



Gaya Penulisan Teks Berita Daring dalam Rubrik Hype IDN Times

Rieke Novianti^{*1}, Moch. Syahri²

^{1,2}Universitas Negeri Malang, Indonesia

E-mail: riekenovianti11@gmail.com, moch.syahri.fs@um.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-03-13 Revised: 2024-04-17 Published: 2024-05-01 Keywords: <i>Writing Style;</i> <i>News Text;</i> <i>Mass Media;</i> <i>Online.</i>	<p>The ease and speed of technology offered by online media has made everyone dependent on it. Even when looking for news, these two generations utilize online media. Therefore, it takes foresight to find mass media that has high credibility. One of the mass media that has high credibility is IDN Times. Its target is the millennial and Z generation, so the words' choice is familier among both generations and frequently using viral terms of words. This research aims to examine the writing style of news text structure in IDN Times online media. This research used a qualitative approach with descriptive research. The data collected by documentation techniques; this research used documentation techniques. The research data was collected from online news in the Hype section of IDN Times in August 2023, totaling 68 news articles. The data to be analyzed is classified based on the title, headline, and body of the news. The results show that the headline is dominated by a representative writing style with a total of 66 data. In the terrace section, the most use of terraces or summary leads with a total of 49 data. Meanwhile, the body of the news was dominated by the inverted pyramid pattern with a total of 51 data. This shows that the writing style used by IDN Times online mass media, especially in the Hype rubric, has a match between the title and the content presented, online media readers who do not have leisure time to read the long news also get benefit from the writing style of the summary terrace and the writing style of the news body that uses the inverted pyramid pattern.</p>
Artikel Info Sejarah Artikel Diterima: 2024-03-13 Direvisi: 2024-04-17 Dipublikasi: 2024-05-01 Kata kunci: <i>Gaya Penulisan;</i> <i>Teks Berita;</i> <i>Media Massa;</i> <i>Daring.</i>	Abstrak <p>Kemudahan dan kecepatan teknologi yang ditawarkan media daring membuat semua orang ketergantungan. Terlebih bagi generasi milenial dan Gen Z yang selalu memanfaatkan media daring dalam kesehariannya. Bahkan ketika mencari sebuah berita, dua generasi ini memanfaatkan media daring. Maka dari itu, diperlukan kejelian untuk mencari media massa yang memiliki kredibilitas tinggi. Salah satu media massa yang memiliki kredibilitas tinggi adalah IDN Times. Media ini menysasar generasi milenial dan Gen Z, sehingga media ini memilih kata-kata yang familier bagi kedua generasi tersebut dan tak jarang menggunakan kata yang sedang viral. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji gaya penulisan struktur teks berita di media daring IDN Times. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam mengumpulkan data penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Data penelitian dikumpulkan dari berita daring dalam rubrik Hype IDN Times bulan Agustus 2023, sebanyak 68 berita. Data yang akan dianalisis diklasifikasi berdasarkan judul, teras, dan tubuh berita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada bagian judul berita didominasi gaya penulisan representatif dengan total 66 data. Pada bagian teras paling banyak menggunakan teras atau <i>lead</i> ringkasan dengan total 49 data. Sedangkan pada bagian tubuh berita didominasi oleh pola piramida terbalik dengan total 51 data. Hal ini menunjukkan bahwa gaya penulisan yang digunakan media massa daring IDN Times, khususnya pada bagian rubrik Hype memiliki kesesuaian antara judul dan isi yang disajikan, pembaca media daring yang tidak memiliki waktu lama juga diuntungkan dengan gaya penulisan teras ringkasan dan gaya penulisan tubuh berita yang menggunakan pola piramida terbalik.</p>

I. PENDAHULUAN

Media massa di masa digitalisasi ini membawa perubahan dalam segala aspek. Dahulu orang-orang mengenal media massa dalam bentuk cetak dan elektronik atau dikenal dengan media konvensional. Media massa merupakan media paling efektif untuk mengumpulkan dan meng-

gabungkan opini seluruh lapisan masyarakat. Komunikasi massa pada dasarnya adalah ruang publik, karena memberikan akses mudah kepada khalayak sebagai sarana pengetahuan untuk melacak semua kejadian lokal dan global. Seiring pesatnya kemajuan teknologi media massa terus berinovasi agar tetap eksis menyebarkan

informasi kepada khalayak. Hingga pada akhirnya masyarakat mengenal media massa yang berbasis digital.

Pada tahun 2022 juga terdapat survei yang dilakukan oleh Reuters Institute yang berkolaborasi dengan Oxford University mengenai pola konsumsi berita dan pasar digital di seluruh dunia dalam *Digital News Report 2022* dengan melibatkan 93.000 responden di 46 negara. Hasilnya menunjukkan bahwa di negara Indonesia, 88% masyarakat Indonesia menjadikan media daring sebagai sumber berita utama. Media daring adalah salah satu produk jurnalisme daring atau *cyberjournalism*, yang dimaknai sebagai “pelaporan fakta atau kejadian yang dikerjakan dan dipublikasi melalui internet” (Romli, 2018: 34). Keunggulannya yakni pengguna dapat menjadikan media daring sebagai dokumen yang dapat disimpan, bahkan dapat dibaca kapan pun dan dimanapun. Berbeda dengan media cetak, khalayak dapat membaca isi beritanya dengan membeli media cetak tersebut.

Produk jurnalistik yang paling banyak dikenal adalah berita. Dalam menulis berita tentunya setiap media memiliki gaya selingkungnya masing-masing yang berpedoman dengan UU Pers dan kode etik jurnalistik. Perbedaan karakter pembaca pada media massa konvensional dan daring juga berpengaruh terhadap gaya penulisan berita. Kusumaningrat (2016) menjelaskan bahwa berita yang ditulis di media cetak memiliki kekhasan penulisan yang jelas lengkap dan terperinci, sedangkan media daring berciri khas cepat, *up to date* dan *continuous*.

