

BAB II

DIKSI DAN GAYA BAHASA OPINI DI MEDIA ONLINE

DALAM MENINGKONSTRUKSI WACANA KLARIFIKASI

A. Diksi dan Gaya Bahasa Opini di Media Online

Media, baik sebagai media konten maupun media distributor memerlukan persiapan dari perencanaan, manajemen, pelaksanaan, dan evaluasi terkait keseluruhan media tersebut meliputi desain, konten, metode agar menarik pembaca. Media konten adalah media yang menjadi alat menuangkan gagasan, ide, pendapat atau ideologi, sedangkan media distributor adalah media yang menyebarkan media konten itu sendiri. Contoh media konten adalah tulisan, video, gambar, musik, film, dan lainnya, sedangkan contoh media distributor antara lain sosial media, televisi, radio, surat kabar dan *website*.

Tulisan – sebagai salah satu media konten – memiliki pesan tertentu yang ingin disampaikan sebagai hasil dari pemikiran, pendapat, ide, dan gagasannya mengenai sesuatu hal. Tulisan jenis itulah yang dalam ilmu jurnalistik disebut opini. Proses penulisan opini menuntut seorang penulis memperhatikan penggunaan tata bahasanya.

Bahasa sebagai alat untuk menyampaikan pesan yang dituangkan dalam kata, kalimat maupun paragraf menentukan pesan yang berupa ide, pendapat atau gagasan itu dapat tersampaikan dengan baik. Bahasa bisa dikatakan sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk memaparkan, memberitahu, menulis, memahami dan mengerti (Rahyono, 2012: 2). Bahasa yang baik adalah mampu

mengungkapkan gagasan atau konsep dengan jelas, teratur, indah, sehingga enak didengar ataupun dibaca dan tidak menimbulkan salah paham. Kualitas ini kerap disampaikan dengan keberhasilan bahasa dalam komunikasi. Bahasa komunikator akan menentukan mudah dan tidaknya komunikan menerima dan mencerna gagasan dari sang komunikator (Haryono, 2001: 26).

Kata sebagai bagian dari bahasa verbal sangat dibutuhkan dalam berkomunikasi. Termasuk dalam komunikasi yang menggunakan media tulisan. Kata merupakan penyalur gagasan dan ide (Keraf, 2001: 21). Kehadiran kata pada sebuah kalimat tidak bisa lepas dari makna kata tersebut. Penulis memiliki maksud tertentu dalam merangkai kata-kata membentuk sebuah kalimat, dari kalimat tersebut membentuk wacana yang digunakan untuk menyampaikan ataupun untuk mendapatkan informasi. Rangkaian kata-kata yang bermakna, berdaya guna untuk mencapai tujuan komunikasi (Rahyono, 2010: 13).

Penulis memilih kata tertentu juga dipengaruhi oleh adanya maksud-maksud tertentu. Penulisan opini di media online juga sama, di balik tulisannya ada pesan yang terkandung melalui kata-kata yang dipilihnya untuk mewakilinya. Penulis yang kurang tepat memilih kata dalam menyampaikan gagasannya kepada pembaca, maka pembaca akan berbeda-beda dalam menafsirkan maksudnya. Semakin tepat kata maka semakin dekat titik persamaan yang dapat dicapai (Negara, 2011: 908). Pilihan kata atau yang disebut diksi harus dikuasai penulis agar bisa menggunakan kata secara tepat berdasarkan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) dan juga sesuai dengan kondisi pembaca.

Kata tanpa gaya, bagaikan tubuh tanpa nyawa, tidak hidup. Gaya bahasa untuk menyampaikan pesan melalui kata-kata yang dipilih juga harus diperhatikan. Termasuk juga media distributor yang digunakan, karena media masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan yang sebisa mungkin harus dimaksimalkan kelebihannya dan diminimalisir kekurangannya.

Diksi dan gaya bahasa sangat dibutuhkan pada bentuk tulisan argumentasi persuasif yaitu tulisan yang menyajikan suatu komposisi dengan sasaran utama mempengaruhi dan mengubah sikap maupun pendapat orang lain. Ciri khas tulisan argumentasi yang berusaha membuktikan suatu kebenaran hasil penalaran penulis (Keraf, 2001: 120). Pembuktian kebenaran disampaikan untuk mendapatkan kesepakatan dengan sifat persuasif yang dimiliki tulisan tersebut. Istilah-istilah tersebut akan dibahas lebih mendalam lagi satu per satu.

1. Diksi

Mengkaji diksi atau pilihan kata maka kata menjadi aktor utama dalam pembahasan. Kata merupakan penyalur gagasan dan ide (Keraf, 2001: 21), sehingga semakin banyak kata yang dikuasai, kesempatan untuk memainkan diksi pada komunikasi baik secara lisan dan tulisan. Secara umum, diksi digunakan untuk mengungkapkan dan menuangkan ide, gagasan dan pendapat yang berkaitan dengan ketepatan dan kesesuaian memilih kata sehingga dapat menghadirkan informasi yang tepat dari stimulus penulis dan respon pembaca.

Diksi juga mencakup persoalan fraseologi, gaya bahasa, dan ungkapan. Fraseologi merupakan persoalan kata-kata dalam pengelompokan atau susunannya, atau yang menyangkut cara-cara yang khusus berbentuk ungkapan-

ungkapan. Gaya bahasa sebagai bagian dari diksi bertalian dengan ungkapan-ungkapan yang individual atau karakteristik, atau yang memiliki nilai artistik yang tinggi (Keraf, 2001: 22). Ungkapan adalah konstruksi dari unsur-unsur yang saling memilih, masing-masing anggota mempunyai makna yang ada karena bersama yang lain. Ungkapan juga berhubungan dengan konstruksi yang maknanya tidak sama dengan gabungan makna anggota-anggotanya; serta bahasa dan dialek yang khas menandai suatu bangsa, suku atau kelompok (Kridalaksana, 2001: 80).

Kehadiran kata pada sebuah kalimat tidak bisa lepas dari makna kata tersebut. Penulis memiliki maksud tertentu dalam merangkai kata-kata membentuk sebuah kalimat, dari kalimat tersebut membentuk wacana yang digunakan untuk menyampaikan ataupun untuk mendapatkan informasi. Rangkaian kata-kata yang bermakna berdaya guna untuk mencapai tujuan Komunikasi (Rahyono, 2010: 13).

Sebuah kata memiliki tiga hal yang terkandung di dalamnya setelah terangkai, yaitu makna, maksud dan informasi. Semantik – bidang kajian atau cabang linguistik yang mengkaji arti bahasa atau arti linguistik secara ilmiah (Subroto, 2011: 1) – membahas istilah makna mengacu pada “makna” yang dihasilkan oleh kata-kata yang disampaikan dalam kalimat. Sedangkan maksud mengacu pada “makna” yang dimaksudkan oleh penulis, yakni segi subjektif penulis. Sementara, informasi mengacu pada apa yang ada di luar bahasa, yaitu perihal atau objek yang dibicarakan. Kata dipilih bukan tanpa alasan. Setiap kata

memiliki makna tersendiri. Pilihan kata yang digunakan akan sangat berpengaruh dalam pemaknaan kata yang tersusun dalam sebuah kalimat dan paragraf.

