



SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor: 924.30/C/FKIP-UN PGRI/VIII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Intan Prastihastari Wijaya, M.Pd., M.Psi.
NIDN : 0729078402
Jabatan : Gugus Penjamin Mutu

Menyatakan bahwa:

Nama : Shinta Ananda Prilistian Claudy
NIM : 2014040027
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Judul Skripsi : Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik pada Berita Bohong di Media Sosial Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024

Telah melakukan cek plagiasi pada dokumen Skripsi dengan hasil sebesar 21% dan dinyatakan bebas dari unsur-unsur plagiasi. (Ringkasan hasil plagiasi terlampir)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kediri, 6 Agustus 2024

Gugus Penjamin Mutu,



Intan Prastihastari Wijaya, M.Pd., M.Psi.

SKRIPSI SHINTA BAB 1-5

by Junio Boy Smara Dinso

Submission date: 06-Aug-2024 04:31AM (UTC-0400)

Submission ID: 2427987585

File name: SKRIPSI_SHINTA_BAB_1-5.docx (237.1K)

Word count: 14213

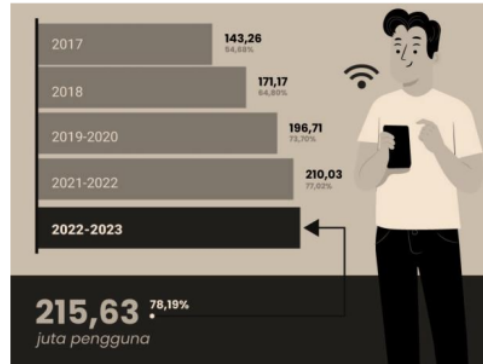
Character count: 93338

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sangat penting. Bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum (Pohan, 2021: 29). Bahasa berfungsi sebagai identitas suatu negara dan alat untuk komunikasi. Setiap individu memerlukan bahasa untuk berinteraksi, menyampaikan ide dan pendapat, serta dalam hubungan sosial lainnya (Prasasti, 2016: 10). Bahasa dan komunikasi saling terkait erat, dengan bahasa berperan sebagai sarana atau media komunikasi yang digunakan manusia untuk berinteraksi dengan orang lain. Menurut Noermanzah (2017: 41-49), bahasa merupakan bentuk pesan yang sering disampaikan melalui ekspresi dalam berbagai aktivitas komunikasi. Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) (2023), bahasa adalah sistem simbol bunyi yang digunakan oleh kelompok masyarakat untuk berkolaborasi, mengidentifikasi diri, dan berinteraksi (Mailani dkk, 2022: 17-24). Dalam berkomunikasi dibutuhkan media yaitu bahasa dan non-bahasa untuk berinteraksi dengan sesama.

Di era informasi digital, media sosial menjadi tempat berinteraksi yang paling banyak di manfaatkan. Wadah paling utama sebuah berita serta informasi yakni media sosial yang disebar dengan cepat dan luas. Media sosial mengacu pada praktik memanfaatkan alat digital untuk tujuan berkomunikasi dengan orang lain, merangsang perdebatan, dan membina ikatan interpersonal bagaimana orang berbicara satu sama lain telah sangat berpengaruh oleh munculnya media sosial (Suri dkk, 2019: 32-44). Laporan "Digital 2023 Indonesia" terbaru yang diterbitkan oleh Dataportal.com mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. terhitung pada 2017 dengan 143,26 pengguna, pada 2018 dengan 171,17 pengguna, di tahun 2019-2020 dengan pengguna 196,71, di tahun 2021- 2022 dengan 201,03 pengguna, serta kira-kira bisa bertambah peningkatan sampai tercapai 215,63 juta pengguna pada 2023.

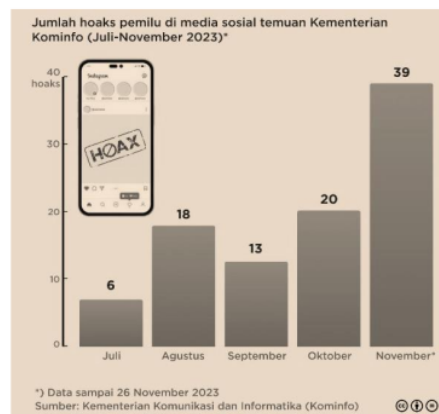


Gambar 1.1. Jumlah pengguna internet di Indonesia
(Sumber: Dataportal.com, 2023)

Dilansir dari Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informasi), Negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia adalah Indonesia. Berdasarkan survei Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta dari total populasi 276,4 juta jiwa (Kominfo, 2023). Tidak sedikitnya jumlah pengguna internet membuat media sosial sekarang tidak lagi hanya sekadar alat mencari informasi, tetapi tanpa disadari juga melakukan produksi informasi dan sekaligus mendistribusikan informasi berupa teks tulisan, komentar, gambar/foto, dan sebagainya. Syahputra (2021: 201-214) menyatakan bahwa tidak dapat dipungkiri siapapun yang termasuk telaten dalam mediasosial dapat bergabung hingga bisa ikut berkecimbung menjadi produsen maupun konsumen. Bebasnya siapapun memproduksi dan mendistribusikan informasi ini tentunya akan memberikan banyak dampak dan permasalahan, salah satunya adalah munculnya berita bohong.

Menurut Nugroho (2017: 45-56) Berita bohong adalah informasi yang dibuat untuk menutupi fakta sebenarnya atau bisa juga diartikan sebagai usaha untuk membalikkan kenyataan dengan menggunakan informasi yang tampak meyakinkan namun tidak dapat dipastikan kebenarannya. Dari survei yang dilakukan Kominfo serta Mafindo (Masyarakat Anti-Fitnah Indonesia) pada 17 Juli 2023 sampai 26 November 2023 terdapat media sosial yang paling banyak menjadi sumber

berita bohong. Survei tersebut menunjukkan peningkatan berita bohong terutama mengenai pemilu dengan 6 berita bohong di Juli dan meningkat menjadi 18 di Agustus, lalu September sedikit menurun menjadi 13 berita bohong, kemudian naik lagi menjadi 20 berita bohong di Oktober, dan secara drastis meningkat menjadi 39 berita bohong di November. Facebook menjadi media tertinggi penyebaran berita bohong dengan ditemukan 32 kasus dengan preferensi yang hampir mendekati 48%. TikTok menempati posisi kedua dengan 21 konten yang diajukan. Dilanjut Youtube dengan 17 konten, X dengan 3 konten, dan Snack Video sebanyak 2 konten. Tahun 2024 menjadi tahun politik yang tidak dapat dipungkiri penyebaran berita bohong semakin meningkat terutama berita mengenai pemilu yang menjadi isu paling ditunggu oleh masyarakat.



Gambar 2.1. Peningkatan berita bohong di media sosial
(Sumber: kominfo, 2023)

Pemanfaatan internet, terutama media sosial, telah memberikan dampak signifikan terhadap partisipasi dan minat politik di berbagai kalangan. Media sosial

memungkinkan individu untuk menyampaikan pendapat, mengikuti berita politik, dan terlibat secara aktif dalam kampanye politik. Pengertian tentang penyuaaran masing” calon tertuang Pasal 1 ayat (35) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, kampanye pemilu adalah kegiatan yang dilakukan oleh peserta pemilu atau pihak yang mereka tunjuk untuk meyakinkan pemilih melalui visi, misi, program, dan citra peserta pemilu. Pasal 267 ayat (1) juga menyebutkan bahwa kampanye pemilu dianggap sebagai bagian dari pendidikan politik masyarakat dan harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Masa tersebut pada pemilu Calon Presiden Wakil Presiden 2024 dilaksanakan pada 28 Oktober 2023 sampai dengan 10 Februari 2024. Kampanye secara *online* menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Masing- masing pasangan Capres dan Cawapres memanfaatkan media sosial untuk mengomunikasikan program-program mereka kepada pemilih, membangun basis dukungan, dan berinteraksi dengan pemilih potensial. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam pemilu memberikan keuntungan dalam hal efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan, tetapi perhatian yang serius harus diberikan pada aspek keamanan data guna menjaga citra dan kualitas pelaksanaan pemilu (Yuni, 2022: 123-134). Hadirnya internet dan media sosial juga memiliki dampak negatif. Tidak semua informasi yang beredar di media sosial dipastikan validitasnya yang memunculkan tantangan dalam bentuk penyebaran berita bohong yang dapat memengaruhi pemilu.

Menurut Mony (2020: 87) Bahasa jurnalistik merupakan alat yang digunakan jurnalis untuk menyajikan dengan jelas peristiwa dan realitas terkini. Lewat dari ilmu jurnalistik, Melalui bahasa jurnalistik, peristiwa kemudian kenyataan disampaikan untuk seluruh rakyat supaya bisa mengonsumsi kebentuk karyanya jurnalis lain. Ada 17 karakteristik yang dimiliki bahasa jurnalistik yakni sederhana, singkat, padat, lugas, jelas, jernih, menarik, demokratis, populis, logis, gramatikal, mengesampingkan kata tutur, mengesampingkan kata dan istilah asing, pemilihan diksi yang tepat, menghindari kalimat pasif, mengesampingkan kata atau istilah teknis, dan tunduk kepada kaidah etika (Sumadiria, 2018: 121-134). Adanya penyimpangan terhadap karakteristik bahasa jurnalistik merupakan salah satu penyebab munculnya berita bohong.

Penelitian terkait pelanggaran bahasa jurnalistik pernah dilakukan oleh Prakoso (2019) dengan judul “Berita Bohong di Media Sosial pada Masa Pemilu Capres dan Cawapres 2019 Sebagai Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan ketidaksihonestan dan bagaimana ¹ cara menganalisis berita bohong dari tinjauan karakteristik jurnalistik. Hasil penelitiannya mengemukakan pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang meliputi pelanggaran karakteristik kaidah dan etika bahasa, jelas, padat, jernih, singkat, sederhana, lugas, kalimat aktif, menarik, demokratis, dan karakteristik menghindari istilah teknis. ²⁵ Perbedaan penelitian Prakoso dengan penelitian yang akan dilakukan adalah masa pemilu Prakoso pada masa pemilu 2019 sedangkan penelitian ini pada masa pemilu 2024. Perbedaan yang lainnya adalah perbedaan waktu pemilihan data. Penelitian Prakoso memilih pada masa tenang sampai tanggal pemungutan suara sedangkan penelitian ini memilih pada masa kampanye sampai hari tenang. Selain itu perbedaannya penelitian Prakoso hanya menunjukkan bentuk pelanggaran jurnalistik saja sedangkan penelitian ini menunjukkan bentuk pelanggaran jurnalistik disertai dengan teknik penentuan kebenaran berita bohong. ⁷⁹ Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian Prakoso terletak pada objek penelitian yaitu pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik.

Penelitian Alfarizi dan Sudrajat (2022) dengan judul “Karakteristik Bahasa Jurnalistik pada Berita Utama Media *cnnindonesia.com*”. Hasil penelitian tersebut ¹⁵ menjelaskan bahwa terdapat sembilan macam penyimpangan karakteristik bahasa jurnalistik di media *online* *cnnindonesia.com*. Penelitian yang dilakukan Alfarizi dan Sudrajat dengan penelitian ini mempunyai fokus yang sama yaitu mengkaji pelanggaran bahasa jurnalistik. Adapun pembedanya terletak pada teori yang digunakan yaitu penelitian Alfarizi dan Sudrajat menggunakan teori karakteristik jurnalistik dari Sumadiria (2016) sedangkan penelitian ini menggunakan teori pelanggaran

karakteristik jurnalistik oleh Mony (2020). Perbedaan selanjutnya terletak pada subjek yang dipilih yaitu penelitian ini pada media sosial (*facebook*, *X*, *WhatsApp*, dan *website*) sedangkan penelitian terdahulu memilih subjek media *cnnindonesia.com*. Dengan demikian perbedaan teori dan objek kajian yang digunakan akan memberikan hasil yang berbeda.

Penelitian lain berjudul “Karakteristik Bahasa Jurnalistik dalam Berita Utama Surat Kabar Suara Merdeka Tahun 2021” yang diteliti oleh Sari dkk. (2021). Penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik bahasa jurnalistik dalam berita utama surat kabar Suara Merdeka tahun 2021. Pada penelitian tersebut terdapat karakteristik bahasa jurnalistik yaitu komunikatif, spesifik, kejelasan makna, penghematan kata, dan ketidakmubaziran atau ketidakklisean pada berita utama surat kabar Suara Merdeka edisi Januari 2021 hingga April 2021. Penelitian Sari dkk. memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas tentang karakteristik bahasa jurnalistik namun dengan teori yang berbeda. Penelitian Sari dkk. hanya berfokus pada pengklasifikasian karakteristik bahasa jurnalistik sedangkan pada penelitian ini berfokus pada bentuk pelanggaran bahasa jurnalistik. Perbedaan yang lainnya terletak pada subjek yang dipilih. Subjek penelitian Sari dkk. hanya berfokus pada berita utama surat kabar Suara Merdeka Tahun 2021 sedangkan penelitian ini mencakup subjek yang lebih luas yaitu media sosial (*facebook*, *X*, *WhatsApp*, dan *website*) tahun 2023.

Berdasarkan fenomena yang terjadi yakni munculnya berita bohong dan maraknya pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik maka penelitian ini hendak meneliti lebih lanjut tentang berita bohong jurnalistik pada masa kampanye capres dan cawapres pemilu 2024 sebagai bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik. Peneliti memilih berita bohong pada masa kampanye Capres dan Cawapres 2024 karena hal tersebut perlu diwaspadai agar tidak terjadi lebih banyak lagi berita bohong yang nantinya dapat berdampak terhadap keputusan politik hingga memecah belah masyarakat. Peneliti memilih pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik karena dapat

merusak kredibilitas media dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap keabsahan berita dan informasi yang mereka terima.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih data yang relevan dan mana yang tidak relevan (Moleong, 2017: 92). Relevan dengan pernyataan tersebut, Sugiyono (2020: 275) juga berpendapat bahwa penelitian kualitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi, dan fisibilitas masalah yang akan dipecahkan.

Pada penelitian ini fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik dan seperti apa bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik pada berita bohong dalam masa kampanye Capres dan Cawapres pemilu 2024. Alasan peneliti fokus terhadap pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik karena masalah ini juga penting dikaji untuk mencegah penyebaran berita bohong dan manipulasi opini publik di masa kampanye pemilu juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berita bohong sehingga ke depannya diharapkan masyarakat akan lebih waspada dan kritis terhadap informasi yang diterima. Dari fokus penelitian tersebut, judul penelitian ini adalah yaitu “*Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik pada Berita Bohong di Media Sosial Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024*”.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian sebagaimana telah diuraikan, penelitian ini akan meneliti pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik dengan menggunakan konsep Sumadiria (2016). Agar penelitian ini lebih terarah maka dibuatlah pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimanakah teknik menentukan berita bohong di media sosial dari tinjauan karakteristik bahasa jurnalistik?
2. Bagaimanakah bentuk bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial pada masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024?

3. Bagaimanakah bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial pada masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024?