IDN Times merupakan salah satu media daring yang populer. Media ini menyasar generasi milenial dan Gen Z sebagai audiens, sehingga media ini menampilkan lebih banyak berita dan artikel yang relevan dengan pembacanya. Menurut studi *Global Research Institute GFK* dan *Indonesian Digital Association*, tingkat penggunaan berita daring mencapai 96% di lima kota besar Indonesia pada tahun 2019, sedangkan TV hanya 91%. Dari 11 kategori berita yang diteliti tersebut, konten hiburan paling banyak dibaca khalayak sebesar 73%, disusul dengan isu sosial sebesar 70%. Dari hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa minat pembaca bervariasi yang tercermin dari klasifikasi konten terhadap profil pembaca, yang mana kaum muda lebih menggemari konten ringan seperti konten hiburan. Sedangkan pembaca dewasa dan mapan menggemari konten yang serius, seperti politik, isu sosial, dan agama.

Sehingga penelitian ini memfokuskan teks berita pada rubrik Hype IDN Times.

Tidak hanya menerbitkan teks berita dari para jurnalis, IDN Times juga menaungi dan menggerakkan komunitas penulis yang telah dibentuk sejak tahun 2016. *Community Writer* atau yang disebut dengan komunitas penulis terdiri dari beragam latar belakang, daerah, jenis kelamin, dan usia. Setiap anggota *Community Writer* berhak menulis artikel di portal idntimes.com (Shandy, dkk., 2020: 74-75). Berangkat dari hal tersebut, penelitian terkait gaya penulisan teks berita daring dalam rubrik Hype IDN Times perlu dilakukan. Penelitian ini penting dilakukan bertujuan untuk mengetahui gaya penulisan teks berita dalam media daring.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Sugiyono (2020: 213) mengatakan bahwa metode kualitatif adalah penelitian yang secara filosofis menelaah kondisi ilmiah (eksperimen). Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian secara gamblang dalam latar linguistik, seperti kata, frasa, klausa, dan kalimat. Berdasarkan metode penelitian yang ditetapkan, jenis penelitian dalam artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif ini cocok untuk tujuan penelitian yang mendeskripsikan dan menjelaskan gaya penulisan berita di media massa daring.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Sugiyono (2020: 240) memaparkan bahwa teknik dokumentasi merupakan suatu metode untuk mendapatkan data dan informasi seperti buku, arsip, dokumen, angka dan gambar tertulis dalam bentuk laporan dan informasi yang mendukung penelitian yang dilakukan. Data penelitian dikumpulkan dari berita daring dalam rubrik Hype IDN Times bulan Agustus 2023, sebanyak 68 berita. Sumber data penelitian ini diambil dari naskah berita atau tajuk rencana situs resmi media massa daring IDN Times. Prosedur pengumpulan data penelitian ini, yaitu (1) menentukan edisi terbitan teks berita dalam situs resmi IDN Times, (2) memilih dan memilah teks berita yang sesuai dengan data yang dibutuhkan, (3) membaca dengan cermat teks berita di situs resmi media daring IDN Times dalam rubrik Hype, (4) menandai data sesuai dengan fokus penelitian, yaitu judul, teras, dan tubuh berita, (5) merekam data ke dalam tabel analisis data berdasarkan judul, teras, dan tubuh berita, dan (6) memberikan kode.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Judul berita menjadi poin utama untuk menggaet minat baca khalayak. Pada hakikatnya, judul berita mencerminkan inti berita yang disampaikan. Ditemukan 8 gaya penulisan judul berita di media daring IDN Times. Gaya penulisan judul tersebut meliputi (1) provokatif, (2) singkat dan padat, (3) relevan, (4) fungsional, (5) formal, (6) representatif, (7) merujuk pada bahasa baku, dan (8) spesifik. *Pertama*, terdapat 12 data penulisan judul dengan gaya provokatif, salah satunya sebagai berikut; Wow, dr. Richard Lee Pecahkan Rekor Omset Penjualan Tembus Rp8 Miliar. Data tersebut menunjukkan dengan jelas bahwa data tersebut termasuk dalam gaya penulisan provokatif. Hal ini dapat diamati dari pemilihan kata "Wow" yang dilanjutkan dengan kalimat, "dr. Richard Lee Pecahkan Rekor" yang membuat pembaca penasaran dan ingin membaca isi beritanya. Bahkan bagi pembaca yang memiliki sebuah usaha ataupun sedang merintis usaha, berita yang demikian akan terus diburu untuk sekedar menemukan cara atau upaya seseorang dalam memperoleh omzet sebanyak itu.

Kedua, gaya penulisan singkat dan padat dalam judul berita ini dimaksudkan pembaca dapat menangkap inti yang akan disampaikan dalam berita. Berkaitan dengan pemaparan tersebut, ditemukan 2 data dengan gaya penulisan judul berita singkat dan padat pada rubrik Hype IDN Times, salah satunya adalah berikut; Valencia Tanoesoedibjo Dikabarkan Hamil, Pengumuman Lewat Threads? Pada data tersebut tampak memenuhi kriteria gaya penulisan singkat dan padat, yakni kalimat tersusun dari 7 kata. Pemilihan kata juga tidak bertele-tele dan lugas sesuai inti berita yang ingin disampaikan, yang mana mengabarkan bahwa Valencia hamil dan diumumkan lewat media sosial Threads.