Hakikatnya masyarakat pemakai bahasa menggunakan diksi untuk menciptakan keefektifan kegiatan berbahasa, termasuk menulis. Diksi menjadi teknik yang tepat agar kalimat bisa menuangkan gagasan, pikiran dan keinginannya pada pembaca. Tujuannya agar tidak terjadi salah tafsir dalam penginterpretasian kata. Pemakaian kata yang tepat akan membantu seseorang dalam mengungkapkan dengan tepat pula tentang apa yang ingin disampaikan, baik lisan maupun tulisan.

Gorys Keraf menyimpulkan terdapat tiga hal yang berkaitan dengan diksi (dalam Sumadiria, 2011: 30) yaitu *pertama*, diksi mencakup pengertian kata-kata mana yang dipakai untuk menyampaikan suatu gagasan, bagaimana membentuk pengelompokan kata-kata yang tepat atau menggunakan ungkapan-ungkapan yang tepat, dan gaya mana yang paling baik digunakan dalam suatu situasi

Kedua, diksi adalah kemampuan membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna dari gagasan yang ingin disampaikan, dan kemampuan untuk menemukan bentuk yang sesuai dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki pembaca.

Ketiga, diksi yang tepat dan sesuai hanya dimungkinkan oleh penguasaan sejumlah kosa kata atau perbendaharaan kata yang dimiliki bahasa secara keseluruhan.

a. Jenis-Jenis Diksi

Diksi biasa bersinggungan dengan masalah pemakain kata (Sumadiria, 2011: 30) sebagai berikut:

1) Kata Bersinonim

Kata sejenis, sepadan, sejajar, serumpun, dan memiliki arti yang sama. Kata bersinonim meskipun sama maknanya tetapi tidak semuanya bisa saling menggantikan. Ada pula kata-kata bersinonim yang pemakaiannya dibatasi oleh persandingan yang lazim. Setiap kata disesuaikan dengan konteks, bukan hanya dilihat bentuk dan isinya. Kata yang bersinonim tidak dapat saling menggantikan atau dipertukarkan begitu saja sesuka hati.

2) Kata Bernilai Rasa

Kata-kata bernilai rasa tinggi akan memiliki dampak yang lebih kuat di benak pembaca, karena bahasa juga memiliki cita rasa. Cita rasa kata atau kalimat ditentukan oleh kepiawaian dan pengalaman penulis dalam menguasai kosa kata, perbendaharaan kata, dan tata bahasa. Kata bernilai rasa tinggi salah satunya akan menimbulkan dampak penghormatan kepada subjek yang dibicarakan.

3) Kata Konkret

Kata yang menunjuk kepada objek yang dapat dipilih, didengar, dirasakan oleh pancaindra. Kata-kata konkret dapat lebih efektif jika dipakai dalam narasi atau deskripsi sebab dapat merangsang pancaindra.

4) Kata Abstrak

Kata yang menunjuk kepada suatu sifat, konsep, atau gagasan. Kata-kata abstrak sering digunakan untuk mengungkapkan gagasan atau ide-ide rumit. Kata ini sukar dipahami maksud dan maknanya.

5) Kata Umum

Kata yang luas ruang lingkupnya. Makin umum, makin kabur gambarannya dalam angan-angan. Kata umum ini bisa mengaburkan pesan dan menyesatkan pemahaman pembaca.

6) Kata Khusus

Kata yang sempit ruang lingkupnya. Makin khusus, makin jelas maksud dan maknanya. Kata khusus ini lebih jelas menegaskan pesan, memusatkan perhatian dan pengertian.

7) Kata Lugas

Kata yang bersifat langsung (*to the point*), tegas, lurus, apa adanya, kata-kata yang bersahaja. Kata yang sekaligus juga ringkas, tidak merupakan frasa yang panjang dan tidak mendayu-dayu.

Kunjana Rahardi (2009: 31-41) menambahkan jenis-jenis diksi dari yang sudah disebutkan sebelumnya, antara lain:

1) Kata Berdenotasi dan Berkonotasi

Kata yang tidak mengandung makna tambahan atau perasaan tambahan makna tertentu atau makna yang sebenarnya, makna yang ditunjuk oleh sesuatu yang disimbolkan itu disebut denotatif. Adapun makna konotatif adalah makna kias, bukan makna sesungguhnya.

2) Kata Berantonim

Kata yang memiliki makna yang tidak sama dengan makna lainnya. Ilmu Bahasa atau Linguistik menjelaskan antonim menunjukkan bentuk-bentuk

kebahasaan itu memiliki relasi antarmakna yang wujud logisnya berbeda atau bertentangan antara satu dengan lainnya.

3) Penyempitan dan Perluasan Makna Kata

Sebuah kata mengalami penyempitan makna apabila di dalam kurun waktu tertentu maknanya bergeser dari semula yang luas ke makna yang sempit atau sangat terbatas, dan sebaliknya yang terjadi dengan perluasan makna.

4) Keaktifan dan Kepasifan Kata

Diksi yang dimaksud dengan kata-kata aktif bukanlah kata-kata yang berawalan 'me-' atau tidak berawala 'di-'. Adapun yang dimaksud adalah kata-kata yang banyak digunakan oleh tokoh masyarakat atau kata-kata yang muncul karena hasil kreativitas, misalnya oleh media massa. Sebaliknya dengan kepasifan kata, karena kata-kata itu sudah jarang digunakan.

5) Ameliorasi dan Peyorasi

Ameliorasi adalah proses perubahan makna dari yang lama ke yang baru, ketika bentuk baru dianggap dan dirasakan lebih tinggi dan lebih tepat nilai rasa serta konotasinya dibandingkan dengan yang lama. Adapun peyorasi adalah perubahan makna dari yang baru ke yang lama ketika yang lama dianggap masih tetap lebih tinggi dan lebih tepat nilai rasa serta konotasinya dibandingkan dengan makna baru.

6) Kesenyawaan Kata

Artinya adalah kata yang berbentuk idiomatik atau bentuk bersenyawa. Penggunaan katanya sudah serangkaian, sehingga tidak dapat dipisahkan. Misalnya, disebabkan oleh, sesuai dengan.

7) Kebakuan dan Ketidakbakuan Kata

Kata baku adalah kata yang menjadi standar Bahasa Indonesia, sedangkan kata tidak baku bisa terdiri dari bahasa asing, daerah, slang, dan lain sebagainya di luar kata baku.

Diksi yang digunakan penulis dalam suatu tulisan ilmiah, karangan, rubrik jurnalistik dan lainnya, untuk menyampaikan suatu gagasan, ide dan pesan kepada pembaca memiliki ciri khas masing-masing. Menurut Negara (2011: 907) ciri diksi digolongkan secara khusus menjadi tiga, yaitu pemakaian diksi keilmiahan dan kepopuleran, pemakaian diksi keumuman dan kekhususan, dan pemakaian diksi kedenotasian dan diksi kekonotasian.

