-kalimat pendek. Pengutaraan kalimatnya harus logis, teratur, lengkap dengan kata pokok, sebutan, dan kata tujuan (subjek, predikat, objek, dan/atau keterangan). Menulis dengan induk kalimat dan anak kalimat yang mengandung banyak kata malah membuat kalimat tidak dapat dipahami. Lagi pula, prinsip yang harus dipegang adalah satu gagasan atau ide ditulis dalam satu kalimat.

*Kelima*, wartawan hendaknya menjauhkan diri dari ungkapan klise atau *stereotype* yang sering dipakai dalam traansisi berita seperti kata-kata berikut:., sementara itu, dapat ditambahkan, perlu diketahui, dalam angka, selanjutnya, dalam pada itu, dan lain-lain. Dengan demikian, dia menghilangkan monotomi (keadaan atau bunyi yang selalu sama saja) dan sekaligus dia melakukan penghematan atau efisiensi dalam berbahasa.

*Keenam*, wartawan hendaknya menghilangkan kata-kata mubazir seperti kata *adalah* (kata kerja kopula), *telah* (petunjuk 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.

*Ketujuh*, wartawan hendaknya mendisiplinkan pikirannya agar jangan sampai campur aduk dalam menyusun sebuah kalimat bentuk pasif (*di*), dengan bentuk aktif (*me*).

*Kedelapan*, wartawan hendaknya menghindari kata-kata yang masih asing dan istilah-istilah yang terlalu teknis dan bersifat ilmiah dalam berita.

*Kesembilan*, wartawan hendaknya sedapat mungkin menaati kaidah struktur/gramatika bahasa baku bahasa Indonesia.

*Kesepuluh*, wartawan hendaknya ingat bahasa jurnalistik yaitu bahasa yang komunikatif dan bersifat spesifik. Dan, tulisan yang baik dinilai dari tiga aspek, yaitu isi, bahasa, dan teknik penyajian.

Cermin dari bahasa pers itulah yang dikatakan bahasa jurnalistik. Ia berorientasi pada sosiolingistik dan mengutamakan sosialisasi. Oleh karena itu, bahasa jurnalistik memiliki prinsip sederhana, jelas, singkat, padat, dan mengarahkan diri pemenuhan formula jurnalistik “5W + 1H” (*what, who, where, when, why, dan how*). Bahasa jurnalistik dengan demikian dapat dikatakan sebagai bahasa tulisan yang mendekati bahasa lisan.

Karakter bahasa jurnalistik ada lima macam: (1) sederhana, singkat, padat, dan jelas; (2) hidup, lincah, sesuai dengan zamanya; (3) kalimatnya singkat dan kata-kata

positif; (4) bahasanya memasyarakat dan memperhatikan tata bahasa, kaidah, dan struktur/gramatika; dan (5) banyak gaya bahasa yang digunakan, artinya pemilihan dan penggunaan kata-kata sedemikian rupa, sehingga menghasilkan pengertian tertentu bagi pembacanya.

Bahasa jurnalistik sewajarnya didasarkan atas kesadaran terbatasnya ruangan dan waktu. Salah satu sifat dasar jurnalistik menginginkan kemampuan komunikasi cepat dalam ruangan serta waktu yang relatif terbatas. Bahasa yang digunakan harus efektif, artinya harus menyampaikan secara tepat apa yang dipikirkannya, dan bahasa yang digunakan harus mampu menggerakkan pikiran orang-orang yang membaca/mendengar amanatnya, sehingga tercipta suatu pengertian yang sama dengan yang dipikirkan jurnalis/wartawan.

Bahasa jurnalistik, termasuk di dalamnya kalimat jurnalistik mencakup tiga aspek, yaitu penguasaan materi (isi) yang disampaikan, kalimat dalam bahasa Indonesia yang baik, jelas, dan benar, dan teknik penyajian. Ketiga aspek itu tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain.