Ketiga, gaya penulisan relevan dalam judul berita bermakna tidak menyimpang dari teras berita atau tidak keluar dari pesan terpenting yang disajikan. Berdasarkan penelitian, ditemukan 38 data gaya penulisan relevan, satu di antaranya sebagai berikut; Berkat JKT48, Shopee Live Erigo Raup Rp5 Miliar Kurang Dari 10 Menit! Data tersebut menunjukkan gaya penulisan judul relevan, karena sesuai dengan apa yang disampaikan pada teras berita. Data tersebut sesuai dengan isi berita yang disampaikan dan tidak keluar

dari konteks atau pesan terpentingnya. Pada teras berita disampaikan bahwa Erigo berhasil mendapat omset Rp5 miliar dalam kurun waktu kurang dari 10 menit lewat Shopee Live yang diramaikan oleh JKT 48. Hal ini tentunya sesuai dengan judul berita yang dibuktikan dengan kalimat "Shopee Live Erigo Raup Rp5 Miliar".

Keempat, gaya penulisan judul yang fungsional, yakni menggunakan kata tegas, lugas, dan juga sesuai fungsi informasi. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan 43 data yang menggunakan gaya penulisan fungsional dalam judul berita, satu di antaranya tampak sebagai berikut; Super Meriah! Keseruan Pesta Rakyat IM3 Bersama Collabonation x JKT48. Data tersebut termasuk dalam gaya penulisan fungsional karena pemilihan kata pada data tersebut dapat berdiri sendiri tanpa bantuan konjungsi. Kalimat tersusun rapi dan mudah dimengerti. Penulis mengikuti perkembangan istilah, terlihat pada kalimat "Collabonation x JKT48", yang dimaksud sebagai tanda kolaborasi antara komunitas Collabonation dengan idol group JKT48. Jika penulis kurang jeli, kemungkinan akan mengganti "x" menjadi konjungsi "dan" atau "serta".

Kelima, gaya penulisan formal dalam judul dimaknai sebagai bahasa resmi yang tidak mendayu, meliuk, dan tentunya tidak ambigu. Ditemukan 44 data dari hasil analisis judul dengan gaya penulisan formal dalam rubrik Hype IDN Times, satu di antaranya sebagai berikut; Alasan Indonesia Terpilih Kolaborasi Grow TwoGether 2023 Bersama Korea. Data tersebut tampak jelas menggunakan gaya penulisan formal. Bahasa yang digunakan pada kalimat di atas resmi, tegas, dan tidak ambigu. Terlihat tidak adanya kemubaziran kata pada data tersebut. Hal ini tampak pada kalimat "Terpilih Kolaborasi Grow TwoGether 2023 Bersama Korea".

Keenam, gaya penulisan judul representatif yang mewakili teras berita dan mencerminkan isi berita. Ditemukan 66 data yang menggunakan gaya penulisan representatif pada judul di rubrik Hype IDN Times, satu di antaranya sebagai berikut; Update Kondisi Lady Nayoan dan Rendy Kjaernett Usai Kecelakaan di Tol. Data tersebut menunjukkan gaya penulisan representatif karena data tersebut mewakili teras berita dan mencerminkan isi berita, terlihat dari kalimat "Update Kondisi Lady Nayoan dan Rendy Kjaernett Usai Kecelakaan". Pada teras berita

ditunjukkan dengan pemaparan inti berita mengenai peristiwa kecelakaan yang melibatkan Lady Nayoan dan Rendy Kjaernett. Dijelaskan juga mengenai waktu dan tempat kejadian serta paparan singkat kondisi mereka. Kemudian pemaparan lebih lengkapnya terdapat pada isi berita, yaitu kondisi terbaru Rendy Kjaernett yang mengalami luka ringan, Lady Nayoan mengalami cedera, diakhiri informasi Lady dan Rendy yang masih dirawat di Rumah Sakit. Pada data tersebut juga terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas dengan penanda kata "kecelakaan", dan variabel terikat dengan penanda "kondisi Lady Nayoan dan Rendy Kjaernett".

Ketujuh, gaya penulisan judul yang merujuk pada bahasa baku ini bermaksud tidak menyimpang dari kaidah makna dan memperhatikan etika berbahasa. Pada analisis judul berita di rubrik Hype IDN Times, ditemukan 49 data yang merujuk pada bahasa baku, satu di antaranya sebagai berikut; Tergilir Omzet Besar, Sarwendah Ikut Jejak Suami Jualan di Shopee Live. Data tersebut memperlihatkan bahwa terdapat penggunaan gaya penulisan yang merujuk pada bahasa baku. Bahasa baku pada data tersebut terdapat pada kata "omzet". Hal ini disebabkan pada kata tersebut merupakan kata yang sesuai dengan kaidah makna. Seperti halnya pada data tersebut sering ditemukan masih banyak kesalahan penulisan omzet menjadi omset. Maka dari itu, pengetahuan dan kejelian penulis sangat dibutuhkan dalam hal ini.

Kedelapan, gaya penulisan spesifik pada judul berita bermakna jelas dan tidak menimbulkan interpretasi berbeda. Ditemukan 32 data yang menggunakan gaya penulisan spesifik dalam judul, satu di antaranya sebagai berikut; Jualan di Shopee Live, Brand Eiger Pecah Rekor Omset 16 Kali Lipat! Data tersebut merupakan gaya penulisan yang spesifik karena penulis memberikan keterangan nama e-commerce/platform/fitur sebagai lapak berjualan. Penulisan yang spesifik sangat diperlukan dalam penulisan judul agar tidak menimbulkan pemahaman yang beragam, misalnya saja pada data tersebut penulis mengganti keterangan "di Shopee Live" menjadi "platform streaming di aplikasi oren". Pastinya pembaca akan kebingungan saat membaca judul tersebut dan perlu beberapa waktu untuk mencerna kalimat tersebut.