Diksi ilmiah berarti pemilihan kata yang biasa dipakai oleh pelajar, terutama dalam tulisan-tulisan ilmiah. Sedangkan diksi populer berarti pemilihan kata yang dikenal dan diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat. Diksi umum yaitu pemilihan kata yang mengacu kepada suatu hal atau kelompok yang luas bidang lingkungannya. Sedangkan diksi khusus yaitu pemilihan kata yang mengacu pada pengarahan-pengarahan yang khusus dan kongkret. Diksi denotasi yaitu pemilihan kata yang mengacu pada makna-makna dasar, sedangkan diksi konotasi berarti pemilihan kata yang mengacu pada nilai dan rasa.

b. Kesesuaian dan Ketepatan Diksi

Menurut Keraf (2001: 102) kesesuaian diksi ibarat mempersoalkan kata “makna” yang akan digunakan dalam kesempatan tertentu. Bisa disimpulkan kesesuaian diksi berkaitan dengan penempatan suasana yang tepat. Adapun syarat-syarat dalam kesesuaian diksi yaitu sebagai berikut:

- a. Hindari sejauh mungkin bahasa atau unsur substrad (bahasa sehari-hari) dalam situasi formal,
- b. Gunakan kata-kata yang ilmiah dalam situasi khusus saja,
- c. Hindari jargon dalam tulisan untuk pembaca umum,
- d. Penulis sejauh mungkin menghindari kata-kata slang,
- e. Dalam menulis jangan menggunakan kata-kata percakapan,
- f. Hindari ungkapan-ungkapan usam (idiom yang mati),
- g. Jauhkan kata-kata atau bahasa yang artifisial.

Ketepatan merupakan kemampuan sebuah kata untuk menimbulkan gagasan yang sama pada imajinasi pembaca, seperti yang dipikirkan atau dirasakan penulis, maka setiap penulis harus berusaha secermat mungkin memilih kata-katanya untuk mencapai maksud tertentu. Bahwa kata yang dipakai sudah tepat akan tampak dari reaksi selanjutnya dari pembaca (Negara, 2011: 912), misalnya komen di bawah tulisan opini yang diposting media online seperti *website*. Intinya ketepatan penggunaan diksi tidak akan menimbulkan kesalahpahaman.

Adapun syarat ketepatan diksi menurut Keraf (2001: 88-89) yaitu sebagai berikut:

- 1) Membedakan secara cermat denotasi dan konotasi,
- 2) Membedakan dengan cermat kata-kata yang hampir bersinonim,
- 3) Membedakan kata-kata yang mirip dalam ejaannya,
- 4) Hindarilah kata-kata ciptaan sendiri,
- 5) Waspadalah terhadap penggunaan akhiran asing, terutama kata-kata asing yang mengandung akhiran asing tersebut. Misalnya *favorable-favorit*, *idiom-idiomatik*, *progress-progresif*, *kultur-kultural*, dan sebagainya.
- 6) Kata kerja yang menggunakan kata depan harus digunakan secara idiomatis, misalnya *ingat akan* bukan *ingat terhadap*, *mengharapkan* bukan *mengharap akan*, *membahayakan sesuatu* bukan *membagikan bagi sesuatu*, dan sebagainya.
- 7) Penulis harus bisa membedakan kata umum dan kata khusus. Kata khusus lebih tepat menggambarkan sesuatu daripada kata umum.
- 8) Menggunakan kata-kata indria yang melukiskan suatu sifat yang khas dari penerapan pancaindera, yang menunjukkan persepsi yang khusus.
- 9) Memperlihatkan perubahan makna yang terjadi pada kata-kata yang sudah dikenal.
- 10) Memperlihatkan kelangsungan pilihan kata.

Faktor pemilihan kata turut menentukan tenaga sebuah kalimat. Pilihan kata yang tepat dapat membuka selera pembaca. Kata, dalam sebuah kalimat merupakan wakil dari satu pengertian. Pilih memilih kata, yang penting supaya kata itu benar-benar mewakili apa yang kita maksud. Suatu kata yang memiliki arti tidak jauh beda pun akan memberi efek penting untuk memberikan tenaga pada sebuah kalimat (Rozak, 1992: 67). Setiap kata memiliki kekuatan, dengan cara yang serasi digunakan dalam kalimat, kekuatannya itu bisa menghasilkan kalimat yang sugestif, mampu menggerakkan tenaga, pikiran, dan emosi.

2. Gaya Bahasa

Bahasa yang baik adalah mampu mengungkapkan gagasan atau konsep dengan jelas, teratur, indah, sehingga enak didengar ataupun dibaca dan tidak menimbulkan salah paham. Kualitas ini kerap disampaikan dengan keberhasilan bahasa dalam komunikasi. Bahasa komunikator akan menentukan mudah dan tidaknya komunikan menerima dan mencerna gagasan dari sang komunikator (Haryono, 2001: 26).

Gaya bahasa menurut Dale (et al) adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan menjelaskan dan membandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Penggunaan gaya bahasa tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu (dalam Tarigan, 2009: 4).

Tarigan (2009: 4) memandang gaya bahasa adalah bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak atau pembaca.

Gaya bahasa menjadi bagian dari diksi yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Gaya bahasa bertalian dengan ungkapan-ungkapan yang individual atau karakteristik sehingga memiliki nilai artistik yang tinggi.

Gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Berasal dari kata *stilus*, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Gaya secara umum diartikan sebagai cara mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dan sebagainya. Dilihat dari segi bahasa, gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa. Keraf (2001: 112) memandang gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis.

Fungsi gaya bahasa adalah menarik perhatian pembaca dan penekanan terhadap pesan yang disampaikan. Dilihat dari fungsi bahasa, penggunaan gaya bahasa termasuk ke dalam fungsi puitik, yaitu menjadikan pesan lebih berbobot. Pemakaian gaya bahasa yang tepat (sesuai dengan waktu dan penerima yang menjadi sasaran) dapat menarik perhatian penerima. Sebaliknya, bila penggunaannya tidak tepat, maka penggunaan gaya bahasa akan sia-sia bahkan mengganggu pembaca. Pemakaian gaya bahasa juga dapat menghidupkan apa yang dikemukakan dalam teks, karena gaya bahasa dapat mengemukakan gagasan yang penuh makna dengan singkat (Zaimar: 2002, 45).

a. Gaya Bahasa yang Baik

Syarat-syarat gaya bahasa yang baik menurut Keraf (2001: 113) harus mengandung tiga unsur, yaitu kejujuran, sopan-santun, dan menarik.

