

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya Bahasa merupakan salah satu aspek yang dipelajari dalam cabang ilmu semantik. Semantik merupakan bagian dari ilmu linguistik yang membahas Tanda dan makna satuan bahasa (Manaf, 2008: 2). Gaya bahasa dapat didefinisikan sebagai cara khas yang digunakan seseorang dalam menyampaikan gagasan bentuk lisan maupun tulisan, yang memiliki fungsi meyakinkan, dan memengaruhi pembaca (Tarigan, 2009: 4). Dalam konteks ini gaya bahasa dimanfaatkan pada berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam pembuatan iklan, penulisan karya sastra, dan komunikasi media massa. Salah satu bentuk pemanfaatan gaya bahasa adalah dalam penulisan tajuk utama sampul sebuah majalah. Tajuk utama dalam sampul majalah dirancang untuk menarik perhatian pembaca.

Sampul merupakan bagian paling luar pada majalah yang dirancang semenarik mungkin melalui gambar dan pemilihan kata yang mencolok agar mudah diingat dan mampu menarik perhatian pembaca. Tidak hanya berfungsi sebagai karya estetis, sampul majalah juga menjadi alat pembentuk persepsi publik melalui pemilihan diksi dan gaya bahasa yang digunakan untuk menyajikan suatu isu. Sejalan dengan pendapat yang dikemukakan Srihati, Tati, dkk (2019: 81), media massa dapat digunakan sebagai strategi dalam membuat opini publik, karena masyarakat yang sering terpapar mengenai suatu informasi pada akhirnya akan membuat opini tersendiri.

Tajuk utama atau *headline* pada sampul majalah sengaja dirancang dengan menggunakan kata-kata yang mencolok dan provokatif untuk tujuan memengaruhi pembaca. Menurut Ranti, dkk (2023: 368) *headline* atau tajuk utama merupakan bagian yang memiliki daya tarik tersendiri khususnya pada media online, penggunaan kata-kata menarik dalam *headline* dapat memengaruhi pembaca secara signifikan. Dalam pembuatan tajuk utama majalah, pemilihan diksi yang kuat dan gaya bahasa yang tepat berfungsi untuk menarik perhatian pembaca.

Majalah merupakan salah satu bentuk media massa yang memiliki peran penting sebagai sumber informasi bagi masyarakat. Secara tradisional, majalah diterbitkan berkala dalam bentuk cetak dan berisi laporan terhadap suatu isu atau peristiwa yang sedang berkembang. Namun, di era digital, majalah tidak hanya terbatas dalam bentuk cetak, tetapi juga dapat diakses secara online melalui berbagai perangkat digital. Sebagaimana yang diungkapkan Putri, dkk (2024: 23) media massa online merupakan segala bentuk media massa yang disiarkan melalui internet, baik media cetak maupun elektronik. Dengan demikian, majalah yang hadir melalui internet juga dikategorikan sebagai media massa online. Transformasi digital ini tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan eksistensi majalah sebagai penyedia informasi, tetapi juga memperluas jangkauan dan memungkinkan adanya interaksi yang lebih dinamis dengan pembaca. Hal ini selaras dengan laporan *Digital News Report* dari *Reuters Institute for the study of journalism* pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa 84% masyarakat Indonesia memilih media online sebagai sumber berita utama (Annur, 2023). Data ini mencerminkan pergeseran pilihan masyarakat menuju media digital yang lebih

praktis dan mudah diakses, sehingga perusahaan media merancang majalah untuk terus beradaptasi terhadap media yang terus berkembang.

