

GAYA BAHASA TERAS BERITA COVID-19 PADA SALURAN YOUTUBE CNN INDONESIA

Titiek Fujita Yusandra¹, Trisna Helda²
STKIP PGRI Sumatera Barat, Padang, Indonesia^{1,2}
titiekfujitayusandra86@gmail.com¹, trisna_helda@yahoo.co.id²

ABSTRACT

This study aimed to describe the style of language on the terrace of news about Covid-19 as seen from the terrace / stylistic lead's writing style. A good news writer tries hard not to want to be too mechanistic. Rigid lead writing will feel tedious and unattractive. News that gives the possibility to treat as a feature are beautified, enlivened, even made like creative writings so that they are attractive to the audience. The approach used was descriptive qualitative. This research's data was the core/intro/lead of Covid-19 news that contains a stylistic style. Data obtained from the CNN Indonesia YouTube social media channel was present around the time of the research, namely starting from March to October. The data collection method used was the observation method with record and note techniques. Data were selected, classified, identified, and then described based on the stylistic lead theory. Nine stylistic terraces obtained from thirteen kinds of stylistic core used in disclosing Covid-19 news leads as the results of the study, namely: (1) punching leads, (2) descriptive leads, (3) contrast leads, (4) questioning leads, (5) quote leads, (6) cumulative curiosity leads, (7) sequential leads, (8) parody leads, and (9) greeting leads.

Keywords: news, language styles, stylistic lead

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan gaya bahasa pada teras berita tentang Covid-19 yang dilihat dari gaya penulisan teras/ lead stilistik. Seorang penulis berita yang baik berusaha keras untuk tidak ingin menjadi terlalu mekanistik. Penulisan teras/lead yang kaku akan terasa menjemukan dan tidak menarik. Berita-berita yang memberi kemungkinan untuk diperlakukan sebagai feature yaitu diperindah, diperhidup, bahkan dibuat seperti tulisan-tulisan kreatif sehingga menarik bagi pemirsanya. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data penelitian ini adalah teras/intro/lead berita Covid-19 yang mengandung gaya stilistik. Sumber data diperoleh dari saluran media sosial youtube CNN Indonesia yang hadir di seputar waktu penelitian yaitu dimulai bulan Maret-Oktober. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dengan teknik rekam dan catat. Data diseleksi, diklasifikasi, diidentifikasi, kemudian dideskripsikan berdasarkan teori lead stilistik. Dari hasil penelitian diperoleh sembilan teras/ lead stilistik dari tiga belas macam teras stilistik yang digunakan dalam mengungkapkan lead berita covid-19, yakni: (1) lead menonjok, (2) lead deskriptif, (3) lead kontras, (4) lead bertanya, (5) lead kutipan, (6) lead kepenasaran kumulatif, (7) lead berurutan, (8) lead parodi, dan (9) lead sapaan.

Kata Kunci: berita, gaya bahasa, teras stilistik

PENDAHULUAN

Perkembangan media massa dipacu oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih dan memberikan banyak pilihan kepada masyarakat untuk memilih media informasi yang akan digunakan. Kecanggihan teknologi ini tentu menunjang kegiatan jurnalistik. Jika sebelumnya sajian informasi hanya dapat diperoleh melalui surat kabar, majalah, radio, dan televisi namun saat ini informasi juga dapat diperoleh dari media *online* dan dari saluran *youtube*. Yogapratama (2009) menjelaskan *youtube* memberikan dampak tersendiri dalam kehidupan masyarakat, tayangan-tayangan video di kanal *youtube* dapat menginspirasi masyarakat untuk menyaksikan video yang dilengkapi dengan berbagai fitur jejaring sosial, seperti berkomentar, grup *chatting*, halaman beranda untuk anggota, dan ide-ide lainnya yang berbasis komunitas yang pada awalnya dipopulerkan oleh beberapa media social, seperti; *facebook*, dan *twitter*.