- 1) *Kejujuran*, dalam bahasa berarti mengikuti aturan-aturan, kaidah-kaidah yang baik dan benar dalam bahasa. Tidak menggunakan kata-kata yang kabur dan tidak terarah, serta penggunaan kalimat yang berbelit-belit karena bisa mengundang ketidakjujuran.
- 2) *Sopan-santun*, artinya memberikan penghargaan atau menghormati pembaca. Rasa hormat dalam gaya bahasa diwujudkan melalui kejelasan dan kesingkatan. Kejelasan bisa diukur dalam beberapa butir kaidah berikut, yaitu kejelasan dalam struktur gramatikal kata dan kalimat, korespondensi dengan fakta yang diungkapkan melalui kata-kata atau kalimat, pengurutan ide secara logis, dan penggunaan kiasan dan perbandingan. Sedangkan kesingkatan dapat dicapai melalui usaha untuk menggunakan kata-kata secara efisien, meniadakan penggunaan dua kata atau lebih yang bersinonim secara longgar, menghindari tautologi, atau mengadakan repetisi yang tidak perlu.
- 3) *Menarik*, gaya bahasa dikatakan menarik dapat diukur melalui beberapa komponen berikut, yaitu variasi, humor yang sehat, pengertian yang baik, tenaga hidup (*vitalisasi*), dan penuh daya khayal (*imajinasi*). Penggunaan variasi akan menghindari nada, struktur, dan pilihan kata yang monoton. Humor yang sehat berarti gaya bahasa itu mengandung tenaga untuk menciptakan rasa gembira dan nikmat. Vitalitas dan daya khayal adalah

pembawaan yang berangsur-angsur dikembangkan melalui pendidikan, latihan, dan pengalaman.

b. Jenis-Jenis Gaya Bahasa

Gaya bahasa menurut Keraf (2001: 115) dibedakan menjadi dua yaitu dari segi nonbahasa dan bahasa. Dari segi nonbahasa dapat dibagi menjadi tujuh yaitu berdasarkan pengaruh, massa, media, subjek, tempat, objek dan tujuan. Sedangkan dari segi bahasa, gaya bahasa dibedakan berdasarkan titik tolak unsur bahasa yang digunakan, yaitu *pertama*, gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang terdiri dari;

1) Gaya Bahasa Resmi

Gaya dalam bentuknya yang lengkap, gaya yang dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi. Misalnya, artikel-artikel yang serius atau esai yang memuat subjek-subjek yang penting. Kencenderungan kalimatnya adalah panjang-panjang dan biasanya menggunakan inversi. Tata bahasanya lebih bersifat konservatif dan sering sintaksisnya agak kompleks. Gaya ini memanfaatkan secara maksimal segala perbendaharaan kata yang ada, dan memilih kata-kata yang tidak membingungkan. Gaya bahasa resmi juga memanfaatkan bidang bahasa yang lain seperti nada, tata bahasa, dan tata kalimat. Unsur yang paling penting adalah pilihan kata, yang semuanya diambil dari bahasa standar yang terpilih.

2) Gaya Bahasa Tidak Resmi

Gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal.

Misalnya digunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, artikel mingguan atau bulanan yang baik, editorial, kolumnis dan sebagainya. Bentuknya tidak terlalu konservatif. Singkatnya gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi pelajar. Menurut sifatnya, gaya bahasa ini dapat juga memperlihatkan suatu jangkang variasi, mulai dari bentuk informal yang paling tinggi (yang sudah bercampur dan mendekati gaya resmi) hingga gaya bahasa tidak resmi yang sudah bercampur dengan gaya bahasa percakapan pelajar. Pilihan kata dalam gaya bahasa tidak resmi lebih sederhana. Kalimatnya lebih singkat, efek keseluruhan kurang luhur bila dibandingkan dengan gaya bahasa resmi.

3) Percakapan

Pilihan kata dalam bahasa percakapan adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Bahasa yang digunakan tetap bahasa standar, hanya terdapat banyak konstruksi yang dipergunakan oleh orang-orang terpelajar, tetapi tidak pernah digunakan bila ia harus menulis sesuatu. Kalimat-kalimatnya singkat dan bersifat fragmenter; sering kalimat-kalimat yang singkat itu terdengar seolah-olah tidak dipisahkan oleh perhentian-perhentian final, seakan-akan disambung terus menerus.

Kedua, gaya bahasa berdasarkan nada yang terkandung dalam wacana terdiri dari:

1) Gaya Sederhana

Gaya ini biasanya digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, atau pelajaran, maka sesuai untuk menyampaikan fakta dan pembuktian-pembuktian. Gaya ini tidak memerlukan emosi dalam penggunaannya.

2) Gaya Mulia dan Bertenaga

Gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi, dan biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Penulis dapat menggunakan nada keagungan dan kemuliaan, yang di dalamnya terkandung terselubung sebuah tenaga yang halus tetapi aktif meyakinkan pembaca.

3) Gaya Menengah

Gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Nada yang digunakan bersifat lemah lembut, kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Gaya ini biasanya menggunakan metafora sebagai pilihan katanya.

Ketiga, gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat – maksudnya tempat sebuah unsur kalimat yang dipentingkan dalam kalimat tersebut, apakah gagasan tersebut ditekankan di akhir kalimat, di awal kalimat atau menyebar secara seimbang pada kalimat – terdiri dari lima jenis sebagai berikut:

1) Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan dari kalimat yang bersifat periodik, yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.

2) Antiklimaks

Gaya bahasa yang gagasan-gagasannya diurutkan dari yang terpenting berturut-turut ke gagasan yang kurang penting.

3) Paralelisme

Gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama.

4) Antitesis

Gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan, dengan mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan.

5) Repetisi

Gaya bahasa pengulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.

Keempat, gaya bahasa berdasarkan ketidaklangsungan makna biasanya disebut sebagai majas atau *figure of speech* yaitu penyimpangan bahasa secara evaluative atau secara emotif dari bahasa biasa, misalnya dalam ejaan, pembentukan kata, konstruksi (kalimat, klausa, frasa), atau aplikasi sebuah istilah, untuk memperoleh kejelasan, penekanan, hiasan, humor, atau sesuatu efek yang lain. Penjelasan tersebut menjelaskan fungsi *figure of speech* memiliki fungsi menjelaskan, memperkuat, menghidupkan objek mati, menstimulasi asosiasi, menimbulkan gelak ketawa, atau hiasan.

Berdasarkan langsung tidaknya makna terdiri dari gaya bahasa retorik dan gaya bahasa kiasan.

1) Gaya Bahasa Retorik

Gaya yang semata-mata merupakan penyimpangan dari konstruksi biasa untuk mencapai efek tertentu.

- a) Aliterasi: gaya bahasa repetisi yang berwujud pengulangan konsonan yang sama pada awal kata.
- b) Asonansi: gaya bahasa repetisi yang berwujud pengulangan bunyi vokal yang sama.
- c) Anastrof: gaya retorik yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat.
- d) Apofisis atau Preterisio: gaya penulis menegaskan sesuatu, tetapi tampaknya menyangkal.
- e) Apostrof: gaya yang berbentuk pengalihan amanat dari yang hadir kepada yang tidak hadir.
- f) Asindeton: gaya yang berupa acuan, yang bersifat padat dan mampat di mana beberapa kata. Frasa, atau klausa yang sederajat tidak dihubungkan dengan kata sambung.
- g) Polisindeton: gaya bahasa yang berupa penghubungan beberapa kata, frasa, atau klausa yang berurutan dengan kata-kata sambung.
- h) Kiasmus: gaya bahasa yang berisi pengulangan dan sekaligus pula merupakan hubungan pertentangan antara dua kata dalam satu kalimat.