“Jakarta pada masa kolonial namanya adalah Batavia. Ibukota kita yang juga di juluki kota metropolitan jauh lebih luas dan lebih besar dari kota Batavia. Perluasannya ke segala penjuru, sehingga muncul yang bernama Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, dan Jakarta Utara. Pada masa Batavia, nama-nama desa/kampung diberi nama dengan *kebun*, misalnya Kebun Jeruk, Kebun Kacang, Kebun Jahe, kebun Rambutan, dan lain-lain. Pasarnya diberi nama dengan *hari*, misalnya, Pasar Senin, Pasar Minggu, Pasar Rebo, Pasar Jum’at, dan sebagainya. Perluasan kota sesudah merdeka diberi nama dengan kata Indonesia, misalnya, Pondok Labu, Pondok Indah, Pondok Gede, dan sebagainya. Perluasan kota berjalan terus, maka akhirnya muncullah nama-nama yang diambil dari bahasa Inggris, misalnya, Raffles Village, Green Garden, Puri Garden, dan lain-lain”.

Banyak nama baru bermunculan yang umumnya diambil dari bahasa Inggris, sehingga Gubernur DKI Jakarta berkata “Kok di sini dipakai bahasa asing, di sana di pakai bahasa asing. Cucu Pak Sudarsono, namanya Ontorejo, tetapi tinggalnya di Raffles Village. Wah, bagaimana ini bisa terjadi?”.

Tidak hanya nama-nama saja yang diambil dari istilah asing tetapi juga dalam bidang-bidang yang lain, sehingga bahasa Indonesia dalam jurnalistik itu sarat dengan *kata-kata dan istilah asing*. Tahun 1995, misalnya, Mendikbud Wardiman Djojonegoro sadar melihat kenyataan seperti itu. Kenyataan menunjukkan bahwa pemakaian bahasa Inggris sudah mewabah untuk kompleks/ perumahan, papan reklame, promosi, merek-merek dagang, dan lain-lain.

Dengan kesadaran itu Mendikbud Wardiman membicarakan masalah tersebut dengan Menteri Penerangan, masyarakat luas, masyarakat periklanan, pemerintah daerah khusus ibukota, dan dengan kelompok lainnya. Telah diputuskan bahwa kita semuanya harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik, jelas, dan benar baik dalam bidang jurnalistik, seminar, kongres, dan sebagainya. Upaya Mendikbud sudah mulai bertunas dengan munculnya pernyataan Walikota Bogor yang mengatakan, “Juli, Kodya Bogor bebas dari istilah bahasa asing”. Peristiwa itu diberlakukan tanggal 18 April – 18 Juli 1995. Gerakan pemakaian bahasa Indonesia yang baik, jelas, dan benar melalui *pembudayaan bahasa Indonesia* merambat ke seluruh pelosok tanah air bersamaan waktunya dengan gerakan disiplin nasional yang dimulai tanggal 20 Mei 1995.

Di Muka sudah dikemukakan bahwa para jurnalis/wartawan telah sepakat untuk menaati kaidah bahasa jurnalistik. Kendatipun sudah ada kaidahnya, tetapi dalam praktik kejournalistikan masih ada di antara wartawan yang tidak mengidahnya, seperti pada contoh-contoh berikut ini.

*Pertama*, pemakaian kalima yang panjang

- (1) “Usai pembicaraan kedua pemimpin, Mensekneg Moerdiono kepada wartawan mengatakan, presiden menyampaikan pandangan untuk menjajagi kemungkinan kemampuan keuangan Kuwait dalam memberikan batuan finansial bagi sejumlah produk Indonesia, misalnya produk pesawat IPTN (*Kompas*, 18 April 1995).
- (2) Ketua Umum PSSI masa bakti 1991-1995, yang juga Menko Kesra, Azwar Anas yang akan mengakhiri masa baktinya akhir tahun ini menilai pengajuan Mayjen TNI E. E. Mangindaan sebagai Ketua Umum PSSI mendapat oleh ketua KONI Pusat Wismoyo Arismunandar adalah baik, dan menyangkut pribadi yang tepat (*Kompas*, 19 April 1995).