Masyarakat Indonesia telah berada dalam era digital berbasis internet. Masyarakat lebih tertarik menonton tayangan-tayangan digital berbasis internet, dibandingkan menonton tayangan pada siaran televisi konvensional. Media massa elektronik seperti TV yang diakses secara gratis, ternyata jumlah penontonnya makin menurun. Media lama telah digantikan media baru yang lebih praktis (Abdullah & Puspitasari, 2018). Salah satu media yang praktis dan banyak diminati masyarakat saat ini adalah media sosial *Youtube*. *Youtube* merupakan sebuah video portal yang sering dijadikan alternatif masyarakat Indonesia dalam mengakses tayangan digital berbasis internet. Kelebihan *Youtube* yang dapat diakses oleh siapapun, di manapun, dan kapanpun membuat penonton *Youtube* di Indonesia semakin bertambah (Handayani & Merdekawati, 2019). Menurut CEO [Youtube Wojcicki](#) di situs [cnnindonesia.com](#) mengumumkan jumlah penonton video di *platformnya* yang kini telah mencapai 1,8 miliar *log in* tiap bulan. Dalam *platform* *Youtube* TV sekitar 150 juta jam video *youtube* ditonton pengguna setiap hari. *Youtube* telah menjadi sebuah wadah baru

untuk sarana penyajian informasi selain hiburan. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh media penyaji informasi salah satunya CNN (*Cable News Network*) Indonesia untuk menyebarluaskan informasinya melalui saluran *youtube*.

CNN adalah sebuah saluran berita kabel asal Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1980 oleh konglomerat media asal Amerika Serikat Ted Turner. Kanal CNN pertama di Asia diluncurkan di Indonesia pada 17 Agustus 2015 dan diresmikan pada tanggal 15 Desember 2015, CNN Indonesia menyajikan berita CNN yang berbahasa Indonesia (<https://id.wikipedia.org/wiki/CNN>). Bersiaran dalam Bahasa Indonesia dari studio Trans Media, saluran CNN Indonesia menyajikan konten lokal dan internasional, dengan fokus pada berita umum, bisnis, olahraga, teknologi dan hiburan. Saat ini, CNN Indonesia telah hadir stasiun Trans TV dan juga dapat disaksikan selama 24 jam sehari di saluran televisi berbayar Transvision, UseeTV, serta *live streaming* di kanal *youtube* CNN Indonesia.com. Hal tersebut tentu sangat menguntungkan bagi masyarakat yang ingin memperoleh informasi kapanpun dan dimanapun.

Aspek positif penerapan teknologi internet sangat membantu media televisi sebagai fungsi informasi. Dalam produksi berita atau informasi, khalayak sangat diuntungkan karena segala informasi dapat disajikan dengan sangat aktual. Berita saat ini bisa disiarkan dengan cepat karena didukung oleh akses internet. Aneka program acara tertentu, terkadang juga dapat ditonton melalui media *Youtube*. Sejumlah stasiun TV yang menerapkan konsep *multi platform* sering menampilkan kembali berbagai acara andalannya di *youtube* sehingga jangkauan dan jumlah penonton sebuah acara menjadi semakin luas. Orang yang tidak mengikuti sebuah acara secara langsung/ *live*, bisa menontonnya di lain waktu melalui layar *youtube*.

Jika ditinjau dari gaya penulisan teras atau *lead* berita, dewasa ini pemberitaan di media massa (surat kabar, radio, televisi, media online) semakin cakap dan berlomba-lombadalam penyajian informasi/ beritanya agar dapat menarik minat masyarakat. Menurut Hermaliza

& Ermawati, S. (2020) dalam artikelnya, salah satu stasiun televisi yang mempunyai pengaruh kuat dalam penyampaian berita adalah TVONE, muatan program beritanya juga lebih banyak dibandingkan stasiun TV lainnya. Pada saat ini stasiun TVONE mempunyai program berita *Apa Kabar Indonesia*, dalam program ini selain penyampaian berita juga terdapat model informasi yang dilakukan dalam bentuk diskusi ringan membahas topik-topik teraktual yang melibatkan ahli atau narasumber tertentu serta masyarakat umum yang relevan dengan topik berita. Penggunaan bahasa jurnalistik mengalami perkembangan yang cukup signifikan (Ratna Restapaty, 2014). Perkembangan tersebut dilihat dari segi kebahasaan dan jenis pemberitaan yang digunakan. Selain kepandaian dalam membuat judul, dalam pola piramida terbalik ini jurnalis mempertaruhkan beritanya di dalam teras/*lead*/ intro berita. Intro atau *lead* menurut Morissan (2010) merupakan bagian terpenting dari suatu berita. Berita televisi selalu dimulai dengan intro (*lead*) yang dibacakan oleh penyiar di studio. Intro merupakan rangkuman dari seluruh unsur terpenting dari suatu berita dengan latar belakang dan konteks yang diperlukan. Dengan demikian, fungsi utama intro adalah untuk menjual berita tersebut kepada pemirsa. Intro berfungsi untuk menarik perhatian penonton agar menyimak berita dari awal sampai akhir. Intro disusun sedemikian rupa sehingga membuat penonton merasa perlu mengikuti beritanya sampai akhir, namun harus tetap objektif, tidak sensasional atau bombastis.