- i) Elipsis: gaya bahasa yang di dalamnya dilaksanakan penanggalan atau penghilangan kata atau kata-kata yang merupakan unsur penting dalam konstruksi sintaksis yang lengkap.
- j) Eufemismus: gaya bahasa yang merupakan ungkapan lebih halus sebagai pengganti ungkapan yang dirasakan kasar, yang dianggap merugikan, atau yang tidak menyenangkan.
- k) Litotes: gaya bahasa yang berupa pertanyaan mengenai sesuatu dengan cara menyangkal atau mengingkari kebalikannya.
- l) Histeron Proteron: gaya bahasa kebalikan dari sesuatu yang logis.
- m) Pleonasme dan Tautologi: kedua gaya bahasa ini sering disamakan, yaitu sama-sama menggunakan kata yang berlebihan, sebenarnya tidak perlu dan juga perulangan dari kata yang lain.
- n) Perifrasis: gaya bahasa yang menggunakan kata-kata lebih daripada yang dibutuhkan, sebenarnya bisa diganti dengan sebuah kata saja.
- o) Prolepsis dan Antisipasi: keduanya adalah gaya bahasa yang berwujud penggunaan terlebih dahulu satu atau beberapa kata sebelum gagasan ataupun peristiwa yang sebenarnya terjadi.
- p) Erotesis dan Pertanyaan Retoris: gaya bahasa yang berupa pertanyaan retorik dengan tujuan untuk mencapai efek yang lebih mendalam dan sama sekali tidak menuntut suatu jawaban.
- q) Silepsis dan Zeugma: gaya bahasa yang menggunakan dua konstruksi rapatan dengan menghubungkan sebuah kata dengan dua kata lain

yang sebenarnya hanya salah satunya mempunyai hubungan dengan kata pertama.

- r) Koreksio atau Epanortosis: gaya bahasa yang berwujud, mula-mula menegaskan sesuatu, tetapi kemudian memperbaikinya.
- s) Hiperbola: gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar-besarkan sesuatu hal.
- t) Paradoks: gaya bahasa yang mengandung pertentangan yang nyata dengan fakta-fakta yang ada.
- u) Oksimoron: gaya bahasa yang mengandung pertentangan dengan mempergunakan kata-kata yang berlawanan dalam frase yang sama.

2) Gaya Bahasa Kiasan

Gaya bahasa yang dibentuk berdasarkan perbandingan atau persamaan. Gaya ini merupakan penyimpangan yang lebih jauh, khususnya dalam bidang makna.

- a) Persamaan atau Simile: gaya bahasa perbandingan yang eksplisit.
- b) Metafora: gaya bahasa perbandingan yang implisit.
- c) Alegori, Parabel, dan Fabel: cerita yang dikisahkan dengan lambing-lambang, mengandung sifat-sifat moral atau spiritual manusia. Bisa berupa manusia (parabel) dan binatang (fabel).
- d) Personifikasi atau Prosopopoeia: gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda-benda yang tidak bernyawa seolah-olah memiliki sifat kemanusiaan.

- e) Alusi: gaya bahasa yang menunjuk secara tidak langsung ke suatu peristiwa atau tokoh berdasarkan praanggapan adanya pengetahuan bersama yang dimiliki oleh pengarang dan pembaca untuk menangkap pengacuan itu.
- f) Eponim: gaya bahasa yang mengandung nama seseorang yang begitu sering dihubungkan dengan sifat tertentu sehingga nama itu dipakai untuk menanyakan sifat.
- g) Epitet: gaya bahasa yang mengandung acuan yang menyatakan suatu ciri khas dari seseorang atau suatu hal.
- h) Sinekdoke: gaya bahasa yang menyebutkan nama bagian sebagai pengganti nama keseluruhan, atau sebaliknya.
- i) Metonimia: gaya bahasa yang memakai nama ciri atau nama hal yang ditautkan dengan nama orang, barang, atau hal sebagai penggantinya.
- j) Antonomasia: gaya bahasa yang merupakan penggunaan gelar resmi atau jabatan sebagai pengganti nama diri.
- k) Hipalase: gaya bahasa yang merupakan kebalikan dari suatu hubungan alamiah antara dua komponen gagasan.
- l) Ironi, Sinisme, dan Sarkasme: ketiganya sama-sama sebagai gaya bahasa sindiran. Sindiran dengan mengolok-olok (ironi), sindiran dengan kesangsian yang mengandung ejekan terhadap keikhlasan dan ketulusan hati (sinisme), dan sindiran pedas dan menyakiti hati (sarkasme).

- m) Satire: gaya bahasa yang berupa ungkapan yang menertawakan atau menolak sesuatu.
- n) Inuendo: gaya bahasa yang berupa sindiran dengan mengecilkan kenyataan yang sebenarnya.
- o) Antifrasis: gaya bahasa yang berupa penggunaan sebuah kata dengan makna kebalikannya.
- p) Pun atau Paronomasia: gaya bahasa yang berisi penjajaran kata-kata yang berbunyi sama tetapi bermakna lain.

3. Opini

Opini merupakan tindakan mengungkapkan apa yang dipercayai, dinilai, dan diharapkan seseorang dari objek-objek dan situasi tertentu. Tindakan itu bisa berupa pemberian suara, pernyataan verbal, dokumen tertulis, atau bahkan diam. Singkatnya, tindakan apapun yang bermakna adalah ungkapan opini. Dengan kata lain, seseorang yang mengungkapkan opininya menunjukkan makna yang diberikan oleh orang itu kepada hal-hal yang bersangkutan (Nimmo, 2001: 13). Secara bahasa pun pengertian opini dalam *Kamus Bahasa Indonesia* (2008: 1021) adalah pendapat, pikiran, dan pendirian. Dapat ditarik garis besar kalau semua orang bisa beropini dengan tujuan tertentu, salah satunya untuk membentuk opini publik.

Menurut Clyde L. King, opini publik adalah penilaian sosial (*social judgement*) mengenai suatu masalah. Opini publik bukanlah kata sepakat dari orang-orang publik. Opini publik dapat merupakan mayoritas pendapat, tapi

bukan mayoritas pendapat yang dapat dihitung secara numerik menurut jumlah (Husaini, 2005: xxvii). Penyampaian opini tersebut bisa dengan cara lisan maupun tulisan. Misalnya lisan dengan pidato, demonstrasi, diskusi, dan lainnya, sedangkan tulisan dengan artikel, kolom, esai, dan lainnya.

Pendapat, gagasan, ide yang disampaikan secara tulisan kemudian dikenal dengan istilah opini atau *views* sebagai salah satu jenis tulisan karya jurnalistik selain berita atau *news* dan *features*. Opini merupakan tulisan berisikan pendapat, ide, gagasan atau analisis tentang sesuatu peristiwa atau masalah (Romli, 2003: 61). Salah satu bentuk atau cara penulis menuliskan sebuah ide, gagasan, pendapat atau pandangannya ke dalam bentuk tulisan ilmiah populer adalah artikel.

Secara definitif, artikel diartikan sebagai sebuah karangan faktual (nonfiksi) tentang suatu masalah secara lengkap, yang panjangnya tidak tertentu, untuk dimuat di media cetak atau online, dengan tujuan untuk menyampaikan gagasan dan fakta guna meyakinkan, mendidik, menawarkan pemecahan masalah, atau menghibur (Romli, 2003: 65).