*Kedua*, suburnya pemakaian akronim

- (1) Banyak *Ruko* dan *Rukan* di Pulau Batam Terlantar (*Kompas*, 19 April 1995).
- (2) Gangguan Kamtibmas di NTB Mulai Menurun Tahun 1955 (*Kompas*, 19 April 1995).
- (3) Anggaran untuk Biaya Perawatan Fasos dan Fasum sudah tersedia (*Kompas*, 3 Mei 1995).
- (4) Pengatur Lalin “Swasta” Menjadi-jadi (*Kompas*, 3 Mei 1995).

*Ketiga*, kelbihan kata

- (1) Ombak Besar Rusak Puluhan Rumah di *Daerah* Aceh Barat (*Kompas*, 14 April 1995).
- (2) PT Indosan yang Petang Ini akan RUPPS (*Kompas*, 18 April 1995).
- (3) Menghadapi *Segala* Sesuatu, Baiklah Kita Berkepala Dingin dan Propoesinal (*Kompas*, 18 April 1995).

*Keempat*, penulisan angka yang seharusnya ditulis dengan huruf

- (1) 138 KK Warga Sumpruk Sudah 10 Tahun Tunggu Ganti Rugi (*Kompas*, 3 Mei 1995).
- (2) 100. 000 Buruh Meksiko Protes Krisis Ekonomi (*Kompas*, 3 Mei 1995).
- (3) 11 Tahun, Ibu Kota Kabupaten Kendari Menunggu Dana dari Pusat (*Kompas*, 3 Mmei 1995).

### C. Bahasa Jurnalistik Efektif dan Efisien

Bahasa yang efektif ialah bahasa yang mencapai sasaran yang dimaksudkan (Moeliono, 1993: 1). Bahasa Indonesia jurnalistik yang efektif membuahkan hasil atau efek yang diharapkan pembicaraan karena cocok atau relevan dengan peristiwa atau sesuuuai dengan keadaan yang menjadi latarnya. Bahasa Indonesia jurnalistik yang efisien ialah bahasa yang mengikuti kaidah yang dibakukan atau yang dianggap baku, dengan mempertimbangkan kehematan kata, istilah, dan ungkapan. Baku atau norma bahasa itu menjadi ukuran umum, yang mengatasi variasi dialek atau idiolek (Perseorangan), bagi pemakaian bahasa yang benar dan patut menjadi contoh untuk diikuti.

Hoed (1977: 3) dalam penelitiannya tentang “Kata Mubazir dalam Surat Kabar Harian Berbahasa Indonesia” menyatakan, usaha mencapai efisiensi didasarkan pada probabilitas munculnya suatu kata dalam konteks tertentu (*probability accurance*).

Suatu kata yang probabilitas pemunculannya tinggi per definisi mengandung nilai informatif yang rendah. Dengan demikian, makin rendah probabilitas suatu kata, makin tinggi nilai informatifnya.

Yang dimaksud dengan nilai informatif di sini adalah sifat yang mengurangi segala ketidakpastian atau salah paham dalam komunikasi kebahasaan. Jadi, suatu kata seperti *bahwa* yang probabilitasnya tinggi sesudah kata-kata seperti: *berkata, mengatakan, menyatakan, memberitahukan, mengemukakan, dan menyampaikan*, peranannya dalam mengurangi salah paham hampir tidak ada. “Ia mengatakan bahwa adiknya sakit”, tidak berbeda amanatnya dengan “Ia mengatakan adiknya sakit”.

Di samping faktor probabilitas, faktor besarnya beban fungsional suatu kata dalam suatu konteks pun menjadi dasar untuk memperlakukan kata itu sebagai kata yang tidak efisien (baca : mubazir). Bila dibandingkan, kata *bahwa* dengan *hari*, misalnya kita melihat: *bahwa* dalam konteks *mengatakan bahwa berposisi* dengan kata apa pun. Dengan demikian, *bahwa* mempunyai beban fungsional sedangkan *hari* tidak mempunyai beban fungsional. Ini berarti peranan *bahwa* dalam penghilangan salah paham, kata peranan *bahwa* lebih besar daripada *hari*. Dengan kata lain, nilai informatif *bahwa* lebih besar daripada *hari*.