Dalam suatu program berita, penyiar bukanlah pajangan atau pelengkap yang hanya sekedar muncul begitu saja. Penyiar televisi dapat memenangkan perhatian pemirsa saat mereka membawakan program berita karena itu stasiun televisi harus menampilkan penyiar mereka dengan baik setiap kali mereka muncul membawakan berita. Intro yang dibacakan penyiar haruslah sesuatu yang sangat kuat dan mampu menarik perhatian penonton. Penggunaan gaya bahasa pada intro atau *lead* menurut (Nursyahra, 2017) adalah salah satu cara untuk menggugah penonton. Tidak semua informasi disajikan secara lugas dan tegas,

namun informasi bisa saja disajikan dengan penggunaan gaya bahasa jurnalistik yang dapat menghidupkan suasana. Bahasa yang digunakan dalam berita sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana, tidak rumit karena akan dikonsumsi oleh berbagai lapisan masyarakat (Ermanto, 2009).

Berita terkait Corona Virus (Covid-19) telah menyita perhatian publik. Sampai saat ini kurva kasus pasien positif Covid-19 belum menunjukkan tanda-tanda akan mendatar (*flatten curve*). Bahkan setiap hari jumlah kasus pasien positif Covid-19 terus bertambah. Covid-19 diakhir tahun 2019 merupakan *boomerang* bagi seluruh negara dunia yang belum tertuntaskan (Zahra & Wijayanti, 2020). Pers sebagai media penyaji informasi terus memperbarui informasinya setiap hari untuk masyarakat dengan berbagai sudut pandang dan cara pengungkapan yang menarik. Apabila *lead* tidak ditulis dengan menarik, maka jangan berharap jika berita akan dibaca/didengar pemirsanya (Azwar, 2018).

Peran *lead* diibaratkan seperti peran etalase toko. Di dalam etalase dipajang barang-barang yang bisa dibeli. Etalase pada dasarnya bertujuan memancing calon pembeli untuk masuk ke dalam toko, begitu pula isi sebuah *lead* berita. *Lead* berita fungsinya sama dengan sebuah intro dalam musik disebut *teaser*, penggoda, karena pada hakekatnya bagian awal dari berita tak ubahnya seperti penggoda agar pembaca tertarik untuk membaca terus (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2016). Hasil temuan penelitian Ratna Restapaty (2014) menunjukkan bahwa gaya penulisan teras atau *lead* diawali dengan cerita yang tidak terlalu serius. Hal tersebut bertujuan agar pembaca terlena untuk membaca keseluruhan tulisan. Meskipun tidak ada formula yang dapat diterapkan untuk menjamin terciptanya *lead* yang bagus dan menarik, banyak cara yang dilakukan jurnalis dalam menyajikan informasinya. Salah satu tipe *lead* yang digunakan jurnalis dalam memikat pembaca/pemirsanya untuk masuk ke dalam berita yang sedang disajikan adalah dengan menggunakan *lead* stilistik.