Salah satu perusahaan media yang populer di masyarakat adalah *Tempo.co*. Melalui survey yang dilakukan oleh situs Goodstats pada rentang waktu Januari hingga Februari 2024 melalui kuesioner dengan responden sebanyak 2.008 orang menunjukkan hasil bahwa Tempo menempati peringkat kesembilan sebagai portal berita online di Indonesia yang paling sering dikunjungi (Alfathi; 2024). Tempo merupakan media massa yang aktif sejak tahun 1971, meskipun sempat ditutup pada masa Orde Baru karena dinilai terlalu vokal menyuarakan kritik terhadap pemerintah. Namun, Tempo kembali bangkit pada tahun 1998 dan menjadi pelopor media massa digital hingga kini (Rosana, 2021). Tempo dikenal memiliki citra sebagai media yang independen, netral dan berani menyuarakan kritik terhadap pemerintah. Kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap media Tempo cukup tinggi. Hal ini dibuktikan dengan laporan dari *Reuters Institute for the study of journalism* pada tahun 2023, Tempo menempati posisi keenam sebagai media yang paling dipercaya oleh masyarakat Indonesia, dengan tingkat kepercayaan sebesar 60% (Annur, 2023). Salah satu produk jurnalistik unggulan Tempo adalah majalahnya. Berdasarkan laporan tahunan Tempo tahun 2023, majalah digital Tempo yang terbit setiap minggu memiliki pelanggan sebanyak 14.000 dan mencatat *pageview* sebesar 1,7 juta dalam satu tahun. Sebagai salah satu media jurnalistik yang memiliki reputasi kuat di Indonesia, Tempo sering memanfaatkan gaya bahasa yang kreatif untuk penyusunan tajuk utama dalam sampul majalahnya. Oleh karena itu, tajuk utama

pada sampul majalah Tempo menjadi objek yang menarik untuk dianalisis lebih mendalam

Menurut Pusat Data dan Analisa Tempo (2022: 55) Sampul majalah Tempo kerap memantik kontroversi hingga menyebabkan masalah dan intimidasi terhadap redaksi. Salah satu contohnya pada saat Tempo mengeluarkan majalah edisi 16 September 2019 dengan tajuk utama *Janji Tinggal Janji* yang menunjukkan ilustrasi Presiden Joko Widodo namun bersiluet pinokio juga berujung tuntutan oleh relawan Jokowi yang keberatan atas sampul majalah tersebut karena dianggap menghina kepala negara. Selain itu, menurut artikel yang ditulis Hamidah (2024) pada majalah Tempo edisi 24 Desember 2023 dengan Tajuk utama *Moeldoko “Beking Mobil Listrik Wuling”* juga berujung laporan kepada Dewan Pers oleh Jenderal TNI (Purn) Moeldoko yang saat itu menjabat sebagai Kepala Staf Kepresidenan karena merasa keberatan atas penulisan judul yang menggiring opini publik.

Dari beberapa contoh narasi pada tajuk utama sampul majalah Tempo yang telah diuraikan, terdapat hal yang menarik untuk dikaji lebih mendalam yakni penggunaan gaya bahasa. Seperti yang dikemukakan oleh Tarigan (2009: 4) Gaya bahasa didefinisikan sebagai bentuk dari retorika, yakni penggunaan kosakata untuk menulis dan berbicara guna mempengaruhi orang lain. Ragam gaya bahasa menurut Tarigan dibedakan menjadi 60 jenis gaya bahasa, yang kemudian dikelompokkan ke dalam empat kelompok besar, yakni gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, dan perulangan. Namun, pada penelitian kali ini hanya akan berfokus pada penggunaan gaya bahasa perbandingan dan pertentangan saja.

Pemilihan analisis gaya bahasa perbandingan dan pertentangan didasarkan pada analisis awal yang telah dilakukan, terungkap bahwa penulisan tajuk utama pada sampul majalah Tempo edisi Mei 2024—Februari 2025 mengandung gaya bahasa perbandingan dan pertentangan. Gaya bahasa ini muncul secara dominan dan konsisten, menunjukkan bahwa redaksi Tempo secara sengaja menggunakan gaya bahasa perbandingan dan pertentangan seperti metafora, personifikasi, sarkasme, dan sinisme secara terang-terangan sebagai strategi retorik untuk menarik perhatian pembaca.