Dalam tulisan/karya-karya jurnalistik yang efektif dan efisien, paragraf berpautan dan bertalian. Perpautan itu mensyaratkan adanya perlihatkan yang lancar antara bagian tulisan yang satu ke bagian tulisan yang lain, sehingga penalaran penulis/jurnalis dengan mudah dapat dipahami. Setiap gagasan pokok diungkapkan dengan sebuah kalimat topik yang menjadi inti paragraf.. Kalimat inti itulah yang harus dinyatakan secara eksplisit, tepatnya pada awal paragraf atau dekat awal paragraf, sehingga pembaca dapat disiapkan untuk mengikuti uraian selanjutnya.

Pokok paragraf dapat dikembangkan dengan dua jalan: *pertama*, pengembangan dengan ilustrasi yang memanfaatkan logika induktif dan *kedua*, pengembangan dengan analisis penalaran atau penjelasan yang menggunakan logika deduktif. Kedua cara itu dapat dipakai secara berdampingan dalam satu paragraf atau wacana. Paragraf yang baik tidak hanya lengkap karena pengembangannya tetapi juga karena menunjukkan kesatuan di dalam isinya. Kesatuan itu dicapai karena seorang jurnalis hanya mengembangkan satu gagasan pokok saja. Tiap kalimat di dalam paragraf bertalian dengan ide pokok itu. Keutuhan paragraf menjadi rusak karena penyisipan perincian yang tidak bertemali dan pemasukan kalimat topik yang kedua

atau gagasan pokok lain ke dalamnya. Yang terjadi ialah perancuan dan pelanturan dua ide pokok.

Paragraf yang efektif memiliki ciri keutuhan, perpautan, penempatan pumpunan (fokus) kalimat, kehematan kata (efisiensi), dan variasi. Keutuhan itu dinyatakan oleh keutuhan struktur kalimat dan kesatuan logika yang jalin-menjalin. Jika salah satu unsur tidak ada, maka unsur itu berhadapan dengan penggalan yang bukan kalimat. Perpautan di dalam kalimat menyangkut pertalian diantara unsur-unsurnya.

Contohnya:

“Abad 20 adalah abad yang disesaki perang dalam berbagai skala, persaingan, kecurigaan, dan berbagai malapetaka akibat ulah manusia. Perang Dunia I yang disusul Perang Dunia II benar-benar menghancurkan dunia, terutama Eropa. Benua ini hancur. Ribuan rumah, apartemen, bangunan lain, dan pabrik runtuh. Jutaan orang kehilangan rumah dan pengangguran merajalela, memaksa orang harus antre makanan.

Perdamaian, memang membawa harapan baru bagi lahirnya sebuah dunia baru. Tetapi, negara-negara pemenang perang (Inggris, Prancis, Uni Soviet, dan Amerika Serikat) justru pecah menjadi dua kubu militer yang bersebrangan dan bermusuhan. Bayangkan akan lahirnya Perang Dunia III sudah ada di depan mata (*Kompas*, 30 Mei 1997).

Contoh paragraf di atas merupakan paragraf yang efektif. Hal ini ditandai dengan ciri-ciri keutuhan, perpautan dan penempatan fokus kalimat pada awal paragraf yang jelas, yakni *abad 20*. Kemudian dilanjutkan kalimat penjelasan *Perang Dunia I dan II*, dan kalimat ppenjelas lainnya ((ribuan rumah, apartemen, dan lain-lain) sebagai variasi bahasa akibat perang. Demikian pula jutaan orang kehilangan rumah dan harus antre makanan dan lain-lain. Perpautan itu juga ditegaskan pada paragraf kedua, yang ditulis dengan menciptakan fokus masalah “perdamaian” yang merupakan harapan-harapan baru. Hal ini merupakan variasi dan kreasi jurnalis dalam menuliskan karya-karya jurnalistik.