Lead stilistik ini merupakan jenis *lead* yang memberikan gambaran cerita pada pembaca, seolah-olah berita yang disajikan ada di depan

mata pembaca. Ini tentunya tidak luput dari kreativitas jurnalis untuk membaca pengalaman sekitarnya, sehingga bisa memberikan gambaran peristiwa itu terjadi di depan pembacanya. Reporter yang menangani beritanya dengan cara straight, lugas, padahal bisa dibuat hidup, ia adalah reporter yang lalai. Jika ia senantiasa berbuat demikian, maka ia tidak dapat meningkatkan tahap keterampilannya. Namun, saat ini media massa sudah semakin berkembang, baik cara kemasan menyajikan berita maupun penyajian isi beritanya. Penyajian isi berita cenderung tidak kaku dan menggunakan berbagai gaya bahasa/ stilistik yang mampu menarik perhatian penonton/ pemirsa. *Lead* Stilistik ini bisa berupa seperti tonjokan, cerita, pertanyaan, kontras, kutipan, kepenasaran, berurutan, parodi/peribahasa. Penelitian ini akan mendeskripsikan penggunaan gaya bahasa dilihat dari penggunaan tipe *lead* stilistik menurut teori Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2016) yaitu *lead* menonjok, *lead* deskriptif, *lead* kontras, *lead* bertanya, *lead* kutipan, *lead* kepenasaran kumulatif, *lead* parodi, *lead* berurutan, *lead* epigram, *lead* tersendat-sendat, *lead* ledakan, *lead* dialog, dan *lead* sapaan.

Berdasarkan penggunaan gaya bahasa stilistik tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Gaya Bahasa Teras Berita Covid-19 Pada Saluran Youtube CNN Indonesia”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena permasalahan yang dibahas tidak berkenaan dengan angka-angka dan penafsiran terhadap hasilnya, tetapi berkaitan dengan mutu baik buruknya sesuatu yang dibahas. Sugiyono (2011) mengatakan pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan secara utuh kepada subjek penelitian di mana terdapat sebuah peristiwa dan peneliti menjadi instrument kunci dalam penelitian, kemudian hasil pendekatan tersebut diuraikan dalam bentuk kata-kata berdasarkan data yang diperoleh. Dalam suatu penelitian, data sangat penting untuk memaparkan kajian yang hendak dibahas. Data dalam penelitian ini

berupa teras/ *intro/ lead* stilistik dalam berita tentang Covid-19. 14 data terkait berita Covid-19 yang diteliti berdasarkan teori *lead* stilistik. Sumber data penelitian ini diperoleh dari saluran media sosial *youtube* CNN Indonesia yang hadir di seputar waktu penelitian yaitu bulan Maret-Oktober. Di mana bulan Maret-Oktober tahun 2020 pemberitaan tentang Covid-19 di Indonesia dimulai hingga waktu pelaksanaan penelitian sehingga data masih *up to date*. Dipilihnya CNN Indonesia sebagai sumber data karena menyajikan konten lokal dan internasional, dengan fokus pada berita umum, bisnis, olahraga, teknologi dan hiburan. Saat ini, CNN Indonesia sudah bersiaran selama 24 jam sehari dan dapat disaksikan di kanal *youtube* CNN Indonesia.com sehingga memudahkan untuk memperoleh data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik simak, kemudian melakukan teknik catat. Disebut metode simak karena cara yang digunakan untuk memperoleh data dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa (Mahsun, 2007). Teknik catat ini merupakan teknik lanjutan yang dilakukan ketika menerapkan metode simak dengan teknik lanjutan (teknik simak libat cakap dan teknik simak bebas libat cakap) yaitu mencatat data yang dapat diperoleh dari informan pada kartu data. Hasil pengumpulan data dilakukan dengan mencatat keseluruhan gaya stilistik pada *lead* berita tentang Covid-19 di saluran *youtube* CNN Indonesia. Setelah itu, dilakukan analisis mengenai *lead* stilistik pada berita Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini diklasifikasikan data yang berkaitan dengan penggunaan *lead* stilistik pada berita Covid-19 di saluran *Youtube* CNN Indonesia. Penulis berita yang baik berusaha keras untuk tidak menjadi terlalu mekanistik. Sebuah media massa yang penuh dengan *lead-lead* ringkasan yang kaku akan terasa menjemukan. Ada berita-berita *straight news* yang memberikan kemungkinan untuk diperlakukan sebagai *feature* yaitu diperindah, diperhidup, bahkan dibuat seperti tulisan-tulisan kreatif. Berikut akan dikemukakan data terkait dengan tipe-tipe *lead* stilistik yang digunakan

jurnalis dalam mengemukakan informasinya.