Pemilihan rentang waktu Mei 2024 hingga Februari 2025 didasarkan pada konteks sosial-politik Indonesia pasca pemilu 2024, serta transisi pemerintahan sehingga meningkatnya perhatian publik terhadap pemberitaan mengenai politik dan pemerintahan. Data Google Trends (2025) menunjukkan bahwa sepanjang periode tersebut, tingkat penelusuran masyarakat Indonesia terhadap kata kunci “politik” dan “pemerintah” secara konsisten berada tersebut angka 25, dengan lonjakan signifikan mencapai angka 100 pada awal November 2024, yang menandai puncak perhatian publik terhadap isu politik nasional. Selain itu, rata-rata minat terhadap kata “pemerintah” berada di angka 47 dan “politik” di angka 34 mencerminkan bahwa kedua topik tersebut terus menjadi sorotan utama dalam penelusuran daring masyarakat Indonesia. Fakta ini mengindikasikan bahwa masyarakat sangat responsif terhadap narasi politik dan pemerintahan yang berkembang di media massa sehingga menjadikan periode ini sangat relevan untuk dianalisis secara mendalam, khususnya dalam konteks pemanfaatan gaya bahasa dalam tajuk utama majalah Tempo yang sering kali mengangkat isu politik.

Penelitian sebelumnya terhadap sampul majalah Tempo yang ditulis oleh Theodora Edra Pramaskara (2022) lebih fokus pada pendekatan semiotika. Penelitian lainnya juga ditemukan yakni Pemberitaan Polusi Jakarta Pada Majalah Tempo: Perspektif Analisis Wacana Kritis Model Michel Foucault yang ditulis oleh Nurhannah Widiyanti, dkk (2023) berfokus pada pendekatan framing. Belum ada penelitian yang secara spesifik membahas gaya bahasa pada tajuk utama sampul majalah Tempo. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk memberikan sudut pandang baru yang lebih fokus pada penggunaan gaya bahasa pada sampul majalah Tempo edisi Mei 2024 hingga Februari 2025.

Adapun urgensi dari penelitian ini adalah ingin mengangkat fenomena penggunaan gaya bahasa yang ada pada tajuk utama sampul majalah Tempo pada era pasca pemilu hingga awal pemerintahan baru yakni pada rentang waktu Mei 2024— Februari 2025. Pemilihan periode tersebut karena ditemukan banyak tajuk utama yang menggunakan diksi atau gaya bahasa provokatif dan metaforis sehingga berpotensi untuk mempengaruhi opini publik. Dampak positif dari penelitian ini adalah dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana gaya bahasa digunakan dalam tajuk utama media massa, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya memilih diksi dan struktur kalimat yang tepat dalam menyampaikan informasi

Berdasarkan paparan tersebut, Penelitian mengenai gaya bahasa penting untuk dilakukan karena mengingat media massa khususnya Tempo memiliki peranan besar dalam pemberitaan politik, dan sering kali memantik kontroversi di tengah masyarakat. Selain itu, menurut Agustin, dkk (2024:236) Media massa

memiliki peranan penting dalam dinamika politik pasca pemilu sehingga pengawasan terhadap penyebaran informasi dan edukasi masyarakat mengenai literasi media menjadi krusial. Oleh karena itu, analisis terhadap pemilihan kata dalam penulisan tajuk utama majalah Tempo perlu untuk dilakukan sehingga dapat memahami media Tempo menggunakan gaya bahasa untuk menyampaikan pesan kepada pembacanya di tengah suasana politik pasca pemilu