Teras berita merupakan bagian inti berita yang berisi fakta terpenting dari seluruh berita yang disampaikan. Teras berita umumnya sebagian atau seluruhnya berisi unsur berita 5W+1H atau ADIKSIMBA. Dalam penulisan teras berita, terdapat ragam gaya yang digunakan untuk menulis teras atau *lead*, yaitu (1) *lead* ringkasan, (2) *lead* bercerita, (3) *lead* deskriptif, (4) *lead* kutipan, (5) *lead* bertanya, (6) *lead* menuding langsung, (7) *lead* menggoda, (8) *lead* nyentrik, dan (9) *lead* kombinasi. Gaya penulisan teras berita tersebut dipaparkan sebagai berikut.

Pertama, *lead* ringkasan memudahkan pembaca dan digemari jurnalis karena berisi inti cerita dari keseluruhan berita yang disampaikan. Pada analisis *lead* berita di rubrik Hype IDN Times, ditemukan 49 data yang menggunakan gaya penulisan *lead* ringkasan, satu di antaranya sebagai berikut; Rendy Kjaernett dan sang istri, Lady Nayoan, mengalami kecelakaan di Tol Cikampek KM 6 pada Senin (31/7/2023). Masih pemulihan, Rendy hadir di Pengadilan Negeri Bekasi pada Rabu (2/8/2023) untuk sidang cerainya. Dalam kesempatan tersebut, aktor FTV ini juga menceritakan kronologi kecelakaan tersebut. Ia juga mengabarkan kondisi terkini Lady yang masih dalam tahap pemulihan. Pada data tersebut jelas terlihat bahwa penulisan *lead* menggunakan gaya penulisan ringkasan. Pembaca dengan cepat mengetahui apa yang ingin disampaikan dalam berita tersebut. Data memperlihatkan bahwa siapa yang mengalami kecelakaan, dimana lokasi kejadian, lengkap beserta hari dan tanggal kejadian. Selain itu, dipaparkan pula bagaimana kondisi setelah kejadian. Hal ini sesuai dengan pernyataan Grenander (2020: 2) yang mengatakan bahwa kalimat utama sering kali menjadi dasar yang kuat untuk meringkas berita.

Kedua, gaya penulisan *lead* bercerita yang menciptakan suasana dan membiarkan pembaca seolah menjadi tokoh utamanya. Dari hasil analisis, tidak ditemukan gaya penulisan *lead* bercerita dalam rubrik Hype IDN Times. Seperti yang dikatakan Mohamad (2017: 24) tidak semua penulisan *lead* berita cocok menggunakan *lead* bercerita. Memaksa menggunakan gaya penulisan ini dapat menghasilkan *lead* yang tidak wajar dan merusak penyampaian berita.

Ketiga, berbeda dengan gaya penulisan *lead* bercerita, *lead* deskriptif membuat pembaca

dapat merasakan peristiwa yang diceritakan atau dilukiskan. Berdasarkan hal tersebut, ditemukan 6 data, satu di antaranya yaitu sebagai berikut; Memang benar popularitas yang telah dibangun dari waktu yang lama turut mendorong antusiasme para fans atas karya yang mereka buat. Kini kabar meriah datang lagi dari sosok artis muda yaitu Fuji Utami. Belakangan namanya semakin naik daun sebagai seorang konten kreator yang sering kali membuat konten-konten kesehariannya saat menghabiskan waktu bersama keluarga, keponakan, teman-teman, hingga video rutinitasnya saat bekerja. Data tersebut menunjukkan penggunaan *lead* deskriptif yang diawali dengan pengantar popularitas seseorang yang berpengaruh terhadap penggemarnya. Selanjutnya penulis menyebut nama artis yang akan dibahas dalam berita. Penulis terlihat mendeskripsikan kegiatan apa saja yang dilakukan artis tersebut sehingga membuat nama dan kariernya melejit. Hal tersebut terlihat pada kalimat "belakangan namanya semakin naik daun sebagai seorang konten kreator yang sering kali membuat konten-konten kesehariannya saat menghabiskan waktu bersama keluarga, keponakan, teman-teman, hingga video rutinitasnya saat bekerja". Dari beberapa data yang ditemukan, *lead* deskriptif tidak hanya memberikan gambaran terhadap suatu objek saja, melainkan juga memberikan paparan atas kondisi atau situasi yang terjadi. Dalam hal ini penulisan *lead* deskriptif dapat dikembangkan dengan menambah informasi secara rinci terkait apa yang dideskripsikan.

Keempat, gaya penulisan *lead* kutipan berisi ujaran langsung narasumber yang bernilai penting. Ditemukan 2 data dengan gaya penulisan *lead* kutipan pada rubrik Hype IDN Times sebagai berikut; "Aku ingin menjelaskan bahwa aku dan kakakku baik-baik saja, masih hidup, tapi aku sangat patah hati, bahkan kesulitan untuk menyampaikan hal yang benar. Ini adalah 24 jam yang sangat traumatis. Sepanjang hari kemarin, aku dibombardir dengan telepon sedih dan bikin nangis tanpa henti dari orang-orang terkasih satu per satu sambil mencoba membereskan kekacauan ini," katanya dalam pernyataan keluarga kepada TMZ pada Kamis (10/8/2023). Data tersebut menunjukkan dengan jelas penggunaan *lead* kutipan yang ditandai dengan kalimat langsung dengan tanda petik dua ("...") sebagai penandanya. Kutipan tegas

tersebut diucapkan oleh seorang rapper remaja, Lil Tay. Pada data tersebut tampak penulis menyuguhkan inti berita dalam *lead* hanya dengan ujaran penuh dari sosok rapper tersebut. Terlihat pada data, tidak harus menampilkan sepotong ujaran saja untuk menggaet pembaca, pemaparan yang detail melalui kutipan juga digemari pembaca yang tidak memiliki waktu luang, terlebih lagi generasi milenial dan Gen Z.