Lead Menonjok (The Punch Lead)

Lead ini mengguncang pembaca di baris pertama, dan pembaca itu pasti akan buru-buru membaca baris berikutnya. Meskipun tidak ada formula yang dapat diterapkan yang menjamin terciptanya *lead* yang bagus dan menarik, namun ada cara lain yang dapat ditempuh, yaitu dengan mengikuti anjuran agar *lead* itu selain mengandung unsur 5W+1H, ia juga harus memiliki *punch* (menonjok). Artinya, membuat pembaca/penonton serasa ditonjok. Pembaca/ pemirsanya menjadi terperangah, kaget, timbul rasa empatinya. Berikut data 1 yang menggunakan *lead* stilistik *punch*.

Kenaikan Tertinggi: Penambahan Kasus Covid-19

Lead: “Terdapat penambahan kasus sebanyak 3.861 kasus. Sehingga total kasus Covid-19 Indonesia adalah sebanyak 207.203 kasus. Kemudian penambahan kasus sembuh sebanyak 2.310 pasien sehingga total kasus meninggal dunia 8.456 kasus.” (CNN Indonesia, 10 September 2020)

Kalimat awal pada data 1 tersebut “terdapat penambahan kasus sebanyak 3.861 kasus” telah mengguncang penonton di baris pertamanya. Kalimat tersebut membuka mata lebar-lebar bahwa kenyataan saat ini kasus Covid-19 di Indonesia mengalami kenaikan. Informasi didukung dengan data angka-angka yang akurat berdasarkan hasil survei. Tentunya hal ini dapat membuat masyarakat, kaget dan cemas akan bahaya Covid-19 ini.

Jangan Asal Gunakan Masker

Lead: “Pandemi Covid-19 belum menunjukkan tanda-tanda akan berakhir bahkan data terakhir mencatat kasus positif Covid-19 di tanah air sudah menembus lebih dari 127 ribu. Disiplin menerapkan protokol kesehatan tak bisa ditawar dan salah satunya dengan menggunakan masker dengan tepat dan benar.” (CNN Indonesia, 13 Agustus 2020)

Pada dasarnya *lead* menonjok ini memang bertujuan untuk membangkitkan perhatian dan minat khalayak terhadap topik persoalan atau pokok peristiwa yang dilaporkan. Data 2 menunjukkan bahwa, *lead* ini secara langsung mengguncang pembaca di awal *lead*, seperti data di atas. Kata “belum menunjukkan tanda-tanda akan berakhir” akan membuat pembaca/penonton kaget dan cemas akan situasi pandemi saat ini.

Lead Deskriptif (The Picture/ Descriptive Lead)

Penggambaran yang hidup membuat adegan kejadian serasa tampil di depan mata penonton dan memberikan jiwa pada isi berita di tempat kejadiannya atau memberikan gambaran penampilan fisik seseorang atau objek. Teras berita deskriptif, seperti ditekankan Williamson dalam *Feature Writing For Newspaper*, bisa menciptakan gambaran dalam pikiran pembaca tentang suatu tokoh atau tempat kejadian. Perhatikan data 3 pada berita dengan judul “Taman Lapangan Banteng kembali dibuka” berikut.

Taman Lapangan Banteng kembali dibuka

Lead: “Taman lapangan Banteng di Jakarta Pusat kembali dibuka dimasa PSBB transisi ini. Namun dengan protokol kesehatan ketat. Taman lapangan Banteng dibuka sejak pukul 6 pagi sampai 5 sore khusus bagi masyarakat yang akan berolahraga. Selain memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak terdapat aturan baru yang harus dipatuhi diantaranya sebetulnya memasuki kawasan taman, pengunjung harus mengisi daftar hadir untuk mempermudah kontak tracing fasilitas umum yang digunakan.” (CNN Indonesia, 17 Oktober 2020)