Perpautan itu akan lebih jelas/nyata apabila: (1) pemakaian kata ganti diperhatikan, (2) gagasan yang sejajar dituangkan ke dalam bangun kalimat yang seejajar, dan (3) jika sudut pandang terhadap isi kalimat tetap sama.

Penempatan fokus dapat dicapai dengan cara (1) pengubahan urutan kata yang lazim dalam kalimat, (2) pemilihan bentuk aktif dan pasif, atau dengan (3)

penggunaan penguasaan khusus. Efisiensi atau penghematan dengan pengungkapan berarti pembuangan kata mubazir dan penghindaran kontruksi yang berputar-putar.

Ada asumsi dasar bahwa dalam masyarakat bahasa yang berbeda dan komunitas yang berbeda pula, manusia menggunakan bahasa yang berbeda pula. Perbedaan itu bersifat sistematis dan mencerminkan perbedaan nilai kultural. Dengan demikian, perbedaan cara berbicara, menulis, dan komunikasi dapat dijelaskan dari sudut pandang nilai kultural dan prioritas kultural yang berbeda.

Pola pengungkapan gagasan secara kultural tercermin dalam wacana tulis para jurnalis. Dalam masyarakat tertentu, pengungkapan gagasan yang dituangkan dalam wacana tulis dilakukan secara tidak langsung, lugas, dan apa adanya. Kaplan (1987: 15) berdasarkan hasil penelitiannya menyebutkan bahwa wacana tulis orang Timur lebih menggambarkan suatu pola pendekatan tidak langsung. Dalam pendekatan ini, pengembangan paragraf dilakukan secara spiral, berputar-putar mengitari pusaran yang semakin lama semakin besar. Putaran tersebut mengitari pokok bahasan dan menyurutinya dari berbagai sudut tetapi tidak pernah secara langsung. Bagi orang Barat, pola pikir kultural yang tercermin dalam pengembangan paragraf tidaklah demikian. Pola tersebut merupakan bagian integral dari retorika barat yaitu sebagai urutan yang pengembangannya lebih bersifat linear dengan pendekatan langsung.

Bahasa Indonesia dan pola pikir kulturalnya tentu akan berpola budaya Timur. Alur pikir yang diharapkan dari seorang jurnalis Indonesia adalah alur pikir yang bersumber pada budaya nusantara. Alur pikir ini tentu berbeda dari alur pikir bahasa lain – tidak lebih baik, tetapi juga tidak lebih buruk.

Kemampuan jurnalis membuat wacana tulis yang baik dalam bahasa Indonesia belum tentu menghasilkan hal yang sama bila dilakukan dalam bahasa lain. Hal ini terjadi karena retorika yang digunakan adalah retorika bahasa Indonesia, sehingga wacana tulis tersebut mencerminkan pola pikir kultural Indonesia. Retorika timur akan mewarnai wacana tulis orang Indonesia. Sementara bahasa lain mempunyai retorika sendiri yang berbeda dari retorika bahasa Indonesia. Pengembangan paragraf dalam bahasa lain akan mengikuti alur pikir dari penutur bahasa tersebut. Sehingga, pola pengembangan paragraf dalam wacana tulis itu merefleksikan pola pikir kultural bahasa tersebut.

Secara grafis, pola pengembangan pokok bahasan dalam paragraf dari berbagai bahasa, yakni bahasa Inggris, bahasa Semit, bahasa Timur, bahasa Romawi, dan bahasa Rusia, digambarkan Kaplan sebagai berikut.

Retorika oleh Kaplan didefinisikan sebagai “*the method of organizing syntactic units into larger patterns*” atau sebagai cara pengorganisasian unit sintaksis menjadi pola yang lebih besar tidaklah universal. Retorika bervariasi dari satu budaya ke budaya lain, bahkan dari waktu ke waktu dalam suatu budaya. Norma-norma sopan santun dalam budaya tertentu dan pada waktu tertentu berpengaruh terhadap retorika.