4. Media Online

Media online merupakan media massa “generasi ketiga” setelah media cetak dan media elektronik yang tersaji secara online di internet. Secara teknis atau fisik, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio dan televisi online atau *streaming* dan email. Isi

media online terdiri dari teks, visual/gambar, audio, audio-visual atau video (Severin, 2011: 450).

Media online sudah menjadi konsumsi masyarakat luas. Media online atau dunia maya adalah realitas yang terhubung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artifisial, atau “virtual”. Pemanfaatannya saat ini berupa *world wide web* (www), internet, milis elektronik, kelompok-kelompok dan forum diskusi, ruang ngobrol (*chatting*), permainan interaktif multi-player, dan e-mail (Severin, 2011: 445-446).

Website atau situs adalah kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman *web* dengan halaman *web* yang lainnya disebut *Hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *Hypertext* (Hidayat, 2010: 2). *Website* adalah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi (Yuherizar, 2009: 2). Domain adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*, atau sebuah alamat yang digunakan untuk mencari dan menemukan sebuah *website* pada dunia internet.

Berdasarkan pada fungsinya Menurut Hidayat (2009: 4), *website* terbagi atas:

- a. *Personal website*, website yang berisi informasi pribadi seseorang.
- b. *Commercial website*, website yang dimiliki oleh sebuah perusahaan yang bersifat bisnis.
- c. *Government website*, website yang dimiliki oleh instansi pemerintahan, pendidikan yang bertujuan memberikan pelayanan kepada pengguna.
- d. *Non-Profit Organization website*, dimiliki oleh organisasi yang bersifat non-profit atau tidak bersifat bisnis.

Media online sekarang sudah menjadi media distributor untuk menyampaikan gagasan, pendapat, ide apa saja yang cukup menarik karena bisa dimiliki personal tetapi jangkauannya massa.

5. Gaya Penulisan Media Online

Menurut L.R Baskoro, Redaktur Pelaksana Majalah Tempo, menulis opini berarti menyebarluaskan gagasan dan idenya ke ruang publik dengan tujuan gagasannya diterima atau diperdebatkan. Kegiatan ini bisa disebut ‘rekreasi intelektual’ kerana mengasah otak, menajamkan pikiran, menantang munculnya ide-ide baru, juga menantang pendapat orang dengan argumentasi yang siap untuk diperdebatkan. Oleh karena itu, menulis opini merupakan kegiatan yang dilakukan dengan hati, kesukacitaan, kegembiraan membagi gagasan, ide, pikiran dan pendapat kecintaan menyumbangkan ilmu dan pengetahuan kepada orang lain (www.catatanbaskoro.wordpress.com, akses 2/3/2014).

Media online sama dengan portal informasi yang bisa diakses oleh siapa pun, bukan hanya mengakses informasinya saja melainkan juga berbagi informasi. Hal ini terbukti dengan banyaknya berita-berita atau artikel-artikel

yang dimuat di media online, misalnya *website*, *blog*, portal berita, maupun sosial media seperti *facebook*, *twitter* dan lainnya.

Secara otomatis banyak sekali ide maupun gagasan dalam bentuk tulisan opini yang beredar di media online. Opini sebagai pendapat yang bersifat subjektif dan media online yang juga merupakan media khalayak umum tetapi *private area* karena dimiliki setiap masing-masing orang dengan bebas. Hal ini menjadikan opini yang ditulis pun bersifat keinginan dan pengalaman pribadinya yang kemudian dengan mudahnya dibagikan kepada khalayak melalui *blog* atau *website* pribadinya.

Penulisan opini di media online dapat dikatakan subjektif, tergantung pada penulisnya. Termasuk diksi atau pilihan kata dan gaya bahasa yang digunakan penulis, walaupun sudah ada etika dan kode etik yang mengatur. Namun, bahasa yang digunakan masing-masing penulis belum ada yang mengatur. Sehingga mereka akan menulis apapun yang mereka ingin tulis. Berbeda dengan opini yang dimuat di media cetak yang sudah melalui redaktur. Memang ada beberapa media online juga yang memiliki editor, namun hal itu hanya dilakukan pada media online yang terorganisir dengan baik. Bahkan website yang terorganisir saja juga memiliki ideologinya masing-masing, yang tentunya tulisannya disesuaikan dengan ideologinya. Fenomena menulis gagasan dan ide secara online, telah mengubah wajah dunia. semua orang yang punya akses ke internet, bisa menulis opini dan gagasannya secara online, untuk dikonsumsi pihak lain (Oroh, 2010: 1).

Gaya penulisan di media online menurut ASM. Romli ada beberapa hal yang harus diperhatikan (diakses dari www.romeltea.com pada tanggal 10 Maret 2014 pukul 21.30):

- a. Menyesuaikan dengan karakter pembaca, gaya bahasa jurnalisme online hendaknya; ringkas, padat, *to the point*.
- b. Judul sederhana dan padat.
- c. Tulisan mudah dipindai memindai (*scannable*), misalnya dengan subjudul (maksimum tiap lima paragraf), *highlight* kata-kata penting dengan warna berbeda, cetak tebal, jenis huruf, ukuran huruf, *hypertext/hyperlink*.
- d. Tulisan pendek lebih disukai. Jumlah kata paling banyak 50% dari media cetak.
- e. Alinea pendek. Satu alinea idealnya hanya terdiri dari 65 karakter atau maksimal lima baris (*lines*).
- f. Gunakan alinea/paragraf pendek dan jarak antar-alinea.
- g. Uraian panjang dipecah-pecah menjadi beberapa judul, sambungkan melalui *multiple hyperlink*.
- h. Pembaca tidak suka tulisan panjang dan harus *men-scroll* jauh ke bawah.
- i. Gunakan tabel atau poin/angka urut ke bawah (*bullets or numbering*). Pembaca lebih mudah dan lebih nyaman membaca uraian berurut ke bawah daripada membaca alinea panjang.
- j. Terapkan prinsip Piramida Terbalik, yang penting di atas, uraian selanjutnya.
- k. Gunakan bahasa sederhana dan "informal" untuk tulisan opini (artikel) dan feature.

- l. Pendekatan “Piramida Terbalik” lebih intens digunakan dalam penulisan berita online, yaitu benar-benar mengedepankan yang paling penting dan mendesak diketahui pembaca.
- m. Bahasa Jurnalistik (*language of mass media*) juga kian penting berperan mengingat karakter bahasa jurnalistik yang lugas, ringkas, sederhana, dan mudah dipahami.

B. Konstruksi Wacana Melalui Bahasa di Media Online

Konstruktivisme adalah pandangan yang melihat bahasa tidak hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan yang tidak bisa dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pernyataan. Kostruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya. Menurut A.S. Hikam, subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana (dalam Eriyanto, 2012: 5).

Penciptaan makna pada sebuah wacana yaitu tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri penulis. Mereka menulis dalam bentuk-bentuk pernyataan-pernyataan yang bertujuan untuk menciptakan makna tersebut. Wacana adalah suatu upaya mengungkapkan maksud tersembunyi dari subjek yang mengungkapkan suatu pernyataan, yaitu melalui bahasa.