Berdasarkan data di atas, *lead* ditulis dengan gaya deskriptif. Pemaparan *lead* menekankan pada unsur suasana di masa PSBB transisi setelah sebelumnya taman lapangan Banteng ditutup karena situasi penyebaran Covid-19 yang tidak terkendali. Ditutupnya taman

lapangan Banteng sebagai upaya untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Di dalam berita tersebut dideskripsikan bagaimana suasana dan situasi setelah dibukanya taman tersebut oleh pemerintah. Masyarakat kembali memulai aktivitas bersama keluarga namun tetap dengan mematuhi protokol kesehatan. Teras berita deskriptif ini menurut Sumadiria (2005) menempatkan pembaca beberapa meter diluarnya dalam posisi menonton, mendengar dan mencium baunya. Penulisan teras deskriptif ini dapat menciptakan gambaran dalam pikiran khalayak terkait dengan situasi dari peristiwa Covid-19 ini, perlahan masyarakat dapat mengantisipasi penyebarannya dengan mematuhi aturan mencuci tangan, menjaga jarak, menggunakan masker pada saat berada di ruang publik.

Lead Kontras (The Contrast Lead)

Pertimbangan penulisan berita dengan gaya kontras karena adanya situasi yang berlawanan antara subyek pelaku dan perilaku subyek. Kadang-kadang sebuah peristiwa terdiri dari unsur-unsur yang kontras antara situasi sekarang dan situasi sebelumnya atau antara peristiwa yang ada dan peristiwa lain yang menjadi unsur pemicu (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2016). Pengungkapan hal yang kontras dalam *lead* biasanya banyak mengundang perhatian masyarakat. Aspek pertentangan yang terdapat dalam kehidupan manusia ikut menentukan suatu berita bernilai atau tidaknya. Data 4 berikut memaparkan situasi yang berlawanan dengan situasi sebelumnya.

HUT DKI Jakarta: Wabah ubah Wajah Jakarta

Lead: "Ibu kota DKI Jakarta kini telah berusia 493 tahun. Namun, di usianya yang tak lagi muda Jakarta justru diuji berbagai hal. Salah satunya adalah wabah virus corona". (CNN Indonesia, 1 Agustus 2020)

Data di atas menjelaskan gambaran situasi wajah ibu kota saat ini dengan peringatan hari ulang tahun kota Jakarta. Situasi yang

dikehendaki adalah dapat memeriahkan hari lahir kota Jakarta, namun karena pandemi peringatan hari ulang tahun tidak diperingati seperti peringatan sebelumnya karena wabah yang menyerang negeri ini. Teras kontras ini ditandai juga dengan adanya kata "namun". Teras berita yang berisi hal-hal kontras. Wabah virus corona telah merubah keadaan ibu kota Jakarta.

Sembilan Pengungsi Gunung Merapi Reaktif Covid-19

Lead: "Meski Satgas Covid-19 Nasional menyebut tidak ada lagi zona merah di Jawa Timur, tetapi jumlah kabupaten kota yang masuk zona orange atau resiko sedang Covid-19 bertambah". (CNN Indonesia, 9 Oktober 2020)

Data 5 tersebut dipaparkan dengan gaya kontras. Kata "meski dan tetapi" menunjukkan makna berlawanan/ adanya situasi kontras. Situasi di wilayah Jawa Timur yang telah bebas dari zona merah namun di zona orange tetap mengalami penambahan pasien covid-19. Berdasarkan hal tersebut, teras berita kontras umumnya lebih banyak terjadi pada peristiwa yang bersifat negatif. Pada teras-teras berita kontras kita akan menemukan berbagai keganjalan perilaku dan fakta peristiwa yang terjadi di sekitar kita. Benar kata penyanyi Ahmad Albar: *dunia ini panggung sandiwara* (Sumadiria, 2005).

Lead Bertanya (The Question Lead)

Teras berita bertanya (question lead), berisi pertanyaan yang dilontarkan penyiar pada saat membacakan *lead* berita yang disampaikan. *Lead* ini menggunakan kalimat tanya tentang hal atau penyebab pentingnya peristiwa. Kalimat pertanyaan, bisa berada di awal, di tengah, ataupun di akhir *lead* untuk mempertajam informasi yang ingin disampaikan. Pertanyaan dalam pembukaan kalimat mempunyai keuntungan dapat membangkitkan minat pembaca/ pemirsa (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2016).