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimanakah bentuk dan makna gaya bahasa perbandingan yang digunakan pada tajuk utama majalah Tempo edisi Mei 2024—Februari 2025?
- 1.2.2 Bagaimanakah bentuk dan makna gaya bahasa pertentangan yang digunakan pada tajuk utama majalah Tempo edisi Mei 2024—Februari 2025?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mendeskripsikan gaya bahasa perbandingan yang digunakan pada tajuk utama majalah Tempo edisi Mei 2024—Februari 2025
- 1.3.2 Untuk mendeskripsikan gaya bahasa pertentangan yang digunakan pada tajuk utama majalah Tempo edisi Mei 2024—Februari 2025

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini dapat menambah contoh analisis penggunaan gaya bahasa di tajuk utama majalah. Teori yang digunakan dapat sebagai acuan atau referensi khususnya pada bidang semantik tentang bentuk gaya bahasa.

1.4.2. Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi mahasiswa program studi pendidikan bahasa dan sastra Indonesia, penelitian ini diharapkan mengembangkan pemahaman tentang perbedaan gaya bahasa khususnya pada teks jurnalistik serta menambah kemampuan analisis teks secara kritis.

1.4.2.2 Bagi pendidik, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada pendidik untuk memahami tentang bentuk-bentuk gaya bahasa dalam tajuk utama majalah Tempo, sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk membuat bahan ajar dalam pembelajaran bahasa Indonesia materi gaya bahasa.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini adalah tajuk utama sampul majalah Tempo edisi bulan Mei 2024 hingga bulan Februari 2025. Tajuk utama majalah yang termasuk ke dalam objek penelitian ini merupakan kata, frasa, kalimat, dan wacana yang terdapat pada sampul majalah tempo yang membahas mengenai politik dan pemerintahan Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori gaya bahasa Tarigan jenis perbandingan dan pertentangan.

1.6 Definisi Operasional

1.6.1 Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah suatu cara khas untuk mengungkapkan pikiran berbagai pilihan kata guna mengungkapkan suatu makna yang bertujuan memengaruhi orang lain. Gaya bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi namun, sebagai sarana mengungkapkan ekspresi yang dapat memperkaya makna yang ingin disampaikan.

1.6.2 Gaya Bahasa Perbandingan

Gaya bahasa perbandingan adalah gaya bahasa yang digunakan untuk membandingkan dua hal berbeda dengan menekankan kesamaan di antara keduanya, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memperkuat makna atau pesan.

1.6.3 Gaya Bahasa Pertentangan

Gaya bahasa pertentangan adalah gaya bahasa yang digunakan untuk menyampaikan dua ide atau hal yang saling berlawanan guna menegaskan makna, menciptakan kontras, atau menambah daya tarik dalam penyampaian pesan. Penggunaan gaya bahasa pertentangan membantu menyoroti perbedaan secara tajam dan memperkuat kesan terhadap makna.

1.6.4. Majalah Tempo

Majalah Tempo merupakan suatu produk jurnalistik dari media Tempo yang terbit setiap minggu pada hari sabtu dan membahas suatu persoalan yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat atau menyoroti suatu isu.

1.6.5 Perusahaan media Tempo

Tempo merupakan salah satu media yang telah berdiri sejak tahun 1971. Perusahaan media ini dikenal luas oleh masyarakat Indonesia yang menerbitkan majalah investigasi mingguan “Tempo” yang menjadi salah satu rujukan utama jurnalisme Indonesia. Majalah Tempo dikenal masyarakat dengan ciri khas jurnalisme investigasinya, serta moto yang selalu independen, netral, kritis, dan inovatif.

1.6.6 Tajuk Utama

Tajuk utama atau yang lebih dikenal dengan *Headline* adalah judul utama yang paling menonjol pada halaman depan sebuah majalah atau surat kabar. Tajuk utama berfungsi gambaran singkat isi berita utama, serta berfungsi menarik perhatian pembaca. Tajuk utama biasanya ditulis menggunakan kalimat yang singkat dan padat, ukurannya dibuat lebih besar daripada tulisan lainnya sehingga menonjol dan lebih mudah dibaca.