Bahasa merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Penggunaan bahasa (simbol) tertentu menentukan format narasi (dan makna) tertentu, sedangkan semua media massa menggunakan bahasa, baik bahasa verbal (kata-kata tertulis atau lisan) maupun

bahasa nonverbal (gambar, foto, gerak-gerik, grafik, angka, dan tabel). Hal ini menjadikan bahasa sebagai unsur utama dalam proses konstruksi realitas. Keberadaan bahasa di media massa tidak lagi hanya untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan bisa membentuk gambaran (makna citra) mengenai realitas-realitas media yang akan muncul di benak khalayak (Hamad, 2004: 12).

Bahasa mengandung makna. Penggunaan bahasa tertentu dengan demikian berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandungnya. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi realitas dan makna yang muncul. Bahasa dalam perspektif ini bukan hanya mampu mencerminkan realitas, tetapi sekaligus menciptakan realitas.

Menurut Giles dan Wiemann bahasa (teks) mampu menentukan konteks dan bukan sebaliknya, teks menyesuaikan diri dengan konteks. Lewat bahasa yang digunakan (melalui pilihan kata dan cara penyajian) seseorang bisa memengaruhi orang lain. Melalui teks yang dibuatnya dapat memanipulasi konteks (dalam Hamad, 2004: 14).

Peneliti menyimpulkan bahwa dengan bahasa yang sengaja dimunculkan oleh media, tujuannya adalah membentuk sebuah opini khalayak. Disamping media sengaja menuliskan opini agar membentuk sebuah realitas. Opini sejatinya hanya pendapat bukan realitas tetapi pendapat itu berasal dari pengalaman terhadap realitas yang ada.

1. Konstruksi

Pada teori konstruksionisme sosial menurut Denis McQuail (2011: 111) ada lima proposisi yaitu masyarakat adalah realitas yang dikonstruksikan alih-alih

tetap, media menyediakan bahan untuk produksi realitas tersebut, makna adalah apa yang ditawarkan oleh media tetapi dapat dinegosiasikan atau ditolak, media secara selektif mereproduksi makna tertentu, dan media tidak dapat memberikan penilaian objektif terhadap realitas sosial (semua fakta adalah hasil penafsiran).

Menurut Eriyanto (2012: 21) fakta merupakan konstruksi atas realitas sehingga kebenaran suatu fakta bersifat relatif, berlaku sesuai konteks tertentu. Tulisan atas realitas itu bukan refleksi dari realitas melainkan konstruksi atas realitas karena penulis bukan hanya menyampaikan realitas, melainkan juga turut mendefinisikan realitas tersebut secara subjektif. Pesan yang berupa tulisan tentang realitas tersebut tidak berhenti pada penulis saja, sebuah tulisan yang dipublikasikan dalam pandangan konstruksionis juga ikut dikonstruksi oleh media yang menampilkan.

Pendekatan konstruksionis ini memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator yang dalam hal ini penulis. Pesan tidak dipandang sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Proses penyampaian pesan, seseorang menyusun citra tertentu atau merangkai kata tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas. Seorang komunikator dengan realitas yang ada akan menampilkan fakta tertentu kepada komunikan, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman dan pengetahuannya sendiri (Eriyanto, 2012: 48).

2. Wacana

Wacana merupakan unsur kebahasaan yang relatif paling kompleks dan paling lengkap. Satuan pendukung kebahasaannya meliputi fonem, morfem, kata,

frasa, klausa, kalimat, paragraf, hingga karangan utuh (Mulyana, 2005: 1). Pemakaian dan pemahaman wacana dalam komunikasi memerlukan berbagai alat, sehingga kajian wacana sangat dibutuhkan dalam pembelajaran bahasa. Tujuannya untuk membekali pemakai bahasa agar dapat memahami dan memakai bahasa dengan baik dan benar.

Wacana tulis sebagai salah satu bentuk wacana berdasarkan media penyampaiannya, yaitu jenis wacana yang disampaikan melalui tulisan. Berbagai bentuk wacana sebenarnya dapat diwujudkan melalui tulisan, karena tulisan merupakan media yang efektif dan efisien untuk menyampaikan berbagai gagasan, wawasan, ilmu pengetahuan, atau apapun yang dapat mewakili kreativitas manusia (Mulyana, 2005: 51). Misalnya buku, jurnal, surat kabar, majalah, termasuk tulisan-tulisan di media online. Semuanya merupakan karangan utuh yang membawa amanat yang lengkap.

Wacana juga memiliki penjelasan lainnya, misalnya ada wacana ekspositori dan wacana hortatori. Keduanya merupakan jenis wacana berdasarkan bentuknya. Wacana ekspositori bersifat menjelaskan sesuatu secara informatif, bahasa yang digunakan pun cenderung denotative dan rasional. Contohnya artikel-artikel di media massa. Adapun wacana hortatory digunakan untuk mempengaruhi pembaca agar tertarik terhadap pendapat yang dikemukakan. Sifatnya persuasif. Tujuannya ialah mencari pengikut agar bersedia melakukan, atau paling tidak menyetujui sesuatu yang disampaikan dalam wacana tersebut (Mulyana, 2005: 49).

3. Ragam Bahasa Tulis

Peranan dan fungsi bahasa tulis dalam kehidupan modern sangat besar. Bahasa tulis dapat menembus waktu dan ruang, berbeda dengan bahasa lisan sesudah diucapkan segera hilang tak berbekas, sedangkan bahasa tulis dapat disimpan lama sampai waktu yang tak terbatas. Bahasa tulis bukanlah bahasa lisan yang dituliskan karena dalam penulisannya seorang penulis menggunakan pertimbangan dan pemikiran tertentu. Sebab kalau tidak hati-hati, tanpa pertimbangan dan pemikiran, peluang terjadinya kesalahan dan kesalahpahaman besar. Bila terjadi kesalahan, maka kesalahan tidak bisa langsung diperbaiki (Chaer, 2012: 83-84), karena kata yang tertulis menjadi satu-satunya alat untuk memahami maksud.

Penguasaan bahasa tulisan merupakan salah satu modal pokok bagi seorang penulis. Bahasa tulisan akan lebih formal daripada bahasa lisan. Maksudnya, dalam bahasa tulisan, struktur kalimat atau ketaatan pada kaidah bahasa – misalnya kalimat harus lengkap subjek-predikat-objek-keterangannya (SPOK) – merupakan keharusan (Romli, 2003: 69).

Bahasa tulisan bukan saja harus mengikuti kaidah baku bahasa yang berlaku, dalam Media massa, yang memuat artikel adalah sarana komunikasi tulisan, juga harus mengikuti kaidah bahasa jurnalistik, yakni bahasa yang biasa dipergunakan para wartawan di media massa (*language of mass communication*).

Penting bagi penulis opini untuk memahami kaidah bahasa jurnalistik karena opini dalam bentuk artikel termasuk karya jurnalistik. Membuat tulisan agar tidak monoton perlu sentuhan rasa bahasa yang energik, dinamis, tetapi

sederhana dengan pilihan-pilihan kata yang bervariasi. Salah satu caranya adalah dengan memperkaya perbendaharaan kata, agar tulisan menarik dan mudah dibaca.