Mengenal Gejala Covid-19

Lead: "Setelah ditetapkan sebagai pandemik

oleh Badan Kesehatan Dunia atau WHO kita perlu mengetahui apa saja gejala seseorang terjangkit penyakit covid-19? Seperti apakah gejala penyakit ini dan apa yang membedakannya dengan influenza? berikut penjelasannya”. (CNN Indonesia, 16 Maret 2020)

Data 6 tersebut tampak menggunakan *lead* bertanya, ditandai dengan pertanyaan seperti “apakah gejala penyakit ini dan apa yang membedakannya dengan influenza? Menggunakan *lead* ini dalam menyajikan informasi mempunyai keuntungan untuk membangkitkan minat penonton dan dapat menjawab pertanyaan atau rasa ingin tahu penonton terkat dengan perbedaan gejala terinfeksi corona dengan influenza. Karena sebagian masyarakat masih belum bisa membedakan perbedaan gejala penyakit tersebut.

Lead: “4 bulan sudah sejak Maret pandemik di Indonesia. Siapa yang mulai stress? Dengan tekanan yang begitu besar wajar jika kita menjadi stress. Tingkatan mulai ringan, sedang, atau tinggi. Jadi jika stress karena corona apa solusinya? Berikut himpunan informasi dari litbang CNN Indonesia”. (CNN Indonesia, 25 Juli 2020)

Berdasarkan data 7 di atas, *lead* bertanya ditemukan di awal kalimat dan diakhir *lead*. Di awal kalimat berbunyi “siapa yang mulai stress?”, kemudian di akhir *lead* “jika stress apa solusinya?”. Pertanyaan tersebut secara tidak langsung menggambarkan sebagian masyarakat yang sudah mengalami stress menghadapi keadaan dan situasi yang buruk akibat virus corona ini. 4 bulan dibatasi oleh aktivitas, pembatasan akses, dan sebagainya.

Penggunaan *lead* ini dengan syarat harus menarik atau penting untuk diinformasikan, ringkas, dan tegas, serta tidak menggunakan *lead* ini secara berlebihan. Melainkan hanya kalau masalahnya itu sendiri merupakan pokok berita. *Lead* ini digunakan reporter adalah untuk menyambung pertanyaan-pertanyaan yang ada di masyarakat.

Lead Kutipan (The Quotation Lead)

Penulisan teras berita kutipan menekankan pada unsur apa yang dikatakan oleh narasumber atau pelaku peristiwa. Teras berita kutipan dapat dikenali dengan adanya pernyataan dari narasumber. Narasumber dapat berasal dari pakar, saksi mata, atau orang yang terlibat langsung dalam kejadian/ peristiwa. *Lead* kutipan ditandai dengan kata “menyebutkan, menyatakan, menurut, ucapnya, ungkapanya, paparnya, dan lain sebagainya.

Penggunaan ucapan-ucapan orang secara tepat, jika dipilih secara selektif dan dipertahankan terus dalam tubuh berita, dapat membuat awal kalimat yang hidup (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2016). Perhatikan data 8 berikut ini.

Menghindari Psikosomatik di Masa Pandemi

Lead: “Di bulan Oktober tepatnya tanggal 10 diperingati sebagai hari kesehatan mental se dunia. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia WHO, ada 450 juta orang yang diperkirakan memiliki gangguan kesehatan mental. Di masa pandemik salah satu jenis gangguan kesehatan mental psikosomatik menghantui sejumlah orang bahkan di Indonesia.” (CNN Indonesia, 12 Oktober 2020)

Kata “menurut” merupakan pendapat dari narasumber orang yang pakar atau ahli di bidang kesehatan yaitu berdasarkan wawancara reporter dengan Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO. Penggunaan *lead* kutipan ini penting untuk memperoleh data yang akurat dari narasumber. Wartawan harus memiliki kehati-hatian yang sangat tinggi dalam memberikan informasi mengingat dampak yang luas ditimbulkan oleh berita yang dibuatnya. Akurasi berarti benar dalam memberikan kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan yang dicapai oleh penyajian detail-detail fakta dan oleh tekanan yang diberikan pada fakta-faktanya.