17 D. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik bahasa jurnalistik pada berita bohong di masa kampanye capres dan cawapres 2024 di media sosial. Secara khusus tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan teknik menentukan berita bohong di media sosial dari tinjauan karakteristik bahasa jurnalistik
2. Mendeskripsikan penggunaan bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial pada masa Pemilu Capres dan Cawapres 2024.
3. Mendeskripsikan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial pada masa Pemilu Capres dan Cawapres 2024.

32 E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis. Berikut adalah deskripsi manfaat yang dicapai dari penelitian yang dilakukan.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini dapat mengevaluasi sejauh mana berita bohong melanggar prinsip-prinsip objektivitas, akurasi, dan profesionalisme dalam jurnalisme. Dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena berita bohong dalam konteks kampanye politik, serta implikasinya terhadap praktik jurnalistik dan dinamika komunikasi politik yang lebih luas.

54 2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang penggunaan bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial pada masa Pemilu Capres dan Cawapres 2024 sehingga dapat mengembangkan ilmu pengetahuan tentang jurnalistik.

14

b. Bagi Masyarakat

1 Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial sehingga dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi media sosial dan menjadi konsumen media yang lebih bertanggungjawab serta memerangi penyebaran berita bohong.

c. Bagi Pemerintah

23

1 Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya pencegahan dan penanganan berita bohong di media sosial, khususnya pada masa kampanye pemilu sehingga integritas proses demokrasi terjaga dari pengaruh informasi yang menyesatkan.

d. Bagi Guru

Penelitian ini dapat menjadi acuan memahami pola penyebaran dan karakteristik bahasa jurnalistik berita bohong sehingga dapat mengembangkan strategi pembelajaran untuk meningkatkan literasi media digital siswa serta pengajaran teknik penulisan berita yang kredibel.

89

e. Bagi Siswa

Penelitian ini dapat memberikan pentingnya penggunaan bahasa yang tepat dan etis dalam komunikasi jurnalistik di media sosial serta meningkatkan kesadaran dan keterampilan berpikir siswa dalam mengevaluasi konten media informasi yang beredar.

12

f. Bagi Sekolah

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk mengembangkan kurikulum dan kebijakan sekolah terkait pendidikan literasi media digital serta mendukung program sekolah dalam mempersiapkan siswa menjadi warga negara yang cerdas dan bertanggungjawab di era digital.

BAB II

LANDASAN TEORI

Dalam penelitian diperlukan peran teori yang komprehensif. Ratna (2004: 21) mengemukakan bahwa teori merupakan seperangkat definisi, konsep, dan proposi yang memiliki hubungan yang sudah terbukti kebenarannya. Adapun landasan teori adalah alur logika atau penawaran yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proposi yang disusun secara sistematis dan umum (Sugiyono, 2020: 85). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa landasan teori adalah dasar teori berupa sekumpulan definisi, ide, dan saran yang disusun secara sistematis tentang variabel penelitian. Landasan teori ini akan berfungsi sebagai dasar yang kuat untuk penelitian yang akan dilakukan. Landasan teori penelitian ini meliputi hakikat bahasa jurnalistik, karakteristik bahasa jurnalistik, berita bohong, dan bentuk bahasa jurnalistik pada berita bohong.

A. Hakikat Bahasa Jurnalistik

Jurnalistik sebagai salah satu disiplin ilmu yang memberikan pedoman yang jelas kepada jurnalis untuk membuahkan hasil tangan jurnalis tentu yang utama yakni hotberita, pedoman ini biasanya berfokus pada gaya bahasa yang digunakan oleh jurnalis atau karakteristik bahasa jurnalistik (Mony, 2020: 37). Bahasa jurnalistik adalah bahasa yang digunakan oleh para redaktur, wartawan, atau pengelola media massa dalam proses menyusun, menyajikan, memuat, menyiarkan, dan menayangkan berita serta laporan peristiwa atau pernyataan yang benar, aktual, penting, dan menarik dengan tujuan agar isinya mudah dipahami dan maknanya cepat ditangkap (Sumadiria, 2020: 215). Bahasa jurnalistik juga dapat diartikan sebagai suatu bahasa yang digunakan oleh wartawan dalam penulisan karya jurnalistik.

Dalam pemahaman yang lain, bahasa jurnalistik dinamakan sebagai bahasa pers. Bahasa pers adalah satu ragam bahasa yang memiliki sifat-sifat khas yaitu: singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas, dan menarik (Khairunisa, 2013: 38). Bahasa jurnalistik memperlakukan siapapun dengan

setara, baik itu presiden, politikus, anggota dewan, guru, karyawan, tukang becak, pengemis, maupun pemulung (Despita, 2020: 22). Bahasa jurnalistik juga harus didasarkan pada bahasa baku, memperhatikan ejaan yang benar, dan dalam kosakata mengikuti perkembangan di masyarakat. Menurut Mony (2020: 38) bahasa jurnalistik sebagai ragam bahasa baku atau bentuk penggunaan bahasa yang sesuai kaidah penggunaan huruf, kata, serta kalimat yang benar, dan sesuai aturan standar wilayah tempat perusahaan media beroperasi. Artinya perusahaan media yang beroperasi di Indonesia harus menggunakan bahasa jurnalistik yang sesuai dengan kaidah kebahasaan bahasa Indonesia.

Bahasa jurnalistik mengutamakan kalimat aktif yang artinya lebih mudah dipahami dan lebih disukai oleh khalayak pembaca dibandingkan menggunakan kalimat pasif (Seap, 2022: 123-134). Kalimat aktif memudahkan penjabaran dan memperjelas tingkat pemahaman sedangkan kalimat pasif sering menyatkan pengertian dan membingungkan. Tingkat pemahaman karakteristik tersebut merupakan hal yang harus dipenuhi oleh bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik juga harus jelas susunan katanya, dan kuat maknanya (*clear and strong*).

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai bahasa jurnalistik maka dapat disimpulkan bahwa bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang digunakan oleh jurnalis atau wartawan dalam penulisan berita yang di dalamnya terdapat sifat-sifat khas yang bertujuan agar pembaca dapat dengan mudah memahami isinya.

B. Karakteristik Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik memiliki karakteristik atau ciri tersendiri sehingga berbeda dengan bahasa akademis, bahasa sastra, dan sebagainya. Karakteristik bahasa jurnalistik dipengaruhi oleh banyak hal yang terkait dengan penentuan masalah, jenis tulisan, pembagian tulisan, dan sumber tulisan (Nurhayat: 2019: 14). Namun demikian bahasa jurnalistik tidak dapat meninggalkan kaidah yang dimiliki oleh ragam bahasa Indonesia baku dalam hal pemakaian kosakata, struktur sintaksis, dan wacana.

Secara umum karakteristik bahasa jurnalistik meliputi bahasa yang berciri sederhana, singkat dan padat, lugas, jelas, jernih, menarik, demokratis, populis, dan logis. Wartawan harus selalu menggunakan bahasa jurnalistik untuk menulis berita, baik hard news maupun soft news agar laporan mereka banyak yang tertarik gampang di cerna otak memenuhi persyaratan. Sumadira(2016:13-17) menguraikan karakteristik dari jurnalistik bahasa yang meliputi kesederhanaan, kejelasan, menarik, tidak berbelit belit, serta logis..

1. Sederhana

Secara sederhana, prinsipnya adalah bahwa dalam karya jurnalistik, kata-kata harus disampaikan dengan cara yang mudah dipahami sehingga dapat dijangkau oleh sebanyak mungkin pembaca. Hal ini memungkinkan informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh berbagai kalangan masyarakat.

Berikut ini contoh penggunaan kata *trah* dan *keturunan* dalam dua kalimat.

- a) Cawapres yang telah dipilih, Gibran merupakan *trah* Jokowi
- b) CawapresRI, yakni turunannya Jokowi

Diperlihatkan contoh diatas turunan serta *trah* maknanya serupa ialah bermaksud pada pengganti dari dalam keluarga. Banyak kemungkinan berbeda kalau jurnalis memanfaatkan kta *ras* seperti pada kalimat pertama, namun alasan utamanya adalah kemungkinan informasi tersebut tidak dapat dipahami. Jurnalis tetap bisa menggunakan kata *ras* dalam head line berita untuk membangkitkan pembaca tetapi konten berita tersebut juga harus menyertakan sinonim yang familiar bagi pembaca untuk menghindari bias berita.

2. Singkat dan Padat

Dalam jurnalisme, penting untuk menjelaskan inti masalah secara langsung dan tanpa banyak perubahan. Singkatnya, jika Anda menulis tentang suatu masalah, fokuslah pada masalah tersebut tanpa berputar-putar. Unsur-unsur lain dimasukkan hanya sebagai pelengkap atau bahkan tidak diperlukan. Ringkasan bukan berarti penyederhanaan yang sia-sia. Kalimat dalam jurnalistik harus singkat namun mengandung banyak informasi di dalamnya.

Kalimat “*Megawati Soekarno Putri ialah ketua umum PDIP kini terulang menjadi ketua kader*” menjadi “*Megawati Soekarno Putri kini kembali menjabat sebagai Ketua Umum PDIP setelah sebelumnya telah memegang posisi tersebut..*”

Katra hubung adalah serta yang didalam awal kamilat dihilangkan. Penjelasan yang tidak perlu tentang kader partai yang memilih ketua partai dihilangkan karena sudah umum diketahui bahwa proses pemilihan ketua partai dilakukan oleh kader partai sendiri, bukan oleh masyarakat atau pihak luar organisasi.

3. Lugas

Lugas dalam konteks jurnalisme berarti bahwa kata-kata atau kalimat yang digunakan harus jelas dan tidak ambigu. Seorang jurnalis harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dipahami oleh pembaca atau pemirsa, sehingga pesan yang disampaikan dapat dengan jelas dipahami dan dimengerti. dapat ditangkap secara jelas dan terang oleh pembaca atau pemirsa.

Judul “*WapresJK AlergiWarfawan Oneline Petugas Paspmpres?*”

Terdapat tiga arti yaitu:

- a. Selain memiliki alergi terhadap wartawan online, Wapres JK juga memiliki alergi terhadap paspampres.
- b. Hanya Wapres JK yang memiliki alergi terhadap wartawan online, tetapi juga terhadap paspampres?
- c. Yang memiliki alergi terhadap wartawan online bukanlah Wapres JK, melainkan paspampres?

Contoh judul disebut lugas jika tertulis seperti dibawah ini:

“*WapresJK atauPaspampres, tidak suka WartawanOneline?*”

Judul tersebut menggambarkan pertanyaan wartawan mengenai apakah Wapres JK atau Paspampres memiliki alergi terhadap wartawan online, seperti yang dijelaskan dalam isi berita.

4. Jelas

Didalam jurnalistik, kejelasan berarti makna suatu paragraf di sebuah hasil jurnalis mudah dipahami, jelas, serta tak ambigu. Jelas maknanya, jelas

susunan kata atau frasa yang berkaitan dengan SPOK, serta jelas tujuan dan maksudnya.

Judul berita "Pergi Umrah, Sandiaga Doakan Prabowo Jadi Presiden di Mekkah" kurang jelas dalam maknanya. Sebenarnya, Sandiaga Uno mendoakan Prabowo menjadi presiden dalam perjalanan ibadah umrahnya di Mekkah.

5. Jernih

Jernih ialah salah satu penciri bahasa jurnalistik. Artinya, perkata maupun perkalimat didalam karyanya tersebut bukan mengandung halnegati. Kejernihan ini tersangknt komentar pers wajib selaras dengan kebenaran, katta, dan kalimaat harus kenyataan.

Judul berita "Partainya Megawati Tolak Depok Jadi Kota Religius" mengandung nuansa negatif yang tersembunyi dan diarahkan pada partai politik tertentu. Judul ini tidak jelas, sedangkan dalam isi berita sebenarnya yang ditolak adalah Rancangan Peraturan Daerah Kota Depok karena dianggap bertentangan dengan undang-undang. Judul tersebut memberi kesan bahwa partai politik tersebut melarang praktik peribadatan dari berbagai agama di Kota Depok.

6. Menark

Konsep menarik dalam penulisan karya jurnalistik sangatlah penting, dengan alasan berikut: 1) Menarik membuat pembaca membaca sampai selesai sehingga informasi yang diserapnya terjamin lengkap, 2) Membaca semuanya pasti akan membutuhkan banyak waktu. Kegiatan meluangkan waktu untuk memperoleh informasi ini dapat dikonversi secara ekonomi, melalui televisi, lalu portal online. Menulis karya jurnalistik yang menarik juga meningkatkan jumlah pembelian surat kabar dan frekuensi mendengarkan di radio.

Judul berita lainnya, "Presiden Joko Widodo berkeinginan menjadikan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi 5 besar dunia pada tahun 2045. Mantan Wali Kota Solo tersebut meyakini hal itu karena pertumbuhan ekonomi Indonesia semakin positif dari tahun ke tahun," menjadikan frasa "Presiden Joko Widodo" diganti dengan "Mantan Wali Kota Solo" membuat kalimat dalam berita menjadi lebih menarik, dinamis, dan informatif.

7. Demokratis

Bahasa pada penulisan karya jurnalistik tidak membedakan golongan dan pangkat seperti bahasa daerah. Bahasa jurnalistik tidak mengizinkan penggunaan bahasa yang menghina, kasar, penuh cacian, celaan, atau berorientasi pornografi. Hukum Pers (UU Pers dan UU Penyiaran) secara tegas melarang bahasa semacam itu karena beberapa alasan. Salah satu alasan utamanya adalah bahwa media memiliki peran dalam mendidik masyarakat. Penggunaan bahasa yang tidak pantas bertentangan dengan fungsi pendidikan media. Dengan demikian karakteristik bahasa jurnalistik yang demokratis ini berusaha untuk menjangkau dan menarik partisipasi seluruh lapisan masyarakat tidak terbatas pada kelompok tertentu dan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh banyak orang dan tidak terlalu formal.

Kalimat *Bapak Presiden ke tujuh Indonesia Joko Widodo* dapat ditulis menjadi *Bapak Jokowi*. Contoh lain yaitu *Bapak Ridwan Kamil S.Ikom* menjadi *Bapak Ridwan Kamil*. Frasa *Bapak Presiden ke tujuh Indonesia* dan *Bapak Ridwan Kamil S.Ikom* menunjukkan tingkatan, pangkat, dan kasta yang seharusnya dihindari penggunaannya untuk menjunjung tinggi prinsip kesetaraan dan menghindari segala bentuk deskriminasi yang merujuk pada timbulnya persepsi ketidaksetaraan di antara pembaca.

8. Populiis

Kata dan kalimat dalam penulisan jurnalistik sebaiknya disusun agar mudah diterima dan dipahami oleh pembaca atau pemirsa, baik dari segi pendengaran, penglihatan, maupun pemikiran. Artinya bahasa jurnalistik harus umum dan diterima disemua tingkatan kelompok. Penggunaan kata *riweuh* pada judul berita "*Situasi Riweuh di Kota, Warga Keluhkan Kemacetan dan Sampah Menumpuk*" menjadi "*Situasi Ramai di Kota, Warga Keluhkan Kemacetan dan Sampah Menumpuk*" tidak semua pembaca mengerti kata *riweuh* karena kata tersebut merupakan bahasa sunda yang tidak semua orang tahu. Sebaiknya *riweuh* diganti dengan *ramai* agar dapat dipahami dan diterima semua lapisan masyarakat.