Kelima, *lead* bertanya yang berisikan pertanyaan untuk diajukan kepada pembaca. Ditemukan 5 data yang menggunakan gaya penulisan *lead* bertanya, gaya penulisan tersebut satu di antaranya tampak pada data berikut; Baru-baru ini terungkap alasan Bio One berperan di Film Sleep Call. Kira-kira, apa alasannya, ya? Data tersebut sudah tampak menggunakan *lead* bertanya karena kalimatnya berisi pengajuan pertanyaan kepada pembaca. Selain itu, data tersebut dilengkapi dengan tanda tanya (?) di akhir kalimat. Data tersebut memperlihatkan bagaimana jurnalis memancing khalayak untuk membaca inti berita. Khalayak dibuat bertanya-tanya dan penasaran, terlebih lagi jika sosok tersebut terkenal atau idola pembaca. Ada beberapa kemungkinan tipe pembaca jika disuguhkan dengan kalimat pertanyaan semacam itu, yakni menebak dengan ragu, mengandalkan pengetahuan sebelumnya, bias konfirmasi atau cocoklogi, bahkan ada pula tipe pembaca yang tidak ingin dibuat pusing sehingga tanpa berpikir panjang langsung membaca keseluruhan berita.

Keenam, *lead* menuding langsung yang digunakan jurnalis sebagai bentuk keakraban. Dari hasil analisis, tidak ditemukan data yang menggunakan gaya penulisan *lead* menuding langsung. Hal ini dikarenakan tidak semua *lead* cocok menggunakan *lead* menuding langsung, seperti yang dikatakan Mohamad (2017: 28) bahwa dalam membuat *lead* menuding langsung memerlukan imajinasi yang kuat, sebab dapat berbahaya karena terkesan kedengaran sok dan amatir.

Ketujuh, *lead* menggoda yang memperlihatkan potongan fakta untuk memancing pembaca. Ditemukan 4 data *lead* dengan gaya penulisan menggoda dalam rubrik Hype IDN Times, satu di antaranya sebagai berikut; Tur dunia Taylor Swift bertajuk "The Era's Tour" masih jadi perbincangan hingga saat ini. Bagaimana tidak? fans sekaligus sang musisi tidak jarang membuat heboh netizen di kala

tur yang tengah berjalan. Setelah netizen dibuat riuh akibat gempa Seattle yang disebabkan oleh konsernya, kini sang musisi kembali jadi sorotan akibat sifat dermawannya. Taylor Swift dikabarkan memberikan bonus sampai ratusan miliar kepada staf yang membantunya selama tur berjalan. Pada data tersebut termasuk menggunakan *lead* menggoda terlihat dari beberapa kalimat dalam data tersebut. Penulis memamerkan potongan fakta kepada pembaca yang mengatakan "Tur dunia Taylor Swift bertajuk "The Era's Tour" masih jadi perbincangan hingga saat ini". Kalimat pada *lead* diakhiri dengan fakta bahwa "Taylor Swift dikabarkan memberikan bonus sampai ratusan miliar kepada staf yang membantunya selama tur berjalan". Pemilihan kalimat "bonus sampai ratusan miliar" membuat pembaca terduga dan mungkin akan berasosiasi dengan dugaannya mengenai "The Era's Tour" sebelumnya.

Kedelapan, *lead* nyentrik ditandai dengan permainan kata-kata. Pada analisis *lead* berita di rubrik Hype IDN Times, tidak ditemukan adanya penggunaan *lead* nyentrik. Mohamad (2017: 30) memaparkan bahwa *lead* ini memang paling ekstrem diantara *lead* lainnya. Nada *lead* ini sulit dijaga hingga akhir cerita. Beberapa media massa enggan memakai *lead* ini, karena berbahaya jika jurnalis salah memainkan kata-kata. Apabila digunakan berulang, *lead* ini juga akan kehilangan kekuatannya dan terkesan norak.

Kesembilan, *lead* kombinasi yang menggabungkan atau mengombinasikan dua atau tiga jenis gaya penulisan *lead*. Dari hasil analisis, ditemukan 2 data yang menggunakan *lead* kombinasi, satu di antaranya dipaparkan sebagai berikut; Baru-baru ini publik kembali dihebohkan dengan beredarnya unggahan video di sosial media Nikita Mirzani @nikitamirzanimawardi_172 tampak ia menangis dan berurai air mata. Pada video tersebut, Nikita menyampaikan penyesalan dan perkataan maaf sedalam-dalamnya atas apa yang telah terjadi dengan caption nya pun menuliskan "Maafin gue, sedalam-dalamnya gue minta maaf, gue bener-bener nyesel". Pada data tersebut menggunakan *lead* kombinasi, yakni *lead* menggoda dan *lead* kutipan. *Lead* menggoda tampak pada kalimat pertama yang mengatakan, "Baru-baru ini publik kembali dihebohkan dengan beredarnya unggahan video di sosial media Nikita Mirzani @nikitamirzanimawardi_172 tampak

ia menangis dan berurai air mata". Khalayak disuguhkan dengan potongan fakta yang diambil dari media sosial Nikita. Narasi tersebut juga mampu membuat pembaca penasaran dengan kondisi sang artis. Sedangkan *lead* kutipan terlihat jelas dengan penanda tanda petik dua ("...") pada kalimat selanjutnya, "Maafin gue, sedalam-dalamnya gue minta maaf, gue bener-bener nyesel".

Selanjutnya penelitian ini membahas gaya penulisan tubuh berita. Tubuh berita memuat informasi rinci yang bermaksud memperjelas fakta-fakta yang telah disampaikan sebelumnya. Gaya penulisan tubuh berita tersebut meliputi (1) pola piramida terbalik/segitiga terbalik, (2) pola piramida atau segitiga tegak, (3) pola segi empat panjang, dan (4) pola jurnalisme baru non-konvensional. *Pertama*, gaya penulisan pola piramida terbalik disusun dari informasi yang sangat penting menuju informasi yang kurang atau tidak penting. Ditemukan 51 data yang menggunakan pola piramida terbalik, satu di antaranya sebagai berikut; Pada acara podcast bersama Ashanty, Rina Nose menyebut gak mutlak ingin childfree. "Gak, bukan mutlak childfree. Bukan mutlak, itu kan pemikiran. Pemikiran kita saat ini untuk tidak ada anak, tapi kalau misalnya besok lusa bisa berubah pikirannya, tiba-tiba merindukan sosok anak bisa jadi, tapi kita berjalan aja," tutur Rina.