Ciri khas bahasa jurnalistik adalah sederhana, cekatan dan jelas. Menurut JS Badudu mengungkapkan bahasa jurnalistik itu harus singkat, padat, sederhana, jelas, lugas tetapi menarik dan harus sesuai dengan bahasa baku (dalam Supadiyanto, 2012: 97-98). Jadi, Bahasa jurnalistik adalah bahasa yang bisa dipahami, diterima, dan tak bermakna ambigu oleh semua kalangan dan mengikuti norma-norma tata bahasa antara lain tersusun atas kalimat yang benar dan pilihan kata yang cocok.

Bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikatif dan spesifik. Komunikatif artinya langsung menjamah materi atau ke pokok persoalan, tidak berbungabunga, dan tanpa basa-basi (*straight to the point*). Spesifik artinya mempunyai gaya penulisan tersendiri, sebuah gaya bahasa yang sederhana, kalimat-kalimatnya pendek dengan kata-kata yang jelas dan mudah dimengerti (Romli, 2003: 69).

4. Bahasa Media Online

Bahasa adalah alat komunikasi manusia yang paling vital dalam kehidupan sosial (Kuswandi, 1996: 83). Penggunaan bahasa di media online tidak jauh berbeda dengan media massa baik cetak maupun elektronik. Bahasa media yaitu bahasa yang digunakan untuk menulis, menyampaikan sesuatu baik informasi dan hiburan dalam media massa. Bahasa yang digunakan itu harus sesuai dengan Ejaan Yang Disempurkan (EYD).

Pada dasarnya media online juga digunakan menjadi media distributor tulisan yang berisi ideologi, ide, gagasan, pendapat seseorang atau kelompok. Eriyanto (2012: 15) menjelaskan bahasa dalam bentuk pilihan kata, struktur gramatika digunakan untuk membawa makna ideologi tertentu. Fungsi bahasa di media massa termasuk media online antara lain;

- a. Bahasa berfungsi sebagai alat kontrol sosial, yaitu pengungkapan gaya bahasa halus (eufemisme) untuk menyindir atau mengkritik satu kesenjangan sosial yang terjadi di masyarakat.
- b. Bahasa berfungsi sebagai alat ekspresi diri, yaitu bahasa yang digunakan media dapat membantu masyarakat dalam proses komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sosialnya.
- c. Bahasa sebagai alat promosi, yaitu bahasa menjadi alat permainan dan manipulasi.
- d. Bahasa berfungsi sebagai alat integrasi dan adaptasi, peran media dalam menggunakan bahasa agar dapat menginformasikan secara jelas peristiwa yang terjadi di masyarakat. Berdasarkan fungsi ini, masyarakat dapat melakukan adaptasi terhadap lingkungan sekitarnya. Sekaligus dapat menentukan posisi dan kepentingannya dalam lingkungan sosialnya (Kuswandi, 1996: 83-85).

C. Mengklarifikasi Informasi dalam perspektif Islam

Mengklarifikasi merupakan bagian dari dakwah. Dalam Alquran menyebutkan kata *bayan* yang berarti penjelasan atau klarifikasi, memiliki arti yang sama dengan dakwah yaitu sebanyak 131 kali. Dakwah adalah aktivitas

mengajak orang agar hidup sesuai dengan nilai-nilai kehidupan yang islami, sebagai suatu sistem, dakwah terdiri komponen atau bagian-bagian yang saling berhubungan satu dengan yang lain sebagai suatu kesatuan. Komponen dakwah di sini mencakup pelaku dakwah (*da'i*), penerima dakwah (*mad'u*), materi dakwah (*maddah*), sarana dan media dakwah (*washilah*), metode dakwah (*thariqah*), dan dampak dakwah (*atsar*), (Asry, 2012: 28).

Klarifikasi adalah penjernihan, penjelasan, pengembalian kepada apa yang sebenarnya. Klarifikasi bertujuan untuk menjernihkan dan menjelaskan persoalan-persoalan yang diragukan. Dengan klarifikasi persoalan menjadi jelas keberadaannya (Yustinah dan Iskak, 2008: 71).

Klarifikatif atau bersifat klarifikasi, yakni proses penjelasan, penjernihan, dan pengembalian menjadi yang sesungguhnya. Proses klarifikasi merupakan salah satu unsur di dalam proses penalaran mengingat banyak hal di dalam karya tulis ilmiah kita yang harus dijelaskan atau dijernihkan berkaitan dengan klain atau argumentasi kita sehingga ungkapan bahasa kita datang kepada pembaca secara menyenangkan (Wibowo, 2011: 50). Klarifikasi terhadap argumentasi dapat dilakukan melalui pendefinisian, parafrasa, pemberian contoh, yang sumbernya dapat kita telusuri.

Klarifikasi sangat penting untuk tuduhan-tuduhan dan argumen dalam soal diskriminasi agama. Sebab diskursus hubungan agama dengan organisasi masyarakat dan politik dan masyarakat. Kita terlalu sering membaca gossip dan pertanyaan miring terhadap golongan ini atau sekelompok itu yang sulit

ditelusuri asal-usul dan bukti-buktinya. Yang terjadi dalam banyak hal adalah semacam *prejudice exchanges*. Jika kita berani mengatakan fakta yang sebenarnya, atau sebaliknya mengakui bahwa kecurigaan yang ada tidak berdasarkan bukti yang memadai, maka buat saya titik terang untuk mencari metode kerukunan beragama yang sejati mungkin sudah mulai tampak. Selain klarifikasi faktual, kita juga harus memperhatikan bahwa proses pengambilan kesimpulan tentang diskriminasi seyogyanya dilakukan dengan hati-hati (Mallarangeng, 2008: 451).

Salah satu yang menyebabkan adanya klarifikasi adalah tuduhan berupa fitnah atau lainnya. Tuduhan adalah hasil menuduh (menunjuk dan mengatakan bahwa seseorang berbuat kurang baik), atau hal-hal yang dituduhkan.

Allah memerintahkan setiap muslim untuk selalu bersikap *tabayun* atau teliti terhadap suatu informasi yang datang. Surat Al-Hujurat ayat 6 Allah berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فٰسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيبُوْا قَوْمًاۙ سِجۡهَةً فَتُصِيبُوْا عَلٰٓى
مَا فَعَلْتُمْ تٰدِيۡمِيۡنَ ﴿٦﴾

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu (Departemen Agama RI, 2005: 517).”

Ayat ini memerintahkan orang-orang yang beriman agar tidak menerima isu-isu yang beredar dengan mentah-mentah, apa adanya, tanpa difilter terlebih dahulu. Sebaliknya, mereka diperintahkan untuk menguji kebenarannya, apalagi

jika berita tersebut datang dari orang yang tidak bertanggung jawab dan sengaja membuat ulah. Ketelitian mengonsumsi informasi itu penting, agar tidak menimpakan petaka kepada orang lain. Menciptakan informasi yang bebas dari kecurigaan pendengar atau pembacanya adalah yang lebih penting. Harapannya agar arus informasi benar-benar dirasakan manfaatnya untuk mendukung terciptanya masyarakat yang madani (Zawawi, 1999: 35).