9. Logis

Pada judul berita "*Paus Fransiskus dan Ribuan Jamaah Ikuti Prosesi Jalan Salib*", penggunaan frasa "*ribuan jamaah*" menjadikan judul berita menjadi tidak logis. Menurut KBBI, istilah "jamaah" berarti kumpulan atau rombongan orang. Judul tersebut mengindikasikan bahwa Paus Fransiskus dan ribuan kelompok atau publik mengikuti prosesi jalan salib. Kalimat ini menjadi tidak logis karena jika sudah ada ribuan kelompok, jumlah orang yang hadir tentu sangat banyak.

C. Berita Bohong

Berita menjadi menarik dan berkualitas jika ditulis berdasarkan fakta mengenai peristiwa yang telah terjadi, sehingga kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Teknologi digital dan media sosial saat ini telah mengubah cara informasi diproduksi dan dikonsumsi. Kecepatan penyebaran berita, kemudahan pembuatan konten, dan kurangnya proses verifikasi yang ketat menjadikan berita bohong bermunculan.

Berita bohong adalah informasi yang tidak benar atau berita yang, meskipun awalnya mengandung fakta, telah dimanipulasi atau diubah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita bohong memiliki beberapa makna. Istilah ini bisa merujuk pada informasi yang tidak benar dan berita yang tidak memiliki sumber yang jelas (KBBI Daring: 2023). Penyebaran berita bohong kini jauh lebih luas karena dorongan dari media sosial. Di internet, penyebar berita bohong merasa "aman" karena tidak berinteraksi langsung dengan pihak yang menjadi sasaran (Poerwandari, 2017: 24). Berita bohong lebih sering ditemukan di dunia maya daripada di media penyiaran mainstream seperti televisi dan surat kabar, karena mudah menyebar dan menarik perhatian. Kemudahan dalam menerima, membagikan, dan mengomentari informasi melalui media sosial menyebabkan informasi tersebut saling bertumpuk akibat reproduksi melalui fitur share dan copy. Selain itu, setiap orang dapat mengomentari informasi yang diterima tanpa melakukan verifikasi. Fenomena ini merupakan bentuk dari hyper-reality, yaitu kenyataan yang berlebihan, yang telah diprediksi oleh Baudrillard bertahun-tahun lalu sebelum istilah berita bohong dikenal.

Berita bohong mempengaruhi pembacanya untuk percaya bahwa informasi tersebut adalah benar (Judhita, 2018: 31). Jika seseorang menulis, menyebarkan, atau

menggunakan informasi yang tidak benar untuk meyakinkan masyarakat, mereka disebut sebagai penyebar berita bohong (Chumairoh, 2020: 4). Pemerintah Indonesia telah menetapkan hukum yang mengatur tindak pidana penyebaran berita bohong, termasuk dalam Pasal 14 dan 15 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana, serta dalam Pasal 28 ayat (1) dan Pasal 45A Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang mengubah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Berita bohong memiliki sejumlah ciri diantaranya (1) memiliki dampak yang besar dan luas tentang tindak tutur seseorang untuk meyakinkan pendengar atau penyimak tentang sesuatu yang dikatakan karena saluran penyebarannya di media sosial dapat diakses banyak orang, (2) membuat panik, kebingungan, dan kecemasan pembaca pada pesan negatif pada berita sehingga jika tidak ditindaklanjuti akan menimbulkan masalah, (3) memiliki bentuk wacana yang diakhiri dengan imbuhan untuk segera menyebarkan berita yang tidak benar tersebut kepada forum yang lebih luas disertai dengan ancaman, (4) memanfaatkan kebiasaan pembaca yang tidak meneliti dengan cermat kebenaran dari berita yang dibaca sebelum meneruskannya di media sosial, (5) penyampaian berita bohong yang tidak memunculkan nama dan identitas dengan jelas atau dengan menggunakan nama dan identitas palsu/disamarkan (Rahardi, 2020: 263).

Berita bohong saat ini menjadi ancaman serius karena efek berbahayanya dan keterkaitannya dengan hukum. Ramainya media sosial dengan berita palsu mendorong negara untuk mengambil tindakan tegas. Meskipun masyarakat memiliki hak untuk menyampaikan opini dan kreativitas, serta menggunakan ruang publik untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi, mereka tetap harus bertanggung jawab atas apa yang mereka sebar (Chumairoh, 2020: 27). Pemerintah telah menetapkan sanksi bagi mereka yang menyebarkan ujaran kebencian terhadap kelompok atau agama tertentu di media sosial dan yang bertujuan menghasut atau menyudutkan kelompok tertentu, sesuai dengan Pasal 45A Ayat 2 Undang-Undang ITE. Pelaku penistaan SARA di jejaring sosial dapat dianggap sebagai pelanggar hukum berat.

Menurut Prasetyo (2019: 24), ada tiga alasan utama mengapa penyebaran berita bohong semakin meluas di era demokrasi siber. Pertama, dunia virtual

yang ditawarkan oleh media sosial memungkinkan siapa saja untuk mengakses informasi

tanpa batasan atau syarat rumit. Hal ini membuat pengguna aktif dapat dengan mudah membagikan apa yang mereka baca melalui fitur berbagi (share) di berbagai platform. Namun, kebiasaan ini sering kali tidak disertai dengan klarifikasi atau analisis yang cukup terhadap isi dan sumber berita. Misalnya, informasi atau link berita yang diterima melalui WhatsApp sering dibagikan ke grup atau media sosial lain tanpa pemeriksaan mendalam, yang memungkinkan berita bohong menyebar secara cepat ke ribuan atau bahkan jutaan orang.

Kedua, menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap media penyiaran umum seperti televisi, yang sering kali dikuasai oleh pihak dengan kepentingan politik, menghilangkan netralitas media. Hal ini menyebabkan masyarakat beralih ke media sosial, di mana mereka merasa bisa menyampaikan opini dan berbagi informasi secara bebas tanpa distorsi atau aturan tertentu. Keleluasaan ini sering kali berujung pada penyebaran berita bohong.

Ketiga, perkembangan era digital telah memperbesar kemungkinan penyebaran berita bohong karena jumlah pengguna internet yang terus meningkat. Survei menunjukkan bahwa berita bohong bisa menyebar ke hampir separuh populasi dan merusak mental masyarakat. Fenomena ini dianggap mengganggu stabilitas masyarakat dan negara, sehingga perlu ditangani dengan serius.

Untuk mengidentifikasi berita bohong menurut Harley (dalam Sosiawan 2019:136) pertama, memiliki ciri surat berantai dengan mencantumkan kalimat seperti "teruskan ini kepada semua orang yang anda kenal, atau akan terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan" juga berita tersebut sudah disebarluaskan berulang kali ditandai dengan "diteruskan" pada *whatsApp*.

Kedua, berita bohong sering kali tidak mencantumkan tanggal kejadian atau tanggal yang realistis dan dapat diverifikasi, seperti hanya menggunakan istilah "kemarin" atau menyebutkan "dikeluarkan oleh...". Ketiga, informasi tersebut sering kali tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, meskipun keberadaan tanggal tersebut tidak selalu membuktikan keakuratan, namun bisa menimbulkan keresahan yang berkepanjangan. Keempat, berita bohong biasanya tidak menyebutkan organisasi yang jelas sebagai sumber informasi atau jika menyebutkan organisasi, sering kali tidak relevan dengan informasi yang disampaikan. Kesimpulannya, berita bohong cenderung mengandung ajakan untuk menyebarluaskan informasi, tidak

mencantumkan tanggal atau tenggat waktu, dan tidak menyebutkan sumber yang dapat diidentifikasi.

Muttaqien dan Irawan (2021: 308), ada beberapa teknik untuk menentukan apakah sebuah berita termasuk berita bohong: (1) Periksa siapa yang mengunggah berita tersebut untuk mengetahui sumber kebenarannya; berhati-hatilah jika berita tersebut berasal dari media yang tidak jelas. (2) Cari sumber lain sebagai perbandingan ketika berita yang dibaca mencurigakan, terutama dari media yang memiliki kredibilitas tinggi atau terpercaya. (3) Verifikasi foto yang menyertai berita, karena berita bohong juga bisa berbentuk gambar; selalu lakukan pemeriksaan ganda untuk menghindari kesalahpahaman. (4) Jangan ragu untuk memeriksa kebenaran berita dan waspadai judul yang mencolok atau provokatif. (5) Jika menemukan berita bohong, tangani segera dengan mengklik fitur “Report/Laporkan” jika tersedia di media sosial untuk menghentikan penyebarannya.

D. Bentuk Bahasa Jurnalistik pada Berita Bohong

Kusumastuty (2019) menjabarkan bentuk karakteristik pada berita bohong yaitu beriku:

1. Pembuka yang megajak pembaca guna penyebaran berita serta lebih spesifiknya emosi pembaca main

Berita bohong sering dimulai dengan ajakan untuk menyebarkan informasi, peringatan, atau pernyataan emosional yang dirancang untuk membangkitkan emosi pembaca, atau kombinasi dari keduanya. Bagian pembuka ini bertujuan untuk meyakinkan pembaca bahwa berita tersebut penting untuk diperhatikan dan disebarluaskan. Ditandai juga dengan kalimat pembuka yang ditulis dengan huruf kapital dan disertai dengan tanda seru untuk efek yang lebih dramatis.

2. Isi yang disampaikan dengan bahasa yang bombastis namun tidak terstruktur dengan baik

Secara keseluruhan konten disajikan dengan struktur kalimat dan pilihan kata yang bombastis, dramatis, dan provokatif tetapi tanpa struktur dan format yang baik. Terkadang konten hanya berupa terjemahan yang dilakukan menggunakan penerjemah tanpa modifikasi lebih lanjut sehingga terjemahan tidak dapat dimengerti atau diterima Dalam bahasa

Indonesia, berita bohong seringkali menggunakan huruf kapital dan tanda baca yang berlebihan.

Contoh bagian isi:

- a) "Pada suhu 40 derajat, jika Anda minum air es dengan cepat, pembuluh darah mikro bisa meledak. Salah satu teman baru saja masuk rumah untuk mencuci kakinya dengan air dingin, dan tiba-tiba matanya kabur, lalu dia pingsan. Hanya telinga yang bisa mendengar suaranya. Dia sangat ketakutan!" adalah contoh yang menggunakan kata-kata provokatif seperti "meledak," "pingsan," dan "ketakutan."
- b) "Ini sngat serius, plz beri tahu semua kelompok dan anggota individu kami karena grup admin bisa menghadapi masalah besar. Berhati-hatilah untuk tidak mengirimkan pesan yang tidak perlu. Beritahu semua orang tentang ini agar mereka berhati-hati. Tolong bagikan; ini sangat penting. Grup admin, harap berhati-hati..." adalah contoh berita bohong yang menggunakan Google Translate, dengan penggunaan kata ganti "ini" dan "itu" yang tidak jelas dan tidak umum dalam bahasa Indonesia.
- c) "Sahabat2 ytkasih..barusan saudara kita.tdi pagi kena musibah.." adalah contoh berita bohong yang tidak tepat formatnya karena menggunakan singkatan yang tidak lazim dan tanda baca yang berlebihan.

3. Penutup yang sekali lagi mengajak pembaca untuk menyebarkan berita tersebut secara masif

Bagian penutup yang mengajak pembaca untuk menyebarkan informasi secara luas, jika pada pembukaan ada seruan untuk menyebarkan informasi tersebut, biasanya diakhir seruan ini akan terulang kembali. Seperti pada pembuka, bagian ini sering kali menggunakan terlalu banyak huruf kapital dan tanda seru.

Contoh pada bagian penutup:

Ket : share ke semua teman dan group tanpa harus minta izin..., AYO Peduli Sesama. Tolong share ke group2 yang lain...terima kasih.'', Silakan teruskan seperti pesan yang diterima, serta Mohon dishare, sayangi keluarga anda.sekedar berbagi.." **SEMOGA BERMANFAÁT** merupakan beberapa contoh ajakan *share* pada bagian penutup.

4. **Pencantuman sumber yang sebetulnya tidak akurat untuk lebih meyakinkan pembaca**

Berita bohong juga sering kali memuat sumber yang tidak jelas atau setelah diklarifikasi ternyata tidak valid. Pencantuman sumber-sumber tersebut juga selalu dimaksudkan agar masyarakat yakin bahwa informasi tersebut disampaikan oleh orang atau organisasi yang ahli di bidangnya. Pencantuman sumber seringkali dilakukan di awal atau akhir berita bohong, atau dalam beberapa kasus meskipun dicantumkan di awal, terkadang diulangi diakhir agar lebih menekankan lagi.

Contoh pencantuman sumber:

- a) *Mohon ijin info Ikatan Dokter Indonesia (IDI), menginformasikan bahwa saat ini sedang ada wabah dan Dari teman saya yg lain (dosen UI)* merupakan beberapa contoh pencantuman sumber yang tidak jelas karena tidak secara spesifik menyebutkan nama dan kompetensi serta tidak menyertakan tautan yang *valid*.
- b) *Diteruskan kpd orang2 yang kita cintai & kita sayangi dr.H.ISMUHADI, MPH* merupakan contoh pencatutan nama dalam berita bohong karena setelah diklarifikasi oleh Ikatan Dokter Indonesia (IDI), dokter bersangkutan tidak pernah mengeluarkan pernyataan tersebut.

BAB III

Metode Penelitian

Sugiyono (2020), metode penelitian adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Ada empat kata kunci yang penting dalam penelitian: cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Darmadi (2013: 40) juga menyatakan bahwa metode penelitian adalah pendekatan ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Cara ilmiah mencakup kegiatan yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Dengan demikian, metode penelitian dapat disimpulkan sebagai kegiatan yang rasional, empiris, dan sistematis untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian umumnya digunakan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena guna menguji kebenarannya. Edwardo (2018: 45-56) menjelaskan bahwa pendekatan penelitian adalah rencana yang menentukan bagaimana suatu penelitian akan dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang dirumuskan. Dengan kata lain, pendekatan penelitian adalah alat yang digunakan peneliti untuk menganalisis suatu topik, dan tanpa pendekatan ini, penelitian tidak akan efektif dan hanya menjadi kegiatan membaca (Siswantoro: 2005: 17).

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan fokus pada pendekatan jurnalistik. Pendekatan jurnalistik dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kata, frasa, klausa, atau kalimat dalam berita yang terdapat di media sosial seperti Facebook, X, WhatsApp, dan situs web.

2. Jenis Penelitian

Secara umum, penelitian dibagi menjadi dua kategori: penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk mempelajari populasi serta sampel yang telah ditentukan, dengan bantuan instrumen penelitian untuk pengumpulan data dan analisis statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2020: 16). Di sisi lain, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Proses penelitian kualitatif

menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Maloeng, 2017: 6).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang mendalam mengenai pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik dalam berita bohong di media sosial selama masa kampanye Capres dan Cawapres.

B. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah kehadiran peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2020: 305). Pada penelitian ini instrumen utama adalah peneliti itu sendiri dengan dibantu instrumen tambahan berupa tabel pengelompokan data yang bertujuan untuk membantu peneliti mengorganisir dan menyajikan data kualitatif secara lebih sistematis.

C. Tahapan Penelitian

Menurut Moleong (2017) tahapan penelitian merupakan serangkaian aktivitas untuk mempermudah proses penelitian. Tahapan penelitian diklasifikasikan menjadi tiga kategori yakni tahap perencanaan atau persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penyelesaian atau laporan penelitian. Berikut akan dijelaskan secara rinci.

1. Tahap Perencanaan

Tahap pertama ini peneliti mempersiapkan semua yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah beberapa kegiatan yang dilaksanakan pada tahap perencanaan sebagai berikut.

- a. Mencari masalah.
- b. Menentukan objek penelitian.
- c. Merumuskan judul.
- d. Merumuskan masalah.
- e. Mengumpulkan bahan referensi atau pustaka.
- f. Menentukan metode penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah tahap perencanaan, selanjutnya tahap pelaksanaan. Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap ini adalah sebagai berikut.

- a. Memeriksa dengan seksama objek penelitian yaitu berita bohong pada masa kampanye capres dan cawapres 2024 pada media sosial.
- b. Mengumpulkan data dengan teknik simak dan catat.
- c. Mengidentifikasi data berdasarkan karakteristik bahasa jurnalistik.
- d. Mengklasifikasikan dan mendeskripsikan data yang telah diperoleh.
- e. Menarik kesimpulan.

3. Tahap Penyelesaian

Tahap akhir ini merupakan tahap melaporkan hasil penelitian kepada pembimbing. Apabila ada kekurangan atau kesalahan maka dilakukan revisi. Adapun tahapannya sebagai berikut.

- a. Penyelesaian laporan.
- b. Revisi laporan.
- c. Pengandaan laporan.
- d. Penyerahan laporan penelitian.

D. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan rentang waktu yang diperlukan oleh peneliti untuk melakukan penelitian. Rentang waktu penelitian dilakukan sejak surat keputusan penelitian ditetapkan yang berlangsung selama tujuh bulan. Supaya penelitian dapat berjalan sesuai rencana maka disusunlah berdasarkan rencana kegiatan dan waktu penelitian sebagai berikut.

64 E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data merujuk pada fakta, informasi, atau keterangan yang digunakan untuk memecahkan masalah atau mengungkap fenomena dalam penelitian (Rosyid, 2018: 9). Secara umum, data dibagi menjadi data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif meliputi data nominal dan kontinu, sedangkan data kualitatif disajikan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar. Penelitian ini fokus pada data kualitatif yang terdiri dari kata, frasa, klausa, dan kalimat dalam berita bohong yang tersebar di media sosial selama kampanye capres dan cawapres 2024.

25 2. Sumber Data

46 Sumber data dalam penelitian adalah asal informasi yang dapat diperoleh. Dalam penelitian kualitatif, sumber data umumnya berupa kata-kata dan tindakan (Moleong, 2017: 157). Sumber data bisa berasal dari individu, objek, atau entitas lain yang memberikan informasi, fakta, atau realitas yang relevan dengan penelitian (Ibrahim, 2018: 18-26). Untuk penelitian ini, sumber data diambil dari media sosial yang berisi berita bohong, seperti Facebook, X, WhatsApp, dan situs web.

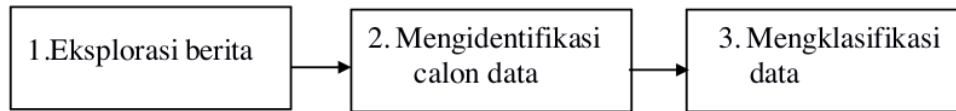
60 F. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data adalah langkah penting dan strategis dalam penelitian, yang juga dapat dipahami sebagai metode untuk mengumpulkan bahan riset (Sugiyono, 2020: 105). Tanpa adanya prosedur yang jelas, peneliti akan menghadapi kesulitan dalam memperoleh data sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Berikut adalah langkah-langkah prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini.

- 94 1. Eksplorasi berita yang termasuk ke dalam berita bohong di media sosial (*facebook*, *X*, *WhatsApp*, dan *website*) pada masa kampanye capres dan cawapres 2024, dengan kriteria sebagai berikut.
 - a) Memiliki ciri-ciri khas dari surat berantai.
 - 26 b) Tidak mencantumkan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau dapat diverifikasi, serta menyajikan pernyataan yang kurang jelas.
 - 62 c) Tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa pada peringatan informasi, meskipun keberadaan tanggal tersebut tidak akan memberikan bukti konkret namun dapat menimbulkan kekhawatiran yang berkepanjangan.

- d) Tidak ada organisasi yang dapat dikenali sebagai sumber informasi atau jika ada, biasanya tidak relevan dengan informasi tersebut.
- e) Memuat kalimat yang mendorong penyebaran informasi secara luas, tidak mencantumkan tanggal atau tenggat waktu, tidak menyebutkan sumber yang valid, dan menggunakan nama dua perusahaan besar.
2. Mengidentifikasi calon data yang diperoleh dari media sosial (*facebook*, *X*, *WhatsApp*, dan *website*) pada masa kampanye capres dan cawapres 2024.
 3. Mengklasifikasikan data terkait pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial (*facebook*, *X*, *WhatsApp*, dan *website*) pada masa kampanye (28 November 2023 - 10 Februari 2024) capres dan cawapres 2024.

Table 3.2 Prosedur Pengumpulan Data



¹²

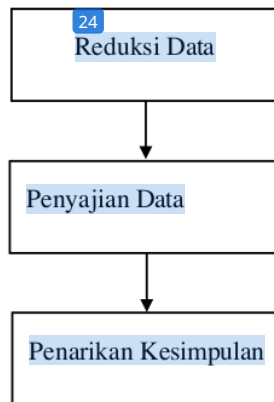
G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengidentifikasi dan menyusun data yang telah diperoleh dari observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi secara sistematis. Data tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam kategori, dianalisis dalam pola tertentu, dipilih elemen-elemen pentingnya, dan disimpulkan untuk dipahami baik oleh peneliti maupun pihak lain (Sugiyono, 2020: 131). Menurut Septiani (2022: 7), dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan dengan cara deskriptif atau penjabaran sebagai hasil interpretasi data yang terkumpul. Seluruh data yang telah dikumpulkan diorganisasi secara sistematis berdasarkan pengelompokan masalah dalam penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Moleong (2017: 281) menyatakan bahwa teknik analisis deskriptif kualitatif melibatkan pengelolaan data, pengorganisasian data, pemilahan data menjadi unit yang bisa dikelola, sintesis data, dan identifikasi pola yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial selama kampanye capres dan cawapres 2024.

Peneliti⁷⁷ menggunakan teknik analisis data menurut teori Miles dan Huberman¹⁴ sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2020: 133), yang melibatkan tiga tahap analisis: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahapan-tahapan tersebut dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 3.3 Tahapan Teknik Analisis Data



1. Reduksi data

Pada langkah reduksi data, kegiatan yang dilakukan meliputi proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data ini diperlukan guna menyeleksi dan memfokuskan data. Pada penelitian ini reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengumpulkan berita-berita pada masa kampanye capres dan cawapres 2024, kemudian memilih berita yang termasuk dalam berita bohong untuk nantinya diklasifikasikan.

2. Penyajian data

Setelah tahap reduksi dilakukan, selanjutnya adalah tahap penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa deskripsi, bagan, dan diagram, namun yang paling sering disajikan adalah bentuk deskriptif. Penyajian data

dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk deskripsi data, analisis data, dan rekapitulasi data. Data disajikan menggunakan tabulasi data sebagai berikut

Tabel 3.4 Tabulasi data

No.		Kategori	Jumlah Data
1.	Bentuk bahasa jurnalistik	<p data-bbox="630 541 1109 636">Pernyataan pembuka yang mendorong pembaca untuk menyebarkan berita dan sering kali memanfaatkan emosi pembaca.</p> <p data-bbox="630 636 1109 699">Isi yang disampaikan dengan bahasa yang berlebihan dan tidak terorganisir.</p> <p data-bbox="630 699 1109 762">Penutupan yang mendorong pembaca untuk menyebarkan berita secara luas.</p> <p data-bbox="630 762 1109 835">Penyertaan sumber yang tidak tepat untuk meningkatkan kepercayaan pembaca.</p>	
2.	Teknik menentukan berita bohong	<p data-bbox="630 856 1109 909">Memiliki karakteristik berita berantai</p> <p data-bbox="630 909 1109 1077">Tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, atau pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan .</p> <p data-bbox="630 1077 1109 1161">Tidak memiliki tanggal kedaluwarsa pada peringatan informasi</p> <p data-bbox="630 1161 1109 1245">Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi</p>	
3.	Bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik	<p data-bbox="630 1255 1109 1287">Sederhana</p> <p data-bbox="630 1287 1109 1329">Singkat dan Padat</p> <p data-bbox="630 1329 1109 1371">Lugas</p> <p data-bbox="630 1371 1109 1413">Jelas</p> <p data-bbox="630 1413 1109 1455">Jernih</p> <p data-bbox="630 1455 1109 1497">Menarik</p> <p data-bbox="630 1497 1109 1539">Demokratis</p> <p data-bbox="630 1539 1109 1581">Populis</p> <p data-bbox="630 1581 1109 1623">Logis</p>	

66

3. Penarikan kesimpulan

Data yang telah melewati proses reduksi dan dilanjutkan pada proses penyajian data, tahap atau langkah akhir dalam teknik analisis data adalah penarikan kesimpulan. Data yang telah dianalisis akan ditarik kesimpulannya supaya tercapai tujuan dari penelitian ini. Simpulan dapat berupa deskripsi singkat dan jelas mengenai keseluruhan hasil penelitian.

30

H. Pengecekan Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif, data dikatakan valid apabila tidak adanya perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2020). Uji keabsahan temuan pada penelitian ini menggunakan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan triangulasi data.

1. Perpanjangan Pengamatan

Peneliti akan terus memantau dan mengamati wacana dalam berita bohong di media sosial hingga mencapai titik jenuh dalam pengumpulan data. Perpanjangan periode pengamatan ini akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan. Dengan melakukan pengamatan yang lebih lama, peneliti dapat memverifikasi kembali data yang telah diperoleh; jika ditemukan ketidaksesuaian dengan sumber data asli atau sumber lain, peneliti akan melakukan pengamatan yang lebih mendalam dan luas untuk memastikan keakuratan data (Sugiyono, 2020).

2. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan dengan lebih teliti dan konsisten. Dengan pendekatan ini, kepastian data dan urutan peristiwa dapat disajikan dengan akurat dan sistematis (Sugiyono, 2020). Peningkatan ketekunan memungkinkan peneliti untuk memeriksa kembali data yang telah ditemukan, mengidentifikasi kesalahan jika ada, dan menyediakan deskripsi data yang tepat dan terstruktur tentang apa yang diamati.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas berarti memverifikasi data melalui berbagai sumber, metode, dan waktu (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, triangulasi yang diterapkan adalah triangulasi teori. Triangulasi teori melibatkan pemeriksaan

keabsahan temuan dengan membandingkan berbagai teori yang relevan dengan data penelitian (Ibrahim, 2018: 125). Pendekatan ini penting karena kepercayaan terhadap data tidak bisa hanya bergantung pada satu teori; data harus didukung oleh beberapa teori agar dianggap akurat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian merupakan proses ilmiah yang dilakukan dengan terstruktur dan rasional. Untuk itu pelaksanaan penelitian perlu upaya signifikan guna memastikan keabsahan dan kesesuaian data yang diperlukan sehingga hasil penelitian dapat bermanfaat secara khusus bagi peneliti dan pembaca umum.

Penelitian berjudul “Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik pada Berita Bohong di Media Sosial Masa Kampanye Capres Dan Cawapres 2024” memberikan gambaran secara terperinci tentang (1) Mendeskripsikan bentuk bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial *Facebook, WhatsApp, X, dan Website* pada masa kampanye capres dan cawapres 2024. (2) Mendeskripsikan teknik menentukan berita bohong di media sosial dari tinjauan karakteristik bahasa jurnalistik. (3) Mendeskripsikan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial pada masa kampanye Capres dan Cawapres 2024 meliputi : a) sederhana, b) singkat dan padat, c) lugas, d) jelas, e) jernih, f) menarik g) demokratis, h) populis, i) logis. Berikut deskripsi hasil analisis data dalam bentuk tabulasi data.

A. Deskripsi Data dan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada bohong bohong di beberapa media sosial mengenai pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik pada masa kampanye capres dan cawapres 2024. Terdapat 17 data yang termasuk (2) Mendeskripsikan teknik menentukan berita bohong di media sosial dari tinjauan karakteristik bahasa jurnalistik. (3) Mendeskripsikan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial pada masa kampanye Capres dan Cawapres 2024 meliputi : a) sederhana, b) singkat dan padat, c) lugas, d) jelas, e) jernih, f) menarik g) demokratis, h) populis, i) logis. Berikut deskripsi hasil analisis data dalam bentuk tabulasi data.

Tabel 4.1 Tabulasi Data Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik pada Berita Bohong di Media Sosial Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024

No.		Kategori	Jumlah Data
1.	Bentuk bahasa jurnalistik	² Pembuka yang mengajak pembaca untuk menyebarkan berita dan cenderung memainkan emosi pembaca.	3
		Isi yang disampaikan dengan bahasa yang bombastis tetapi tidak terstruktur.	5
		² Penutupan yang mengajak pembaca menyebarkan berita secara masif.	3
		Pencantuman sumber yang tidak akurat untuk lebih meyakinkan pembaca.	2
	Total Data		13
2.	Teknik menentukan berita bohong	Memiliki karakteristik berita berantai	3
		¹³ Tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, atau pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan	3
		Tidak memiliki tanggal kedaluwarsa pada peringatan informasi	2
		Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi	1
	Total Data		9
3.	Bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik	Sederhana	3
		Singkat dan Padat	5
		Lugas	2

	Jelas	2
	Jernih	6
	Menarik	1
	Demokratis	2
	Populis	3
	Logis	2
	Total Data	26
	Total Keseluruhan Data	48

1. Deskripsi Bentuk Bahasa Jurnalistik pada ¹ Berita Bohong di Media Sosial Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024

Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan teori bentuk karakteristik berita bohong Kusumastuty (2019) terdapat 13 bentuk bahasa jurnalistik pada ¹ berita bohong di media sosial selama masa kampanye ² capres dan cawapres 2024. Ditemukan 7 data pembuka berita bohong yang mengajak pembaca untuk menyebarkan berita dan cenderung memainkan emosi pembaca, 5 data berita bohong dengan isi penyampaiannya dengan bahasa yang bombastis tetapi tidak terstruktur, 3 data berita bohong dengan penutupan yang mengajak pembaca menyebarkan berita secara masif, dan 2 data berita bohong yang mencantumkan sumber tidak akurat untuk lebih meyakinkan pembaca.