Selain soal childfree, Rina Nose juga pernah disebut mandul oleh netizen... Data tersebut diklasifikasikan pada pola piramida terbalik, karena tubuh berita tersebut diawali dengan pernyataan terpenting, yakni berupa inti berita yang telah disinggung dalam judul dan teras berita. Pada bagian awal tubuh berita disajikan pernyataan dari Rina Nose mengenai childfree. Namun pada bagian akhir pemberitaan terlihat hanya sebagai informasi pendukung saja, yang mana masyarakat berasumsi atau menduga bahwa Rina tidak suka anak kecil bahkan mandul. Dugaan tersebut langsung terjawab pada bagian awal pemberitaan, sehingga tidak butuh waktu lama untuk mengetahui inti pemberitaan.

Kedua, berkebalikan dengan pola piramida terbalik, pola piramida atau segitiga tegak ini disusun berdasarkan informasi yang kurang penting hingga menuju informasi yang sangat penting. Ditemukan 5 data yang menggunakan gaya penulisan pola piramida, gaya penulisan tersebut satu di antaranya tampak pada data berikut; Setelah kontroversinya memanas,

akun Instagram resmi Oklin Fia dengan username @oklinfia menghilang. Tak beberapa lama kemudian, muncul akun Instagram lain dengan nama @oklinfia69 yang sempat memicu amarah publik lewat unggahannya.

Rizky Billar yang namanya ikut terseret pun langsung buka suara. Dengan tegas, Rizky Billar membantah tuduhan pesan tersebut hingga menunjukkan isi DM yang nyatanya kosong. "Entah lu fake account atau pemilik akun sebenarnya.. Yang pasti gw dan tim akan proses (hukum)," tulis Rizky Billar dalam Story Instagram pribadinya pada Jumat (11/8/2023)... Kesimpulan atau inti berita pada data tersebut terdapat pada bagian akhir, sehingga data ini termasuk dalam penggunaan gaya penulisan piramida. Berita ini mengaitkan antara kontroversi yang dibuat oleh Oklin Fia dan kisruh rumah tangga Rizky Billar. Sebagai pembaca, ketika disuguhkan dengan judul dan teras yang menarik akan berusaha membaca beritanya hingga menemukan jawaban atas pemberitaan. Gaya penulisan ini memang mengharuskan pembaca untuk membaca berita hingga akhir, karena inti berita terletak pada bagian akhir.

Ketiga, pola segi empat panjang yang mana informasi disusun seimbang atau sama pentingnya dalam tiap bagian, baik anekdot, *human interest* maupun inti disajikan secara seimbang. Ditemukan 5 data yang menggunakan pola segi empat panjang pada tubuh berita rubrik Hype IDN Times, satu di antaranya dipaparkan sebagai berikut; Badai henggang dari Kerispatih pada 2016. Di tahun yang sama, ia mengajukan Perjanjian Penggunaan Lagu kepada Kerispatih. Namun, perjanjian itu gagal disepakati.

Kemudian pada Juli 2022, Badai dan Kerispatih mendapat kesepakatan. Meski sudah sepakat, Badai menyebut band Kerispatih lalai memenuhi kewajibannya. Oleh karena kecewaannya itu, Badai dengan tegas mengumumkan mencabut izinnya kepada Kerispatih, untuk membawakan lagu ciptaannya. Badai juga ikut menandai beberapa EO serta label rekaman,... Data tersebut termasuk dalam gaya penulisan segi empat panjang, karena tulisan yang disajikan memiliki nilai kepentingan yang sama. Hal ini seperti yang dikatakan Suprayetno & Riynaldiy (2020: 53) bahwa pola ini terdiri dari bagian yang sama. Sesuai dengan judul yang diambil pada data tersebut yakni

"kronologi", maka pada tubuh berita memaparkan dengan lengkap informasinya. Terlihat dengan rinci semua dijelaskan dari awal hingga akhir pemberitaan. Gaya penulisan segi empat panjang seperti yang terlihat pada data tersebut juga tidak lepas dari kutipan langsung dan tidak langsung.

Keempat, pola jurnalisme baru non-konvensional disusun dengan penyajian informasi yang kreatif. Penyajiannya tidak hanya berupa news saja, namun juga *human interest* dan pelaporan-pelaporan khusus, misalnya hal unik dibalik berita, hasil penyelidikan/pengamatan, data, dan hasil wawancara bersama tokoh yang bersangkutan. Ditemukan 7 data yang menggunakan pola jurnalisme baru non-konvensional, satu di antaranya sebagai berikut; Fitur unggul Shopee Live terbukti berhasil menarik lebih banyak pengguna. Mengutip dari riset Populix pada Mei 2023 berjudul "Understanding Live Streaming Shopping Ecosystem in Indonesia", 69% responden memilih Shopee Live sebagai fitur live streaming yang paling sering digunakan atau Brand Used Most Often (BUMO), melampaui pesaingnya TikTok Live di angka 25%... Data tersebut menggunakan gaya penulisan dengan pola jurnalisme baru non-konvensional, dibuktikan dengan pemaparan hasil riset dari Populix mengenai fitur live streaming Shopee Live. Gaya penulisan pola jurnalisme baru non-konvensional tidak hanya menyampaikan informasi perihal yang diberitakan saja, namun juga memberikan informasi-informasi tambahan yang dianggap baru dan layak diketahui oleh khalayak. Pemberitaan dengan menerapkan gaya penulisan ini sangat dibutuhkan pembaca yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