Pola pikir kultural Indonesia yang berputar-putar ini dapat juga dipakai sebagai salah satu penjelasan berkembangnya eufimisme yang banyak terjadi. Mengapa untuk mengatakan harga *dinaikan* ungkapan yang dipakai adalah harga *disesuaikan*, atau *ditahan* dengan *diamankan*, *hutang* disebut *bantuan*, dan lain-lain. Hal ini dapat dicermati dari sudut pandang dan pola pikir kultural orang Indonesia yang (mungkin) memang suka berputar-putar.

Orang Indonesia, dan Asia pada umumnya biasanya menyusun pola wacananya dengan struktur penyajian “topik-komen” (Wijana, 1999: 2). Artinya, bagian terpenting wacananya diletakan pada bagian belakang sedangkan alasan dan latar belakang penyebab masalahnya diletakan pada bagian depan. Sementara itu, orang-orang yang berlatar budaya bahasa Inggris menggunakan pola dan strategi sebaliknya. Mereka menempatkan bagian terpenting wacananya di bagian depan, kemudian baru menyusulinya dengan latar belakang atau alasan yang dipandang kurang penting. Orang-orang Asia dalam menyampaikan pendapat tidak teruusterang. Sebaliknya, orang-orang Barat terlalu berterus terang dan kadang-kadang dianggap kasar dan vulgar.

Orang-orang Asia merasa tidak enak untuk mengemukakan usulannya sebelum mengemukakan alasan-alasanya terlebih dahulu. Sebaliknya, orang-orang Barat cenderung mengemukakan usulannya lebih dahulu baru kemudian mengemukakan alasan-alasanya. Pola, model, dan strategi penyusunan pernyataan yang berbeda ini akan menimbulkan persepsi dan prasangka yang berbeda. Orang-

orang Asia beranggapan bahwa orang-orang Barat terlalu berterusterang dan kasar. Demikian pula, orang-orang Barat berprasangka bahwa orang-orang Asia itu tertutup (eksklusif), tidak berterus terang, dan sukar diduga (*inscrutable*). Pemahaman terhadap perbedaan model penyusunan ungkapan itu akan sangat bermanfaat guna menghindari timbulnya stereotip-stereotip yang dapat menghamabat kerja sama (kolaborasi) di antara kedua orang yang berbeda budaya tadi.

Akan tetapi, retorika Indonesia terutama dengan adanya kebebasan pers di era reformasi sekarang ini sebagian mulai bergeser dari pola oriental ke anglo-european atau dari yang melingkar-lingkar/berputar-putar ke linear. Pergeseran ini dapat diduga karena adanya pengaruh dunia yang mengglobal termasuk juga perkembangan bahasa Indonesia itu sendiri. Banyak sarjana dan wartawan Indonesia yang mempelajari ilmu pengetahuan dan teknologi ke negara-negara Barat. Selama tinggal di negara-negara tersebut, mereka mau tidak mau harus menyesuaikan diri dengan bahasa dan pola pikir bangsa Barat. Akibatnya, retorika linear dapat menggeser retorika mereka yang sebelumnya dimungkinkan melingkar-lingkar. Ketika mereka kembali ke Indonesia dan banyak mengungkapkan gagasan ke dalam berbagai wacana dan media, pola linear tersebut tertuang dalam tulisannya. Selanjutnya, pola pikir ini secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap pola pikir pembaca.

Selanjutnya, variasi bahasa jurnalistik diperoleh dengan (1) pemakaian berbagai jenis kalimat yang berbeda menurut struktur gramatiknya (2) pemakaian kalimat yang panjangnya berbeda-beda, dan (3) pemakaian unsur-unsur kalimat, seperti subjek, predikat, objek, pelengkap, dan keterangan yang berselang-selang.

Dipandang dari penggunaan kosakata, bahasa Indonesia ragam jurnalistik memerlukan istilah yang maknanya tidak taksa (ambigu). Artinya, istilah-istilah yang digunakan tidak memiliki tafsiran ganda. Peristilahan itu termasuk diksi/pilihan kata yang bersama-sama dengan pilihan bangun kalimat membentuk langgam atau gaya tulisan. Tataran diksi dalam tulisan jurnalistik lebih tinggi daripada dalam ragam percakapan sehari-hari. Artinya, pemakaian kata untuk pengacauan yang khas atau sugestif ataupun yang meluas tidak salah tempat.