- a) Bagian pembuka pada berita bohong biasanya dimulai ² dengan ajakan untuk menyebarkan berita tersebut, peringatan, atau pernyataan yang bersifat emosional dan cenderung mempengaruhi perasaan pembaca, atau kombinasi dari keduanya. Tujuan dari bagian pembuka ini adalah untuk meyakinkan pembaca bahwa berita tersebut penting dan perlu disebarluaskan. Ciri khasnya termasuk penggunaan huruf kapital dan tanda

seru untuk menambah kesan dramatis. Penelitian ini menemukan tujuh contoh data yang menunjukkan bentuk pembuka yang mengajak pembaca menyebarkan berita sambil memanipulasi emosi mereka.

Data 01

(diteruskan)

“Penting!!! BUKA SEGERA, PPS PEMILU 2024.”

BBJ/A/WA/19

Pada data 01 menunjukkan sebuah berita yang diawali dengan pembuka yang berusaha meyakinkan pembaca dengan harapan pembaca akan membaca keseluruhan informasi. Ditandai dengan kata **Penting!!!** yang dilengkapi dengan tanda seru memberikan kesan dramatis.

Data 02

“PEMBERITAHUAN!!!

Bahwa Pemilu 2024 sudah tidak menggunakan undangan fisik, melainkan perindividu dapat undangan online di link berikut!!.”

BBJ/A/WA/21

Pembuka berita dengan kata **PEMBERITAHUAN!!!** pada data 02 adalah berusaha untuk meyakinkan pembaca bahwa berita tersebut penting diperhatikan. Didukung dengan penulisan yang menggunakan huruf kapital dan penambahan tanda seru lebih menimbulkan efek dramatis.

Data 03

“Mencekam!!di depan gedung Komisi Pemilihan Umum yang diakibatkan ribuan mahasiswa demo untuk mendesak KPU untuk menolak Gibran Rakabuming Raka menjadi calon wakil presiden (Cawapres) pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 mendatang.”

BBJ/A/FB/6

Pembuka berita pada data 03 ditunjukkan dengan pernyataan bersifat emosional yang ditunjukkan dengan kata **“Mencekam!!”**. Kata tersebut

berusaha memperlmainkan emosi pembaca dengan menyatakan sesuatu yang menimbulkan perasaan takut, kekhawatiran, dan kecemasan pembaca.

- b) Bagian isi dari berita bohong biasanya disajikan dengan bahasa yang bombastis, dramatis, dan provokatif, tetapi tidak terstruktur dengan baik. Kadang-kadang, isi berita hanya merupakan terjemahan dari Google Translate yang belum diedit, sehingga terjemahannya sulit dipahami atau tidak sesuai dengan bahasa Indonesia yang baik. Selain itu, sering kali terdapat penggunaan huruf kapital dan tanda baca yang berlebihan.

Setelah melakukan analisis, penelitian ini menemukan tiga data mengenai isi pada berita bohong yang disampaikan dengan bahasa bombastis tetapi tidak terstruktur. Berikut adalah penjabaran datanya.

Data 04

“_ Ditemukan KK manipulatif” contoh ada”_ 1 KK berisi 440 orang.”
ada lagi”_ 1 KK berisi 1826 orang_”ada lagi yang baru di bogor 1 KK
berisi 1355 orang” Satu lagi cara manipulatif pemilu 2024.”

BBJ/B/X/13

Pada data 04 menunjukkan sebuah isi berita yang terlalu banyak menggunakan tanda baca petik dua (“”) dan tanda baca () yang hal tersebut membuat berita menjadi tidak terstruktur dengan baik, sulit dipahami isinya dan tidak berterima dalam bahasa Indonesia.

Data 05

“Datangkan 825 TKA Cina Operator Kereta Cepat, Waww bisa
sekalian ikut pilpres tuh!”

BBJ/B/FB/7

Kalimat bisa sekalian ikut pilpres tuh pada data 05 merupakan berita dengan kalimat yang bersifat provokatif bagi pembaca yang ditandai dengan diakhiri tanda seru. Kalimat tersebut juga sebuah sindiran atau kritikan

bahwa kedatangan banyak TKA China dapat mempengaruhi hasil pemilihan presiden di Indonesia.

Data 06

“PENGUNGS ROHINGYA DI TULUNGAGUNG MASUK DAFTAR PEMILIH TETAP PEMILU 2024, **KOK BISA? MENHAN GAK BECUS!**”

BBJ/B/FB/10

Data 06 menunjukkan penggunaan bahasa informal **GAK BECUS!** yang bombastis terkesan kasar dan berlebihan. Kalimat menyudutkan dan menyalahkan pihak tertentu pada kata “**MENHAN**” secara langsung tanpa penjelasan yang memadai.

Data 07

(diteruskan)

“ANEH!! truk pengangkut surat dan kotak suara tanpa pengawasan dan pengawalan pihak aparat terkait terguling, “klo tidak karena kecelakaan mana ada yang tahu masyarakat, pada akhirnya Allah membuka satu persatu niat busuk **para penghianat bangsa** setelah kasus surat suara di Taiwan”

BBJ/B/WA/20

Penggunaan kalimat “**para penghianat bangsa**” pada data 11 memiliki kesan provokatif . Pemberian label “**penghianat**” secara langsung menuduh seseorang atau kelompok sebagai tuduhan yang bombastis. penggunaan “**para**” menggeneralisir tuduhan tersebut terhadap sekelompok orang tanpa memberikan identifikasi yang jelas. Tanpa disertai fakta-fakta yang jelas, kalimat ini bisa dianggap sebagai tuduhan yang belum terverifikasi.

Data 08

“Pemilu, ditunda,andaipun dilangsungkan Prabowo dan Gibran didiskualifikasi, yg **IQ nya pendek,otaknya ngga nyampe!**”

BBJ/B/FB/11

Pada data 08 kalimat **“IQ nya pendek,otaknya ngga nyampe!”** adalah bahasa yang bombastis. Kalimat tersebut sangat subjektif dan merendahkan. Bahasa jurnalistik harus menggunakan bahasa yang objektif, netral dan tidak menyudutkan narasumber.

c.) Penutupan yang Membri ajakan Pembaca Menyebarkan Berita dengan Masif

Bagian akhir dari berita palsu umumnya meminta pembaca untuk menyebarkan informasi tersebut secara luas.Hal ini dapat mendorong pembaca untuk mengonsumsi dan meneruskan informasi tanpa memastikan keakuratan dan kebenarannya terlebih dahulu.

Setelah melakukan analisis, penelitian ini menemukan tiga data mengenai penutupan yang mengajak pembaca menyebarkan berita secara masif. Berikut adalah penjabaran datanya.

Data 09

“KPU TIDAK KELUARKAN UNDANGAN COBLOS, Tapi langsung Cek Online Saja!!!.”

BBJ/C/FB/9

Pada data 09 ajakan untuk **“Cek Online Saja”** tanpa petunjuk atau panduan yang jelas dapat mendorong pembaca untuk mencari informasi secara acak di internet. Hal ini berpotensi meningkatkan risiko penyebaran informasi yang belum terverifikasi atau bahkan tidak akurat.

Data 10

**“Telenovela ini berpotensi untuk menjadi alat penambah pemilihan dan/atau hiruk pikuk kepentingan Pemilu 2024.
#Hadeeuuhhh...saksikan bersambung.”**

BBJ/C/FB/3

Kalimat penutup “**saksikan bersambung**” pada data 10 dapat dianggap sebagai upaya untuk mempertahankan minat dan antusiasme pembaca. Namun tanpa konteks yang jelas, hal ini dapat menimbulkan kesan bahwa tujuan utama adalah untuk meningkatkan rating atau jumlah pemirsa, bukan menyampaikan informasi yang akurat dan objektif.

Data 11

“PEMBERITAHUAN!!!

Bahwa Pemilu 2024 sudah tidak menggunakan undangan fisik, melainkan perindividu dapat undangan online. **cek link berikut!!.**”

BBJ/C/WA/21

Frasa “**cek link berikut**” pada data 11 berusaha mendorong pembaca untuk tidak hanya membaca informasi, tetapi juga menyebarkannya lebih luas. Hal ini dapat didasarkan pada anggapan bahwa informasi yang tersedia pada tautan tersebut cukup penting atau menarik untuk disebarluaskan secara masif.

- d) Berita palsu sering kali mencantumkan sumber yang tidak jelas atau tidak sah. Tujuannya adalah untuk meyakinkan pembaca bahwa informasi tersebut berasal dari tokoh terkenal atau organisasi yang berkompeten. Sumber-sumber ini biasanya terletak di bagian awal atau akhir berita palsu, atau bahkan di kedua tempat tersebut untuk memberikan penekanan lebih.

Setelah melakukan analisis, penelitian ini menemukan tiga data mengenai pencantuman sumber yang tidak akurat untuk lebih meyakinkan pembaca. Berikut adalah penjabaran datanya.

Data 12

“BISSMILAH!!

Khusus untuk mencoblosurut no 03 bapa kirim uang 20 juta sekarang juga tanpa diundi!!

Mohon doa dan restu .” -**Ganjar Pranowo**-

BBJ/D/FB/1

Mencantumkan “**Ganjar Pranowo**” pada data 12 sebagai sumber pernyataan tersebut tanpa ada bukti yang jelas dapat menyesatkan. Pernyataan tersebut tidak berasal dari “Ganjar Pranowo” secara resmi karena tidak ada bukti yang valid bahwa pernyataan itu benar. Hal hanya dianggap sebagai pencantuman sumber yang tidak valid dengan tujuan menarik kepercayaan pembaca.

Data 13

“BERITA TERKINI – **JOKOWI NYATAKAN MUNDUR DARI JABATAN PRESIDEN KARENA BERKAITAN DENGAN PILPRES 2024.**”

BBJ/D/FB/2

Dengan mencantumkan “**JOKOWI**” sebagai sumber pernyataan pada data 13 dapat merusak kredibilitas informasi yang disajikan, padahal tidak adanya bukti bahwa “Presiden Jokowi” pernah memberikan pernyataan tersebut. Tanpa verifikasi yang memadai, masyarakat akan sulit untuk menilai keakuratan dan keabsahan dari pernyataan yang dikaitkan dengan Jokowi.

2. Deskripsi Teknik Menentukan Berita Bohong di Media Sosial dari Tinjauan Karakteristik Bahasa Jurnalistik

Berdasarkan klasifikasi yang peneliti lakukan dengan menggunakan teori teknik menentukan berita bohong di media sosial Barley (dalam Sosiawan 2019:136) terdapat 9 berita bohong di media sosial selama masa kampanye capres dan cawapres 2024. Ditemukan 3 data berita bohong yang memiliki karakteristik berita berantai, 3 data berita bohong yang tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi serta pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan, 2 data berita bohong yang tidak memiliki tanggal kadaluarsa pada peringatan informasi. 1 data berita bohong yang tidak menunjukkan adanya organisasi yang dapat diidentifikasi atau dikutip sebagai sumber informasi.

a) Memiliki Karakteristik Berita Berantai

Berita bohong biasanya memiliki ciri surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti "sebar ini ke semua orang yang anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi" atau berita tersebut sudah disebar berulang kali ditandai dengan "diteruskan" pada *whatsApp*. Berikut data yang menunjukkan berita bohong yang memiliki karakteristik berita berantai.

Data 14

(diteruskan)

"Penting!!!BUKA SEGERA
PPS PEMILU 2024."

TMBB/A/WA/19

Kata "**diteruskan**" pada data 14 bertanda bahwa berita tersebut sudah berulang kali disebar dan secara tidak langsung memberi perintah agar pesan tersebut terus disebar. Didukung dengan frasa "Penting!!Buka Segera" menciptakan rasa urgensi dan ancaman seolah ada konsekuensi jika pesan tidak disebar.

Data 15

(diteruskan)

"ANEH!! truk pengangkut surat dan kotak suara tanpa pengawasan dan pengawalan pihak aparat terkait terguling, "klo tidak karena kecelakaan mana ada yang tahu masyarakat, pada akhirnya Allah membuka satu persatu niat busuk para penghianat bangsa setelah kasus surat suara di Taiwan."

TMBB/A/WA/20

Kata "**diteruskan**" pada data 15 bertanda bahwa berita tersebut sudah disebar berulang kali secara tidak langsung memberi perintah agar pesan tersebut terus disebar. Didukung dengan kata "ANEH!!" dan frasa

“tanpa pengawasan dan pengwalan pihak aparat” menciptakan rasa urgensi dan sensasionalisme seolah ada sesuatu yang tidak biasa terjadi.

Data 16

(diteruskan)

“PEMBERITAHUAN!!!

Bahwa Pemilu 2024 sudah tidak menggunakan undangan fisik, melainkan perindividu dapat undangan online. cek link berikut!!.”

TMBB/A/WA/21

Data 16 menunjukkan karakteristik yang sama, yaitu ditandai dengan kata “**diteruskan**”. Kata tersebut masuk ke dalam karakteristik pesan berantai yang berarti berita atau informasi tersebut sudah dibagikan berulang kali. Berisi klaim-klaim yang mengejutkan dan tidak terbukti. Tujuan penyebaran berita tersebut juga tidak jelas, justru menimbulkan kepanikan hingga mempengaruhi opini publik.

b) Tidak Menyertakan Tanggal Kejadian atau Tidak Memiliki Tanggal yang Realistis atau Pernyataan yang Tidak Menunjukkan Kejelasan

Berita bohong disajikan tanpa mencantumkan tanggal kapan peristiwa atau pernyataan terjadi misalnya “kemarin” atau “dikeluarkan oleh...”. Hal ini membuat sulit untuk memverifikasi dan menempatkan informasi dalam konteks yang tepat. Mencantumkan tanggal yang tidak mungkin terjadi, seperti tanggal di masa depan yang jauh atau tanggal yang tidak sesuai dengan konteks informasi. Pernyataan kabur tentang waktu seperti “baru- baru ini”, “beberapa waktu lalu”, atau segera.

Berikut data teknik menentukan berita bohong yang tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis, atau pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan.

Data 17

“BISSMILAH!!

Khusus untuk mencoblos urut no 03 bapa kirim uang 20 juta
sekarang juga tanpa diundi!!
 Mohon doa dan restu.” -Ganjar Pranowo-

TMBB/B/WA/1

Pada data 17 jelas menunjukkan bahwa berita tersebut tidak menunjukkan kejelasan sampai kapan berita tersebut berlaku yang ditunjukkan dengan frasa “**sekarang juga**”. Mengindikasikan bahwa suatu tindakan yaitu mencoblos no.03 harus dilakukan dengan segera tetapi tidak diberikan batas waktu sampai kapan.

Data 18

“Wow exit poll di Mellbourne **per hari ini** jam 11.00 WIB! Salam 4 Jari!!.”

TMBB/B/X/14

Pernyataan “**per hari ini**” pada data 18 menunjukkan ketidakjelasan tanggal dan waktu dalam berita. Tidak menyertakan waktu yang jelas membuat sulit untuk memahami kapan peristiwa tersebut terjadi.