B. Pembahasan

Pertama, gaya penulisan judul berita. Berdasarkan data yang telah ditemukan, terdapat kecondongan gaya penulisan representatif yang paling banyak digunakan dalam judul berita di media massa daring IDN Times. Sedangkan dari beberapa penelitian, banyak ditemukan media yang tidak menerapkan judul representatif, namun IDN Times mampu menunjukkan kesesuaian antara judul dan isinya. Seperti dalam penelitian Gu, dkk. yang ditemukan banyaknya ketidaksesuaian antara judul dan isi berita, sehingga penelitian dilakukan untuk dapat mempelajari masalah media massa dalam menghasilkan judul yang representatif. Gu,

dkk. (2020: 1) juga menegaskan bahwa judul bertujuan untuk menangkap informasi yang dibagikan dalam sebuah artikel berita yang dikemas secara pendek. Romli (2018) menegaskan bahwa judul berita memang sebaiknya ditulis secara ringkas namun dapat menggambarkan isi berita. Selain itu, pembaca terhindar dari kekecewaan saat membaca berita yang tidak sesuai dengan judul atau "clickbait" yang bertujuan untuk mencari sensasi pembaca dengan mengorbankan kualitas dan akurasi berita yang disajikan. Barus (2010) menjelaskan bahwa secara umum judul-judul yang melanggar kode etik wartawan dan jurnalistik, bahkan melukai perasaan orang lain, sering kali tidak didukung oleh penyajian konten yang akurat dan bertanggung jawab. Sejalan dengan hal tersebut, pada penelitian yang dilakukan oleh Anindya (2015: 293) ditemukan beberapa judul yang representatif dengan tetap mempertahankan pemilihan kata yang dapat menarik minat pembaca. Namun, tidak jarang ditemukan juga judul yang sarat sensasionalisme. Sehingga perlu kehati-hatian dalam melihat judul representatif yang menarik, karena terkadang informasi yang disampaikan dangkal.

Kedua, gaya penulisan *lead* berita. Dari keseluruhan berita yang telah dipaparkan pada gaya penulisan *lead* berita sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa *lead* berita di media massa daring IDN Times ditulis dengan beragam gaya penulisan dan didominasi oleh *lead* ringkasan. Baskoro (2010) memaparkan bahwa *lead* ringkasan disebut *lead* yang berisikan inti dari berita yang ditulis. Zhu, dkk. (2023: 1) juga menambahkan bahwa *lead* ringkasan pada teks berita bertujuan untuk memadatkan sebuah teks menjadi versi lebih pendek yang berisi informasi penting. Hal ini diperkuat dengan konvensi jurnalistik yang menegaskan bahwa informasi terpenting dalam sebuah laporan berita biasanya muncul di awal (*lead*). Terdapat beberapa ciri khas dalam menulis *lead* ringkasan, yaitu pertama, *lead* ringkasan langsung mengemukakan inti permasalahan yang disajikan atau dibahas, jadi *lead* ini lebih mengedepankan fakta yang harus segera disampaikan. Kedua, pada umumnya *lead* ini menyegerakan terjawabnya 5W+1H atau ADIKSIMBA. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Sumadiria (2017: 118-119), bahwa berita yang baik hendaknya ditulis menggunakan unsur-unsur tersebut, agar

lengkap, akurat, serta memenuhi standar teknis jurnalistik. Meski tidak seluruhnya terjawab dalam *lead*, namun sebagian besar telah tercantum pada bagian *lead*. Ketiga, bahasa yang digunakan dalam *lead* ringkasan sangat lugas dan tidak bertele-tele. Tentunya hal ini tidak akan menimbulkan berbagai penafsiran. Penulis media massa, utamanya media massa daring IDN Times banyak menggunakan *lead* ringkasan karena ingin menysasar generasi milenial dan Gen Z untuk terus mempertahankan budaya literasinya guna memperdalam wawasan mengenai informasi yang beredar saat ini.

Ketiga, gaya penulisan tubuh berita. Berdasarkan pemaparan dari keseluruhan data yang ditemukan, disimpulkan bahwa piramida terbalik menjadi gaya penulisan yang paling banyak digunakan IDN Times dalam menulis tubuh berita. Norambuena (2020: 1) memaparkan bahwa struktur ini telah menjadi dasar jurnalisme sejak akhir abad ke-19. Para peneliti menemukan bahwa struktur informasi piramida terbalik adalah ciri pemberitaan jurnalistik yang sebenarnya. Sebaliknya, berita palsu sering kali didasarkan pada pemberitaan berbasis opini dan bersifat ambigu secara struktural. Struktur ini muncul bukan hanya karena alasan ekonomi dan teknologi sebagaimana yang telah dikemukakan oleh para ahli lain, namun juga karena "kekuatan komunikatif" yang dimilikinya dalam menyampaikan informasi dengan cepat (Walters, 2017: 11). Oleh karena itu, menentukan seberapa baik sebuah berita dapat dilihat dari penggunaan piramida terbalik dalam memenuhi standar jurnalistik. Fakta peristiwa didasarkan pada derajat kepentingannya, sehingga akan diperoleh gambaran konstruksi berita berbentuk piramida terbalik dengan mengutamakan informasi penting, kemudian disusul dengan hal-hal yang derajat kepentingannya lebih rendah, demikian seterusnya hingga naskah berita berakhir pada hal yang tidak penting (Suhandang, 2021: 136). Singkatnya, Fadli, dkk. (2022: 83) mengatakan bahwa piramida terbalik menyampaikan informasi inti di awal paragraf dan diikuti informasi pendukung pada paragraf selanjutnya, sehingga dapat memudahkan pembaca untuk menangkap inti berita. Sejalan dengan pendapat Fadli, dkk. Halim (2019: 74) mengatakan bahwa gaya penulisan piramida terbalik cocok digunakan pada penulisan tubuh berita di media massa