Bahasa Indonesia ragam jurnalistik yang panjang-panjang hanya dapat direspons secara langsung oleh pembaca yang terbiasa dan terlatih. Pembaca surat kabar itu diharapkan tidak memperoleh informasi yang keliru. Kelugasan, keobjektipan, dan kejelasan bahasa jurnalistik itulah yang membedakan dengan ragam

bahasa sastra yang bersifat subjektif, halus, dan lentur, sehingga interpretasi pembaca yang satu kerap kali berbeda dengan interpretasi dan apresiasi pembaca lainnya.

Berdasarkan pengamatan terhadap kegiatan berbahasa para elite politik kita melalui media massa baik cetak maupun elektronik, dapat diklasifikasikan empat kategori gaya berbahasa mereka. Jumlah tersebut masih dapat didiskusikan. Adapun keempat gejala tersebut adalah (1) pengingkaran terhadap kenyataan, (2) eufimisme, (3) samar-samar, dan (4) melingkar-lingkar/berputar-putar.

Berikut ini adalah ilustrasi dari keempat gejala tersebut. *Pertama*, pengingkaran terhadap kenyataan. Seorang bawahan dimutasi atau diberhentikan dari jabatannya karena ia tidak mau menuruti kemauan atasannya yang dianggap oleh bawahannya tersebut sebagai suatu pelanggaran. Namun, ketika ditanya oleh wartawan, si atasan tersebut mengatakan bahwa pemutasian atau pemberhentian tersebut bukan karena alasan dia atas melainkan sebagai prosedur biasa dalam kedinasan atau karena yang bersangkutan sudah saatnya pensiun.

*Kedua*, eufimisme. Seorang pejabat mengatakan bahwa daerahnya tergolong prasejahtera. Kata *prasejahtera* tersebut digunakan sebagai pengganti kata miskin, yang dianggapnya terlalu jelas memperlihatkan ketidakberhasilan pembangunan di daerah tersebut.

*Ketiga*, samar-samar. Seorang atasan memberikan perintah kepada bawahannya dengan bahasa yang tidak jelas, sehingga menimbulkan makna ganda (ambiguity). Ketika terjadi pelanggaran oleh bawahannya, si atasannya dengan mudah mengatakan bahwa ia salah menafsirkan perintah.

*Keempat*, berputar-putar. Seorang jaksa diperintah oleh atasannya untuk tidak memejahijaukan seseorang yang oleh masyarakat dianggap melakukan pelanggaran. Karena jaksa tersebut menyadari tuntutan masyarakat tetapi pada waktu yang sama dia tidak berani melanggar perintah atasannya, maka ia mencari-cari alasan yang pada dasarnya hanyalah sebagai dalih untuk tidak memejahijaukan orang tersebut.

Dengan adanya era reformasi di berbagai bidang kehidupan yang sudah kita rintis sejak tahun 1998 lalu, kita bertekad untuk menuju masyarakat Indonesia baru, yaitu masyarakat yang demokratis yang penuh keterbukaan. Sistem demokrasi dan keterbukaan memungkinkan mengalirnya arus informasi secara efektif baik secara vertikal (ke atas dan ke bawah) maupun horizontal. Hal ini dapat berjalan dengan baik jika di dukung oleh penggunaan bahasa jurnalistik yang jelas, teratur, terus terang, dan jernih. Diharapkan, para jurnalis dapat menggunakan bahasa secara lugas,

objektif, langsung, terus terang, dan tidak menyembunyikan kenyataan pahit kalau memang keadaan seperti itu. Kesadaran wartawan akan kondisi yang demikian justru dapat mendorong kita untuk membangun diri lebih giat lagi menuju masyarakat yang lebih baik, terbuka, dan demokratis melalui media pers.