Data 19

Gara” joget nggak pada tempat nya. PRABOWO **dikabarkan stroke**, lagi dirawat di RSPAD hahhah

TMBB/B/X/17

Data 19 menunjukkan pernyataan “**dikabarkan stroke**” yang tidak memiliki sebuah kejelasan. frasa “dikabarkan” menunjukkan informasi tersebut belum terverifikasi dengan baik, dan dapat dianggap sebagai upaya mengalihkan tanggungjawab atas kebenaran informasi

c) Tidak Memiliki Tanggal Kedaluarsa pada Peringatan Informasi

Berita bohong biasanya tidak memiliki tanggal kadaluarsa pada peringatan informasi. Meskipun, sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak akan membuktikan apa-apa tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan. Tanpa ada batas waktu berita bohong dapat terus

beredar dan direproduksi tanpa henti. Ini memfasilitasi penyebaran informasi palsu secara luas dan berkelanjutan.

Berikut data teknik menentukan berita bohong yang tidak memiliki tanggal kadaluarsa para peringatan informasinya.

Data 20

BISSMILAH!!

“Khusus untuk mencoblos urut no 01 bapa kirim uang 20 juta **sekarang juga** tanpa diundi!!

Mohon doa dan restu.” -Ganjar Pranowo-

TMBB/C/WS/1

Penggunaan frasa “**sekarang juga**” pada data 20 menciptakan rasa urgensi yang seolah-olah mengharuskan tindakan dilakukan segera tanpa ada batasan waktu yang jelas. Frasa tersebut juga tidak memberikan indikasi kapan informasi tersebut diunggah atau kapan kadaluarsanya. Bisa jadi informasi ini sudah tidak lagi relevan.

Data 21

Pemilu ditunda, andaipun dilangsungkan Prabowo dan Gibran didiskualifikasi, yg IQ nya pendek,otaknya ngga nyampe!

TTMB/C/FB/11

Data 21 frasa “**Pemilu ditunda**” tidak memiliki kejelasan informasi pemilu ditunda. Tanpa menyebutkan dengan jelas kapan informasi tersebut terjadi, pembaca tidak dapat mengetahui apakah informasi tersebut masih relevan atau sudah kadaluarsa.

d) Tidak Ada Organisasi yang Dapat Diidentifikasi yang Dikutip Sebagai Sumber Informasi

Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi tidak terkait dengan informasi. Pada berita-berita bohong seringkali tidak ada organisasi atau sumber yang dapat diidentifikasi sebagai asal-usul informasi tersebut. Jika

berita bohong mencantumkan nama organisasi, tetapi organisasi tersebut tidak memiliki katan langsung dengan informasi yang disajikan. Ini dapat menjadi indikasi upaya memberi kesan kredibilitas yang palsu.

Berikut data teknik menentukan berita bohong yang tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi, yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi tidak terkait dengan informasi.

Data 22

“Datangkan 825 **TKA Cina** Operator Kereta Cepat, Waww bisa sekalian ikut **pilpres** tuh!”

BBJ/B/FB/7

Istilah “**TKA Cina**” pada data 31 tidak merujuk pada suatu organisasi yang jelas. Pada data 22 mencantumkan “TKA Cina operator kereta cepat”, namun tidak menjelaskan secara spesifik bagaimana TKA Cina terkait dengan informasi mengenai operator kereta cepat

3. Deskripsi Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik yang Terdapat pada Berita Bohong di Media Sosial pada Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024

Berdasarkan klasifikasi yang peneliti lakukan dengan menggunakan teori karakteristik bahasa jurnalistik Sumadiria (2016:13-17) terdapat 27 pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial selama masa kampanye 2024. Ditemukan 3 data berita bohong yang tidak sederhana, 5 data berita bohong yang tidak singkat dan padat, 2 data berita bohong yang tidak lugas, 2 data berita bohong yang tidak jelas, 6 data berita bohong yang tidak jernih, 1 data berita bohong yang tidak menarik, 2 data berita bohong yang tidak demokratis, 3 data berita bohong yang tidak populis, dan 2 data berita bohong yang tidak logis.

a) Sederhana

Kata atau kalimat dalam berita bohong harus ditulis sesederhana mungkin sehingga mampu dipahami oleh banyak orang. Kesederhanaan ini

bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh khalayak umum. Ketidaksesuaian dengan prinsip kesederhanaan merupakan pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik mengacu pada penggunaan bahasa dalam penulisan berita penggunaan kosakata yang berlebihan, kalimat yang kompleks, penggunaan istilah teknis, gaya bahasa yang berlebihan, dan ketidakkonsistenan penggunaan istilah.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik sederhana pada berita bohong di media sosial masa kampanye 2024.

Data 23

“**Telenovela** ini berpotensi untuk menjadi alat penambah pemilihan dan/atau hiruk pikuk kepentingan Pemilu 2024.”

#Hadeeuuhhh...saksikan bersambung

BPKBJ/A/FB/3

Data 23 terdapat kata “**Telenovela**” merupakan istilah asing untuk gaya pencitraan yang dramatis, emosional, dan mengedepankan plot yang rumit. Bahasa jurnalistik cenderung lebih sederhana, singkat, padat, dan langsung pada pokoknya. Bagi sebagian besar pembaca kata “**telenovela**” tidak familiar dan membutuhkan penjelasan tambahan agar dapat dipahami dengan baik. kata “sinetron” atau “drama televisi” akan lebih mudah dipahami daripada istilah asing tersebut.

Data 24

“Wow **exit poll** di Mellbourne per hari ini jam 11.00 WIB! Salam 4 Jari!!.”

BPKBJ/A/FB/18

Kata “**exit poll**” pada data 24 merupakan bentuk pelanggaran pada poin kesederhanaan. Kata “**exit poll**” merupakan istilah asing yang tidak umum digunakan dalam bahasa Indonesia sehari-hari yang membutuhkan penjelasan tambahan agar dapat dipahami dengan baik. Istilah “survei pemilihan” mungkin akan lebih mudah dipahami pembaca.

Data 25

“Datangkan 825 **TKA Cina** Operator Kereta Cepat, Waww bisa sekalian ikut pilpres tuh!”

BPKBJ/A/WS/7

Pada data 25 penggunaan frasa “**TKA Cina**” merupakan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik bagian sederhana. Singkatan “**TKA Cina**” tidak familiar atau sulit dipahami tanpa penjelasan tambahan.

b) Singkat dan Padat

Singkat dan padat memiliki arti kalimat pada berita harus langsung menjelaskan pokok permasalahan dan tidak bertele-tele. Fokus pada topik yang dibahas dengan diikuti dengan pelengkap, kalimat dalam berita harus singkat tetapi memiliki banyak kandungan informasi.

Karakteristik bahasa jurnalistik yang idealnya singkat dan padat dapat dilanggar dengan penggunaan kalimat panjang yang berbelit-belit, mengandung banyak anak kalimat sehingga membuat informasi sulit dipahami. Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik singkat dan padat.

Data 26

“Debat Istri dari **bakal calon presiden** (bacapres) dan **bakal calon wakil presiden** (bacawapres) pada **Pemilihan Umum Presiden** (Pilpres) 2024.”

BPKBJ/B/FB/5

Pada data 26 merupakan judul berita yang melanggar karakteristik bahasa jurnalistik pada poin singkat dan padat. Penggunaan kalimat yang terlalu panjang dan kompleks pada data 26 memberikat banyak detail yang tidak seluruhnya diperlukan dalam konteks berita. Istilah-istilah seperti “**bakal calon presiden**”, “**bakal calon wakil presiden**”, dan “**pemilihan umum presiden**” terlalu panjang digunakan.

Data 27

“Mencekam!!di depan gedung **Komisi Pemilihan Umum** yang diakibatkan ribuan mahasiswa demo untuk mendesak KPU untuk menolak Gibran Rakabuming Raka menjadi **calon wakil presiden** (Cawapres) pada **Pemilihan Presiden** (Pilpres) 2024 mendatang.”

BPKBJ/B/FB/6

Penulisan “**Komisi Pemilihan Umum**” , “**Pemilihan Presiden**” dan “**Calon Wakil Presiden**” pada data 27 melanggar karakteristik bahasa jurnalistik singkat dan padat. Penulisan pada data 27 membuat berita tersebut terlalu panjang, cukup dengan ditulis “KPU”, “Cawapres” dan “Pilpres” membuat kalimat tersebut efektif tanpa merubah makna dari informasi yang disampaikan.

Data 28

“**Komisi Pemilihan Umum** (KPU) meniadakan debat **calon presiden** (capres) dan **calon wakil presiden** (cawapres) pada **pemilihan umum** (pemilu) 2024 mendatang.”

BPKBJ/B/FB/8

Pada data 28 penulisan “**Komisi Pemilihan Umum**”, “**calon presiden**”, dan “**calon wakil presiden**” terlalu panjang dan memberikan banyak istilah yang tidak keseluruhan diperlukan dalam konteks berita tersebut. Cukup dengan ditulis “KPU”, “Capres”, dan “Cawapres” pembaca sudah pasti memahami istilah umum tersebut.

Data 29

“QUICK COUNT

HASIL PEMUNGUTAN SUARA DI LUAR NEGERI

“**Hasil Pemilu quik count luar negeri** Prabowo-Gibran Unggul”

BPKBJ//B/X/1

9 Kalimat “**Hasil Pemilu quik count luar negeri...**” sebagian besar mengulang informasi yang sudah disampaikan. Pengulangan informasi ini sebaiknya dihindari dalam penulisan berita yang singkat dan padat. Kalimat

tersebut dapat disampaikan dengan eboh efisien dengan “Prabowo-Gibran Unggul dalam Quick Count Pemilu Luar Negeri”.

Data 30

(diteruskan)

PEMBERITAHUAN!!!

“Bahwa Pemilu 2024 sudah tidak menggunakan undangan fisik, **melainkan perindividu** dapat undangan online. cek link berikut!!.”

BPKBJ/B/WA/26

Frasa “**melainkan perindividu**” pada data 30 melanggar karakteristik bahasa jurnalistik yang singkat dan padat. Frasa tersebut hanya memperpanjang kalimat tanpa memberikan kontribusi penting bagi pemahaman pembaca. Pembaca tidak akan kehilangan informasi penting jika frasa tersebut dihilangkan.

c) Lugas

Lugas mengandung makna bahwa kata atau kalimat dalam karya jurnalistik harus tegas, tidak mengandung makna ganda atau ambigu. Jurnalis harus mampu membuat tulisan yang langsung dapat dipahami oleh orang lain. Makna pesan yang dipikirkan oleh jurnalis harus dapat ditangkap secara jelas dan terang oleh pembaca atau pemirsa.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik poin lugas pada berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawpres 2024.

Data 31

“Penemuan Gudang Kotak Suara Ganda di Kota Makasar untuk **Kecurangan** Pemilu 2024.”

BPKBJ/C/WS/21

Kata “**kecurangan**” pada data 31 mengandung penilaian subjektif dan tuduhan terhadap suatu tindakan. Dalam penulisan jurnalistik

yang lugas menghindari penggunaan kata-kata yang mengandung penilaian subjektif dan lebih menyampaikan fakta.

Data 32

“PENYUSUPAN!! 52 juta dari DPT Pemilu 2024, 205.853.518=25,26%. Ketua KPU yang Melanggar Kode Etik harusnya dipecat. Data Pemilu Sumber Manipulasi untuk **Kecurangan.**”

BPKBJ/C/X/16

Data 32 menunjukkan penggunaan kata “**penyusupan**” dan “**kecurangan**” mengandung tuduhan dan penilaian subjektif terhadap tindakan tertentu. Pada penulisan jurnalistik yang lugas menghindari penggunaan kata yang bersifat tuduhan dan lebih menyampaikan fakta.

d) Jelas

Jelas dalam bahasa jurnalistik dimaknai bahwa kalimat atau paragraf yang ada di dalam karya jurnalistik mudah ditangkap maksudnya alias terang atau gamblang. Jelas dari segi artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya yang berkaitan dengan SPOK, serta jelas sasaran dan maksudnya.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik poin jelas pada berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawpres 2024.

Data 33

“Telenovela **ini** berpotensi untuk menjadi alat penambah pemilihan dan/atau hiruk pikuk kepentingan Pemilu 2024.”

#Hadeeuuhhh...saksikan bersambung

BPKBJ/D/FB/2

Kata “**ini**” dalam data 33 tidak jelas merujuk pada apa. Pembaca mungkin akan bingung “**telenovela**” apa yang dimaksud. Tanpa konteks yang jelas penggunaan kata “**ini**” membuat kalimat menjadi kurang informatif dan sulit dipahami.

Data 34

“**Mencekam!!**di depan gedung Komisi Pemilihan Umum yang diakibatkan ribuan mahasiswa demo untuk mendesak KPU untuk menolak Gibran Rakabuming Raka menjadi calon wakil presiden (Cawapres) pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 mendatang.”

BPKBJ/D/FB/6

Penggunaan kata “**Mencekam!!**” pada data 34 pada awal kalimat mengandung penilaian subjektif dan emosional yang harus dihindari penggunaannya. Pembaca mungkin akan kebingungan dengan yang dimaksud “mencekam” dan tidak dapat memahami konteks peristiwa secara utuh.

e) Jernih

Maksudnya bahwa setiap kata atau kalimat dalam karya jurnalistik tidak memiliki kecenderungan negatif atau memuat suatu agenda tersembunyi di balik berita tersebut. Jernih ini berkaitan dengan kata atau kalimat jurnalistik harus sesuai fakta, kata dan kalimat mengandung kebenaran, serta kata dan kalimat berorientasi pada kepentingan publik.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik poin jernih pada berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawpres 2024.

Data 35

“DEBAT CAWAPRES DIHAPUS KPU RASA **PAMAN MK!!**
Tonton Sampai SELESAI Biar PAHAM!!.”

Presiden Joko Widodo...

BPKBJ/E/FB/4

Pencantuman nama “**Presiden Joko Widodo**” pada data 35 diakhir kalimat menimbulkan kejanggalan, karena tidak jelas apakah ini merupakan pernyataan langsung dari Presiden Joko Widodo atau hanya ingin menggiring opini negatif yang bersifat tidak netral dan menyudutkan satu pihak.

Data 36

“Datangkan 825 TKA Cina Operator Kereta Cepat, **Waww bisa sekalian ikut pilpres tuh!.**”

BPKBJ/E/FB/7

Kalimat “**Waww bisa sekalian ikut pilpres tuh!**” pada data 36 mengandung nada opinitatif dan spekulatif. Hal ini perlu dihindari karena bahasa jurnalistik yang jernih menyajikan informasi secara objektif tanpa menyertakan opini atau spekulasi pribadi.

Data 37

“Wow exit poll di Mellbourne per hari ini jam 11.00 WIB! **Salam 4 Jari!!.**”

BPKBJ/E/X/14

Frasa “**Salam 4 Jari!!**” pada data 37 adalah sebuah slogan yang tidak tepat digunakan dalam konteks penyampaian informasi jurnalistik. Frasa tersebut berorientasi pada kepentingan pribadi da bukan kepentingan publik. Kecenderungan negatif yang bersembunyi di balik judul tersebut dan mengarah pada kelompok tertentu.