daring. Selain menguntungkan bagi pembaca media massa daring, gaya penulisan piramida terbalik juga menguntungkan penulis. Muhtadi (2020: 125) menjelaskan bahwa dalam situasi mendesak, struktur ini dapat membantu para penulis *headline*. Penulis dapat merangkai *headline* dengan merujuk pada fakta-fakta yang disajikan pada paragraf pertama. Selain itu, dapat memudahkan jurnalis dalam pemotongan kalimat jika berita dirasa cukup padat atau terlalu panjang.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pemaparan data, temuan penelitian, dan pembahasan mengenai gaya penulisan teks berita daring dalam rubrik Hype IDN Times dapat disimpulkan bahwa gaya penulisan judul berita dalam rubrik Hype media daring IDN Times sangat bervariasi, terbukti dari pemilihan judul dengan menggunakan delapan gaya penulisan menurut Sumadiria. Dari delapan jenis ini, gaya penulisan yang paling banyak digunakan dalam rubrik Hype IDN Times adalah representatif. Selanjutnya, gaya penulisan *lead* berita dalam rubrik Hype IDN Times berpedoman pada teori yang dikemukakan oleh Mohamad yang menjelaskan sembilan jenis *lead*, namun pada rubrik Hype IDN Times tidak ditemukan tiga jenis *lead*, yaitu *lead* bercerita, *lead* menuding langsung, dan *lead* nyentrik. Dari keenam jenis *lead*, gaya penulisan *lead* ringkasan mendominasi dalam rubrik Hype IDN Times.

Kemudian gaya penulisan tubuh berita dalam rubrik Hype IDN Times beragam sesuai dengan teori yang dipaparkan lengkap oleh Suprayetno & Riynaldiy yang sejalan dengan pendapat Carl Warren dan Curtis D. MacDougall. IDN Times dalam rubrik Hype menggunakan keempat pola yang dipaparkan. Namun, gaya penulisan tubuh berita didominasi oleh penggunaan pola piramida terbalik. Pola ini dianggap paling cocok atau sesuai dengan pembaca media massa daring yang membutuhkan waktu singkat untuk membaca namun sudah memperoleh inti berita yang disajikan.

B. Saran

Penelitian ini dapat digunakan oleh para pendidik untuk mengajarkan bahasa Indonesia, khususnya pada materi teks berita di kelas dengan interaktif dengan memanfaatkan media daring dalam pembelajaran.

Selain itu, ekstrakurikuler jurnalistik di sekolah juga diperlukan untuk meningkatkan kemajuan dan keterampilan siswa yang memiliki minat di bidang tersebut. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengubah pandangan pembaca jika media massa terkesan kaku dalam menyampaikan informasinya.

DAFTAR RUJUKAN

- Anindya, Chiara. (2015). Pers, Kematian, dan Sensasionalisme: Media Event di Kompas.com dan Detik.com. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 17(3), 293. <https://doi.org/10.14203/jmb.v17i3.320>
- Barus, Sedia Willing. (2010). *Jurnalistik: Petunjuk Teknik Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga.
- Baskoro, L.R. (2010). *Jurnalisme Hukum Jurnalisme Tanpa Menghakimi*. Jakarta: Jurnalis Indonesia dan Lintang Pers.
- Fadli, dkk. (2022). Strategi Penyajian Berita Pada Portal Batampos.co.id. *Jurnal Purnama Berazam*, 3(2), 83. <https://doi.org/10.51742/ilkom.v3i2.569>
- Grenander, Matthew. (2020). *Learning to Balance Lead Bias in News Summarization*. Tesis diterbitkan. Montreal: Department of Computer Science McGill University, Canada.
- Gu, Xiaotao., dkk. (2020). Generating Representative Headlines for News Stories. *The Web Conference 2020*, April 20 - 24, 2020, Taipei, 1. <https://doi.org/10.1145/3366423.3380247>
- Halim, Syaiful. (2019). *Reportase: Panduan Praktis Reportase untuk Media Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada media group.
- Kusumaningrat, Hikmat & Purnama. (2016). *JURNALISTIK Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mohamad, Goenawan. (2017). *Seandainya Saya Wartawan Tempo: Proses Kerja Redaksi Tempo Menulis dan Menyusun Berita*. Jakarta: Tempo Publishing.
- Muhtadi, Asep Saeful. (2020). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Norambuena, K. B., dkk. (2020). Evaluating the Inverted Pyramid Structure through Automatic 5W1H Extraction and Summarization. *Computational Journalism C+J*, 1. <https://par.nsf.gov/biblio/10274096>
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Shandy, dkk. (2020). Komodifikasi Pekerja Lepas di Industri Media Online: Pemanfaatan Community Writers oleh Idntimes.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(1), 74-75. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3219>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. (2021). *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sumadiria, H. (2017). *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suprayetno, Edy & Riynaldiy, Ahmad. (2020). *Pendidikan Sanggar Bahasa dan Sastra: Konsep dan Pengembangan*. Medan: UMSU Press.
- Walters, Patrick. (2017). Beyond the inverted pyramid: Teaching the writing and all-formats coverage of planned and unplanned breaking news. *Teaching Journalism & Mass Communication*, 7(2), 11. <https://aejmc.us/spig/wp-content/uploads/sites/9/2017/11/tjmc-2017-7-2-walters.pdf>
- Zhu, Chenguang, dkk. (2023). *Make Lead Bias in Your Favor: A Simple and Effective Method for News Summarization*. ICLR 2020 Conference, 1. <https://doi.org/10.1145/3404835.3462846>