Data 38

“PENGUNGSY ROHINGYA DI TULUNGAGUNG MASUK DAFTAR PEMILIH TETAP PEMILU 2024, KOK BISA? **MENHAN GAK BECUS!.**”

BPKBJ/E/X/10

Frasa “**MENHAN GAK BECUS**” pada data 38 mengandung penilaian subjektif negatif yang harusnya dihindari pada penulisan jurnalistik karena berita harus disajikan secara objektif dan tidak memihak.

Data 39

“Pemilu, ditunda,andaipun dilangsungkan Prabowo dan Gibran didiskualifikasi, yg **IQ nya pendek,otaknya ngga nyampe!**”

BPKBJ/E/X/11

Kalimat “**IQ nya pendek,otaknya ngga nyampe!**” pada data 39 tidak jernih karena mengandung penilaian subjektif terhadap kemampuan intelektual seseorang. Menggunakan bahasa yang tidak formal dan cenderung merendahkan, juga tidak ada fakta atau data yang mendukung pernyataan tersebut. Pada bahasa jurnalistik penyajian berita harus secara objektif tanpa penilaian subjektif atau menyinggung seseorang secara personal.

Data 40

“Gara” joget nggak pada tempat nya. PRABOWO dikabarkan stroke, lagi dirawat di RSPAD **hahhah**”

BPKBJ/E/X/17

Kata “**hahhah**” pada data 40 merupakan ekspresi tawa yang menunjukkan ketidakjernihan berita berupa emosi dan penilaian subjektif penulis, bukan fakta. Kehadiran kata tersebut menimbulkan kesan tidak serius dan mengurangi kredibilitas pemberitaan.

f) Menarik

Kata atau kalimat dalam penulisan karya jurnalistik harus mampu membangkitkan minat orang untuk membacanya, mendengarkannya, dan menontonnya. Konsep menarik dalam penulisan karya jurnalistik menjadi penting, bahkan sangat penting karena dengan menarik, memungkinkan orang membaca sampai akhir sehingga dipastikan informasi yang terserap menjadi lengkap.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik poin menarik pada berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawpres 2024.

Data 41

“_Ditemukan KK manipulatif”¹⁰.contoh ada”_1 KK berisi 440 orang.”
 ada lagi”_1 KK berisi 1826 orang_”ada lagi yang baru di bogor 1 KK
 berisi 1355 orang” Satu lagi cara manipulatif pemilu 2024.”

BPKBJ/F/FB/13

Data 41 menunjukkan bahwa berita tersebut tidak menarik. Penggunaan tanda baca yang berlebihan membuat pembaca tidak tertarik dan kehilangan fokus pada isi berita. Tanda baca yang berlebihan dapat membuat teks berita terlihat penuh dan padat sehingga mengurangi kenyamanan dan keterbacaan bagi pembaca.

g) Demokratis

karakteristik bahasa jurnalistik yang demokratis ini berusaha untuk menjangkau dan melibatkan semua lapisan masyarakat tanpa membatasi diri pada kelompok tertentu⁴³ dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak luas serta tidak¹ terlalu formal.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik poin demokratis pada berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawpres 2024.

Data 42

“DEBAT CAWAPRES DIHAPUS KPU **RASA PAMAN MK!!**

Tonton Sampai SELESAI Biar PAHAM!!.”

Presiden Joko Widodo...

BPKBJ/G/FB/4

Data 42 menunjukkan kalimat yang mengandung nada yang partisan dan memihak, dengan menyatakan “**RASA PAMAN MK**” yang mengindikasikan adanya dukungan atau simpati pada pandangan tertentu. Bahasa yang digunakan tidak objektif dan memihak.

Data 43

“PENGUNGS ROHINGYA DI TULUNGAGUNG MASUK DAFTAR PEMILIH TETAP PEMILU 2024, KOK BISA? MENHAN GAK BECUS!”

BPKBJ/G/FB/13

Frasa “MENHAN GAK BECUS!” pada data 43 mengandung unsur merendahkan dan menghina terhadap seorang pejabat publik. Dalam karakteristik bahasa jurnalistik demokratis, bahasa yang digunakan harus menghormati dan menghargai semua pihak termasuk pejabat pemerintahan, meskipun terdapat kritis atau pendapat berbeda.

h) Populis

Kata dan kalimat pada penulisan karya jurnalistik sebisa mungkin harus akrab di telinga (*easy listening*), di mata, atau di benak pembaca dan pemirsa. Artinya bahasa jurnalistik harus merakyat dan dapat diterima oleh semua lapisan kelompok.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik poin Populis pada berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawpres 2024.

Data 44

“**Telenovela** ini berpotensi untuk menjadi alat penambah pemilihan dan/atau hiruk pikuk kepentingan Pemilu 2024.”

#Hadeeuuhhh...saksikan bersambung

BPKBJ/G/FB/3

Kata “**Telenovela**” dalam data 44 memiliki konotasi negatif yaitu sesuatu yang bersifat melodramatik, penuh dengan sensasi, dan tidak serius. Bahasa jurnalistik populis menggunakan bahasa yang menghargai dan tidak merendahkan isu atau peristiwa yang dibahas.

Data 45

“KPU TIDAK KELUARKAN UNDANGAN **COBLOS**, Tapi langsung Cek Online Saja!!!.”

BPKBJ/G/FB/9

Kata “**COBLOS**” pada data 45 merupakan istilah yang spesifik dalam konteks pemilihan umum di Indonesia. Dalam Jurnalisme yang populis penggunaan istilah lokal dapat membatasi pemahaman pembaca yang berasal dari latar belakang yang berbeda.

Data 46

DIAJAK ADU GAGASAN KABUR BANYAK ALASAN, GILIRAN
KIBULIN RAKYAT PALING JAGO.

GIBRAN RAKABUMING BAGIKAN AMPLOP BERISI KUNCI PLUS
DUIT

Ada-ada aja Modusnya.

BPKBJ/G/X/18

Pad data 46 kata “**KIBULIN**” adalah istilah tidak baku yang kemungkinan besar tidak familiar bagi sebagian pembaca. Penggunaan istilah slang atau informal seperti itu dapat mengurangi kejelasan dan kemudahan pemahaman bagi pembaca.

i) Logiis

Logis adalah salah satu karakteristik bahasa jurnalistik yang mengharuskan kata, kalimat, atau paragraf dalam tulisan jurnalistik sesuai dengan akal sehat dan tidak bertentangan dengannya. Pembaca harus diperlakukan sebagai individu yang berakal sehat, sehingga informasi yang disajikan kepada mereka harus juga sesuai dengan prinsip akal sehat.

Berikut data bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik poin logis pada berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawpres 2024.

Data 47

“BISSMILAH!!

Khusus untuk mencoblos urut no 01 bapa kirim uang 20 juta sekarang juga tanpa diundi!!

Mohon doa dan restu.” -Ganjar Pranowo-

BPKBJ/I/FB/1

Frasa “**Khusus untuk mencoblos**” pada data 47 tidak logis karena terkait dengan praktik politik yang tidak etis. Frasa tersebut mengandung konotatif negatif dan dapat dianggap sebagai upaya untuk mendiskreditkan atau memojokkan satu pihak.

Data 48

“Mencekam!!**di depan gedung Komisi Pemilihan Umum yang diakibatkan ribuan mahasiswa demo** untuk mendesak KPU untuk menolak Gibran Rakabuming Raka menjadi calon wakil presiden (Cawapres) pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 mendatang.”

BPKBJ/I/FB/6

Kalimat “**di depan gedung Komisi Pemilihan Umum yang diakibatkan ribuan mahasiswa demo**” pada data 48 tidak logis karena penggunaan bahasa yang ambigu. Frasa “yang diakibatkan” dalam kalimat tersebut tidak jelas apakah mengacu pada “ribuan mahasiswa demo” atau “di depan gedung komisi pemilihan umum”.

56

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti akan membahas hasil penelitian sebagai berikut.

1. Bentuk Bahasa Jurnalistik pada Berita Bohong

95

Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah disajikan, ditemukan bahwa bentuk bahasa jurnalistik dalam berita palsu di media sosial selama masa kampanye capres dan cawapres 2024 meliputi beberapa elemen: **pembuka yang mengundang pembaca untuk menyebarkan berita dan cenderung memanipulasi emosi, isi yang menggunakan bahasa bombastis, dramatis, dan provokatif, penutupan yang mendorong**

penyebaran berita secara luas, serta ² pencantuman sumber yang tidak akurat untuk ⁷² meyakinkan pembaca. Penjelasan lebih lanjut tentang hal ini dapat dilihat pada uraian berikut.

Bentuk bahasa jurnalistik yang paling umum adalah pembukaan ² yang mengajak pembaca menyebarkan berita dan memainkan emosi, ditemukan dalam 3 data. Pembuka berita palsu sering kali menggunakan ajakan untuk menyebarkan berita yang emosional, sering kali disertai tanda seru untuk menambah kesan dramatis.

¹⁴ Hal ini sesuai dengan pernyataan ² Kusumastuty (2019) yang menyebutkan bahwa berita palsu biasanya diawali dengan ajakan untuk menyebarkan berita, peringatan, atau pernyataan emosional yang berusaha memengaruhi ² perasaan pembaca, atau kombinasi keduanya. Pembuka tersebut bertujuan meyakinkan pembaca bahwa berita tersebut penting dan perlu ² disebarluaskan, sering kali menggunakan huruf kapital dan tanda seru untuk menciptakan efek dramatis.

Selanjutnya, bentuk bahasa ² jurnalistik yang umum pada berita palsu adalah isi yang disajikan dengan bahasa bombastis, dramatis, dan provokatif namun tidak terstruktur dengan baik, ditemukan dalam 5 data. membaca dan dilengkapi dengan tanda seru yang memberikan kesan dramatis.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan penggunaan tanda baca yang berlebihan membuat berita menjadi tidak terstruktur dan sulit dibaca. Penggunaan bahasa yang bersifat provokatif yang diikuti dengan tanda seru. Frasa yang terkesan bombastis yang kasar dan berlebihan.

Pernyataan Kusumastuty ² (2019) menunjukkan bahwa berita bohong sering kali disusun dengan bahasa yang bombastis, dramatis, dan provokatif, namun kurang terstruktur dan terformat dengan baik. Selain itu, berita semacam itu cenderung menggunakan huruf kapital dan tanda baca secara berlebihan.

Bentuk bahasa jurnalistik pada berita bohong yang banyak ditemukan selanjutnya adalah penutupan yang mengajak pembaca menyebarkan berita secara masif sebanyak 3 data. Berdasarkan hasil penelitian bentuk penutupan yang ditemukan mendorong pembaca untuk mencari informasi secara acak di internet. Kalimat penutup seperti “saksikan bersambung” sebagai upaya untuk

mempertahankan minat dan antusiasme pembaca dengan tujuan meningkatkan jumlah pemirsa. Bentuk penutupan yang lainnya dengan kalimat “cek *link* berikut” didasarkan bahwa informasi yang tersedia pada tautan tersebut cukup penting atau disebarluaskan secara masif.

⁴² Hal ini sesuai dengan pendapat Kusumastuty (2019) yang menyatakan bahwa bagian penutup berita sering kali mengajak pembaca untuk menyebarkan informasi secara luas. Jika bagian pembukaan sudah mencantumkan ajakan untuk menyebarkan berita, biasanya ajakan tersebut akan diulang di bagian penutup. Selain itu, bagian penutup sering menggunakan huruf kapital dan tanda seru secara berlebihan.

Berikutnya adalah bentuk bahasa jurnalistik ² pencantuman sumber yang tidak akurat untuk lebih meyakinkan pembaca dengan jumlah data sebanyak 2 data. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan sumber yang tidak terverifikasi dan hanya bertujuan menarik kepercayaan pembaca. Menggunakan nama dari tokoh-tokoh berpengaruh sebagai sumber membuat ² masyarakat percaya bahwa informasi tersebut benar adanya karena disampaikan oleh tokoh besar yang berpengaruh.

2. Teknik Menentukan Berita Bohong di Media Sosial dari Tinjauan Karakteristik Bahasa Jurnalistik

⁸³ Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah di paparkan, ditemukan bahwa ditemukan teknik menentukan ¹ berita bohong di media sosial masa kampanye capres dan cawapres 2024 yaitu berita bohong yang memiliki karakteristik berita berantai, berita bohong yang ¹³ tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi serta pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan, ²⁰ berita bohong yang tidak memiliki tanggal kadaluarsa pada peringatan informasi, dan berita bohong yang tidak menunjukkan adanya organisasi yang dapat diidentifikasi atau dikutip sebagai sumber informasi.

Teknik menentukan berita bohong paling banyak ditemukan adalah berita bohong yang memiliki karakteristik pesan berantai dengan jumlah data sebanyak 3 data. Pada karakteristik berita berantai banyak ditemukan frasa “diteruskan”. Frasa tersebut menjelaskan bahwa berita tersebut sudah berulang kali disebarkan dengan tujuan yang tidak jelas dan menimbulkan kepanikan hingga mempengaruhi opini publik.

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Harley (dalam Sosiawan 2019:136), bahwa karakteristik pesan berantai dengan menyertakan kalimat seperti "sebar ini ke semua orang yang anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi" atau berita tersebut sudah disebarkan berulang kali ditandai dengan “diteruskan” pada *whatsApp*.

Berikutnya adalah teknik menentukan berita bohong yang tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau pernyataan yang tidak menunjukkan kejelasan dengan jumlah data sebanyak 3 data. Pada teknik menentukan berita bohong yang tidak menyertakan tanggal kejadian diganti dengan frasa “sekarang juga”, “per hari ini”, “segera”, dan “telah selesai dilakukan”. Frasa-frasa tersebut menunjukkan ketidakjelasan waktu dengan memberikan pernyataan kabur.

Hal ini sejalan dengan pendapat Harley (dalam Sosiawan 2019:136), bahwa tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, atau pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan, misalnya “kemarin” atau “dikeluarkan oleh...”.

Berikutnya adalah Teknik menentukan berita bohong yang tidak memiliki tanggal kadaluarsa pada peringatan informasi dengan jumlah data 2 data. Pada teknik menentukan berita bohong yang tidak memiliki tanggal kadaluarsa ditemukan kata “menjelang” yang tidak memberikan batas waktu yang spesifik berita ini berlaku beberapa minggu, bulan atau bahkan tahun. Ditemukan penggunaan frasa “sekarang juga” yang menciptakan rasa urgensi yang seolah-

olah mengharuskan tindakan dilakukan segera tanpa ada batasan waktu yang jelas.

⁶ Hal ini sejalan dengan pendapat Harley (dalam Sosiawan 2019:136), bahwa tidak memiliki tanggal kadaluwarsa pada peringatan informasi meskipun sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak akan membuktikan apa-apa tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan.

Berikutnya adalah teknik berita bohong yang tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi dengan jumlah data 1 data. Teknik ini merujuk pada suatu organisasi yang tidak jelas kaitannya dengan berita.

Sejalan dengan pernyataan Harley (dalam Sosiawan 2019:136), bahwa tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi.

3. Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik

⁷ Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah dipaparkan, ditemukan bahwa bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang meliputi sederhana, singkat dan padat, lugas, jelas, jernih, menarik, demokratis, populis dan logis. Penjelasan tersebut dapat dilihat pada uraian berikut.

Berikutnya pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang paling banyak ditemukan adalah pelanggaran karakteristik jernih dengan jumlah data sebanyak 6 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2016) jernih yang dimaksud adalah ³ setiap kata atau kalimat dalam karya jurnalistik tidak memiliki kecenderungan negatif atau memuat suatu agenda tersembunyi di balik berita tersebut. Jernih ini berkaitan dengan ³ kata atau kalimat jurnalistik harus sesuai fakta, kata dan kalimat mengandung kebenaran, serta kata dan kalimat berorientasi pada kepentingan publik. Pada penelitian ini ditemukan pelanggaran karakteristik jernih dengan bentuk frasa dan kalimat cenderung negatif dengan maksud tersembunyi yang diarahkan pada kelompok tertentu yang subjektif.

Pada berita bohong dimedia sosial masa kampanye karakteristik bahasa jurnalistik ditemukan paling banyak karakteristik singkat dan padat dengan jumlah data 5 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2016) Sederhana yang dimaksud adalah bahwa kata atau kalimat dalam karya jurnalistik harus ditulis sesederhana mungkin sehingga mampu dipahami oleh banyak orang. Pada berita bohong yang telah diidentifikasi pelanggaran karakteristik sederhana meliputi penggunaan kosa kata yang berlebihan, kalimat yang kompleks, penggunaan istilah teknis, gaya bahasa yang berlebihan, dan ketidakkonsistenan penggunaan istilah.

Berikutnya pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang paling banyak ditemukan adalah pelanggaran karakteristik sederhana dengan jumlah data sebanyak 3 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2019) sederhana yang dimaksud adalah Kata atau kalimat dalam berita bohong harus ditulis sesederhana mungkin sehingga mampu dipahami oleh banyak orang. Kesederhanaan ini bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh khalayak umum. Pada penelitian ini ditemukan pelanggaran karakteristik sederhana dengan pilihan diksi yang kurang umum sehingga perlu penjelasan tambahan agar dapat dipahami.

Berikutnya adalah pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang paling banyak ditemukan adalah pelanggaran karakteristik populis dengan jumlah data sebanyak 3 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2019) bahwa populis yang dimaksud adalah kata dan kalimat pada penulisan karya jurnalistik sebisa mungkin harus akrab di telinga (*easy listening*), di mata, atau di benak pembaca dan pemirsa. Pada penelitian ini ditemukan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik berupa kata yang tidak populis dan memiliki konotasi negatif, dan pilihan diksi yang terlalu spesifik.

Berikutnya adalah pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang paling banyak ditemukan adalah pelanggaran karakteristik lugas dengan jumlah data sebanyak 2 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2019) lugas yang

dimaksud adalah ³ kata atau kalimat dalam karya jurnalistik harus tegas, tidak mengandung makna ganda atau ambigu. Pada penelitian ini ditemukan pelanggaran karakteristik lugas dengan bentuk kalimat yang tidak memiliki kejelasan subjek, berita yang mengandung penilaian subjektif, terdapat kesan emosional dan menuduh pihak tertentu.

Berikutnya adalah pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang paling banyak ditemukan adalah pelanggaran karakteristik jelas dengan jumlah data sebanyak 2 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2019) bahwa jelas adalah ³ kalimat atau paragraf yang ada di dalam karya jurnalistik mudah ditangkap maksudnya alias terang atau gamblang. Pada penelitian ini ditemukan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik berupa kata yang tidak jelas sasaran dan maksudnya, kalimat yang tidak dapat dipahami konteks peristiwa secara utuh.

Berikutnya adalah pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang paling banyak ditemukan yaitu demokratis dengan jumlah data sebanyak 2 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2019) bahwa demokratis berusaha untuk menjangkau dan melibatkan semua lapisan masyarakat tanpa membatasi diri pada kelompok tertentu ⁴³ dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak luas serta tidak terlalu formal. Pada penelitian ini ditemukan bentuk pelanggaran demokartis yang subejktif dan memihak, kata yang tidak mencerinkan kesetaraan dan membedakan status atau kedudukan seseorang, frasa yang tidak menghormati dan menghargai semua pihak.

Berikutnya adalah pelanggaran karakterstik bahasa jurnalistik yang paling banyak ditemukan yaitu logis dengan data sebanyak 2 data. Sejalan dengan pendapat Sumadiria (2019) bahwa logis n ³ karakteristik bahasa jurnalistik yang mengandung pemahaman bahasa kata, kalimat, atau paragraf dalam karya jurnalistik harus sesuai dengan akal sehat, atau bertentangan dengan akal sehat. Pada penelitian ini ditemukan bentuk pelanggaran logis dalam bentuk frasa

yang mengandung konotatif negatif dan dapat dianggap sebagai upaya untuk memojokkan, dan penggunaan bahasa yang ambigu.

Berikutnya adalah pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang ditemukan yaitu menarik dengan data sebanyak 1 data. Sejalan dengan pendapat Sumadira (2019) bahwa menarik adalah ³ Kata atau kalimat dalam penulisan karya jurnalistik harus mampu membangkitkan minat orang untuk membacanya, mendengarkannya, dan menontonnya. Pada penelitian ini ditemukan bentuk pelanggaran dari menarik dalam bentuk penggunaan tanda baca yang berlebihan sehingga membuat pembaca tidak tertarik dan kehilangan fokus pada isi berita.

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

Bab ini berisi uraian tentang simpulan, implikasi, dan saran. Simpulan penelitian tentang Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik di Media Sosial pada Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024. Seperti pada pembahasan yang terdapat pada penelitian, paparan menyajikan mengenai: (a) deskripsikan penggunaan bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial pada masa Pemilu Capres dan Cawapres 2024, (b) deskripsikan teknik menentukan berita bohong di media sosial dari tinjauan karakteristik bahasa jurnalistik, (c) deskripsikan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial pada masa Pemilu Capres dan Cawapres 2024.

14

A. SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan tentang “Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik di Media Sosial pada Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024” ditemukan adanya aspek penggunaan bentuk bahasa jurnalistik, teknik menentukan berita bohong di media sosial, dan aspek bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong.

Aspek penggunaan bentuk bahasa jurnalistik yang ditemukan sebanyak 13 data, meliputi bagian pembuka yang mengajak pembaca untuk menyebarkan berita dan cenderung memainkan emosi pembaca sebanyak 3 data, bagian Isi yang

disampaikan dengan bahasa yang bombastis tetapi tidak terstruktur sebanyak 5 data, bagian penutupan yang mengajak pembaca menyebarkan berita secara masif sebanyak 3 data, dan bagian Pencantuman sumber yang tidak akurat untuk lebih meyakinkan pembaca sebanyak 2 data. Hasil penelitian pada aspek penggunaan bentuk bahasa jurnalistik sudah mendeskripsikan bagaimana penggunaan bahasa jurnalistik pada berita bohong di media sosial pada masa Pemilu Capres dan Cawapres 2024.

Aspek teknik menentukan berita bohong yang ditemukan sebanyak 9 data, meliputi bagian karakteristik berita berantai sebanyak 3 data, bagian Tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, atau pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan sebanyak 3 data, bagian Tidak memiliki tanggal kadaluwarsa pada peringatan informasi sebanyak 2 data, dan bagian Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi sebanyak 1 data. Hasil penelitian pada aspek teknik menentukan berita bohong sudah mendeskripsikan seperti apa teknik menentukan berita bohong di media sosial dari tinjauan karakteristik bahasa jurnalistik.

Aspek bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang ditemukan sebanyak 26 data, meliputi pelanggaran sederhana sebanyak 3 data, pelanggaran singkat dan padat sebanyak 5 data, pelanggaran lugas sebanyak 2 data, pelanggaran jelas 2 data, pelanggaran jernih 6 data, pelanggaran menarik 1 data, pelanggaran demokratis 2 data, pelanggaran populis 3 data, dan pelanggaran logis sebanyak 2 data. Hasil penelitian pada aspek bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik sudah mendeskripsikan bagaimana pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial pada masa Pemilu Capres dan Cawapres 2024.

B. IMPLIKASI

Didasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa implikasi yang perlu diperhatikan lebih lanjut antara lain: (1) bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan terkait penggunaan bahasa jurnalistik pada berita bohong, mengetahui teknik menentukan berita bohong di media sosial, dan mengetahui bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita bohong di media sosial, (2) bagi masyarakat dapat memberikan informasi tentang bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik yang terdapat pada berita

bohong di media sosial sehingga dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi media sosial dan menjadi konsumen media yang lebih bertanggungjawab serta memerangi penyebaran berita bohong.

²⁷ C. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang disampaikan peneliti sebagai berikut.

1. Pembaca

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengetahui ilmu jurnalistik sehingga dapat memberikan gambaran mengenai bentuk bahasa jurnalistik, teknik mengetahui jurnalistik dan bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik.

2. Pendidik

Bagi guru SMA sederajat, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bahan ajar, misalnya menjadi acuan memahami pola penyebaran dan karakteristik bahasa jurnalistik berita bohong sehingga dapat mengembangkan strategi pembelajaran untuk meningkatkan literasi media digital siswa serta pengajaran teknik penulisan berita yang kredibel.

3. Peneliti selanjutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian yang berjudul “Bentuk Pelanggaran Karakteristik Bahasa Jurnalistik pada Berita Bohong di Media Sosial Masa Kampanye Capres dan Cawapres 2024” ini dapat menjadi acuan peneliti selanjutnya untuk menganalisis secara lebih mendalam bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalistik. Dengan menganalisis bentuk pelanggaran karakteristik bahasa jurnalis lebih mendalam mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai permasalahan berita bohong dan

implikasinya, serta rekomendasi yang lebih konkret bagi upaya perbaikan **di masa**
mendatang.

SKRIPSI SHINTA BAB 1-5

ORIGINALITY REPORT

21 %

SIMILARITY INDEX

21 %

INTERNET SOURCES

6 %

PUBLICATIONS

7 %

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.upy.ac.id Internet Source	2 %
2	badanbahasa.kemdikbud.go.id Internet Source	2 %
3	repository.usahid.ac.id Internet Source	2 %
4	proceedings.ums.ac.id Internet Source	1 %
5	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
6	repositori.usu.ac.id Internet Source	1 %
7	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1 %
8	123dok.com Internet Source	<1 %
9	jurnal.peneliti.net Internet Source	<1 %

10	www.radarbogor.id Internet Source	<1 %
11	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
12	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
13	es.scribd.com Internet Source	<1 %
14	docplayer.info Internet Source	<1 %
15	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
16	yukbelajarjurnalistik.blogspot.com Internet Source	<1 %
17	www.scribd.com Internet Source	<1 %
18	journal.untar.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.kompasiana.com Internet Source	<1 %
20	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
21	Submitted to Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	<1 %

22

senikomunikasi.com

Internet Source

<1 %

23

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

24

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

25

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

26

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

<1 %

27

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

<1 %

28

journal.upgris.ac.id

Internet Source

<1 %

29

Rory Ramayanti, Lailatus Sa'diyah. "PERANAN LITERASI MEDIA DIGITAL DALAM MENCEGAH PENYEBARAN HOAKS", Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 2017

Publication

<1 %

30

Submitted to Universitas Negeri Makassar

Student Paper

<1 %

31

digilib.unila.ac.id

Internet Source

<1 %

digilib.ikipgriptk.ac.id

32

Internet Source

<1 %

33

docobook.com

Internet Source

<1 %

34

musicflashbqs.blogspot.com

Internet Source

<1 %

35

Submitted to Universitas Negeri Semarang

Student Paper

<1 %

36

kaltara.fajar.co.id

Internet Source

<1 %

37

lobikampus.blogspot.com

Internet Source

<1 %

38

Submitted to Universitas Mulawarman

Student Paper

<1 %

39

eprints.ums.ac.id

Internet Source

<1 %

40

repository.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

41

simki.unpkediri.ac.id

Internet Source

<1 %

42

aimos.ugm.ac.id

Internet Source

<1 %

43

kadekdimas.blogspot.com

Internet Source

<1 %

44	repository.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
45	Submitted to Syiah Kuala University Student Paper	<1 %
46	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
47	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
48	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
49	www.educativo.marospub.com Internet Source	<1 %
50	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	<1 %
51	Submitted to Universitas PGRI Madiun Student Paper	<1 %
52	doku.pub Internet Source	<1 %
53	journal.uir.ac.id Internet Source	<1 %
54	repo.apmd.ac.id Internet Source	<1 %
55	repository.uir.ac.id	

Internet Source

<1 %

56

side2sideannisadacostaamkeb.blogspot.com

Internet Source

<1 %

57

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Purwokerto

Student Paper

<1 %

58

digilib.iain-jember.ac.id

Internet Source

<1 %

59

ejournal.utp.ac.id

Internet Source

<1 %

60

repository.uinsu.ac.id

Internet Source

<1 %

61

repository.unpkediri.ac.id

Internet Source

<1 %

62

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1 %

63

jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id

Internet Source

<1 %

64

repository.bungabangsacirebon.ac.id

Internet Source

<1 %

65

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

66

eprints.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

67

lib.unnes.ac.id

Internet Source

<1 %

68

repository.its.ac.id

Internet Source

<1 %

69

repository.unej.ac.id

Internet Source

<1 %

70

repository.unpas.ac.id

Internet Source

<1 %

71

sohib.indonesiabaik.id

Internet Source

<1 %

72

colombose1.blogspot.com

Internet Source

<1 %

73

jurnal.uisu.ac.id

Internet Source

<1 %

74

ocs.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

75

ppid.bnn.go.id

Internet Source

<1 %

76

radarlombok.co.id

Internet Source

<1 %

77

repository.radenfatah.ac.id

Internet Source

<1 %

78	artikelpendidikan.id Internet Source	<1 %
79	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
80	ejournal.akakom.ac.id Internet Source	<1 %
81	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	<1 %
82	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1 %
83	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
84	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
85	repository.unuha.ac.id Internet Source	<1 %
86	scholar.unand.ac.id Internet Source	<1 %
87	warta.usm.ac.id Internet Source	<1 %
88	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
89	www.tjiptosubadi.com Internet Source	<1 %

90	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	<1 %
91	journal.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
92	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
93	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
94	Larasati Ma'unah. "Pembentukan Opini Publik Tentang Isu Jokowi Seorang Komunis", Open Science Framework, 2020 Publication	<1 %
95	idoc.pub Internet Source	<1 %
96	repository.syekhnurjati.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

SKRIPSI SHINTA BAB 1-5

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30

PAGE 31

PAGE 32

PAGE 33

PAGE 34

PAGE 35

PAGE 36

PAGE 37

PAGE 38

PAGE 39

PAGE 40

PAGE 41

PAGE 42

PAGE 43

PAGE 44

PAGE 45

PAGE 46

PAGE 47

PAGE 48

PAGE 49

PAGE 50

PAGE 51

PAGE 52

PAGE 53

PAGE 54

PAGE 55

PAGE 56

PAGE 57

PAGE 58

PAGE 59

PAGE 60

PAGE 61

PAGE 62

PAGE 63

PAGE 64

PAGE 65

PAGE 66

PAGE 67

PAGE 68

PAGE 69

PAGE 70

PAGE 71

PAGE 72