Covid-19 Jawa Timur Terendah Kedua di Indonesia

Lead: “Jawa Timur terus menunjukkan

progress yang sangat signifikan dalam penanganan Covid-19 selama 2 bulan terakhir. Meski sebelumnya sempat mengalami lonjakan signifikan pada bulan Juli dan Agustus. Namun saat ini kasus positif Covid-19 di Jawa Timur terendah kedua di Indonesia. Hal ini disampaikan Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa” (CNN Indonesia, 29 Oktober 2020)

Kutipan *lead* pada data 9 termasuk *lead* kutipan, karena informasi yang diberikan bersumber dari pihak yang bertanggung jawab dan terus memantau kondisi dan situasi pandemi di wilayahnya yaitu di Jawa Timur. “Hal ini disampaikan” dapat dikatakan sebagai ciri penanda *lead* kutipan selain, kata menurut, menyatakan, menyebut, mengungkapkan, dan lain-lain. Menurut Sumadiri (2005), teras berita kutipan, sangat diperlukan dalam peristiwa tertentu terutama yang syarat mengandung unsur konflik untuk menunjukkan bobot serta arah perkembangan yang terjadi. Sering ditemukan, konflik yang melibatkan figur, melahirkan berbagai bentuk pernyataan dari kedua belah pihak yang sangat dalam maknanya bagi kehidupan.

Lead Kepenasaran Kumulatif (The Cumulative/ Suspended Interest Lead)

Lead stilistik yang tidak mengemukakan pokok berita di alinea pertama biasanya menggunakan siasat memancing kepenasaran pembaca/ penonton. *lead* ini “menyeret” pemirsanya ke dalam berita karena merasa penasaran apa yang sebenarnya terjadi. Beberapa berita, dapat diulur tanpa memberikan *pasak* atau inti beritanya sampai berita tersebut diakhiri. Dalam kebanyakan berita yang menggunakan *lead* ini, fakta-fakta sebenarnya biasanya diberikan di alinea berikut segera setelah alinea *lead* untuk menjelaskan “kesamarannya” (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2016). Perhatikan data 10 berikut.

Penarikan Masker Scuba dari Pedagang

Lead: “Tim gabungan dari TNI, Satpol PP dan anggota Polres Probolinggo Kota

mendatangi sejumlah pedagang kaki lima yang menjual masker scuba disepertaran kota pada senin pagi. Selain melakukan sosialisasi masker scuba tidak aman digunakan, petugas menarik masker scuba dan menggantinya dengan masker kain yang sesuai dengan standar. Dalam penarikan ini tidak ada unsur pemaksaan antara pedagang dan petugas.” (CNN Indonesia, 12 Oktober 2020)

Inti dari *lead* di atas adalah “penarikan masker scuba dari pedagang” namun pada uraian *lead* justru kalimat pertamanya tidak menguraikan atau menggambarkan bagaimana proses penarikan masker scuba tersebut dari pedagang. Kalimat penarikan masker scuba berada di akhir *lead*. Ini menimbulkan kepenasaran penonton dalam menyimak informasi ini sampai selesai.

Vonis Terdakwa Penolak Jenazah Pasien Covid-19

Lead: “tiga terdakwa penolak pemakaman jenazah perawat Rumah Sakit Karyadi Semarang Nurria Kurniasih yang terpapar Covid-19 akhirnya divonis 4 bulan penjara oleh Majelis Hakim Pengadilan Negeri Semarang. Para terdakwa tersebut yaitu Tri Admojo Anggono, Bambang Sygeng Santoso, dan Sutiaji terbukti dan dinyatakan bersalah melanggar undang-undang penanggulangan wabah penyakit.” (CNN Indonesia, 29 Juli 2020)

Berdasarkan data 11 tersebut, inti berita berada di akhir *lead*, bahwa terdakwa divonis bersalah karena melanggar undang-undang penanggulangan wabah penyakit, sehingga dihukum 4 bulan penjara. Penulis berita memancing kepenasaran kepada pemirsanya sehingga menonton sampai akhir *lead*. *Lead* kepenasaran kumulatif ini menyajikan peristiwa secara berurutan, membawa pembaca sampai pada antiklimaks peristiwa.

Lead Berurutan (The Sequence Lead)

Segi yang paling menarik dalam berita ditulis dalam gaya yang berurutan. Faktanya disusun secara kronologis untuk

menunda klimaks atau kepuasan pembaca dalam memenuhi keingintahuannya sampai akhir berita (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2016). *Lead* berurutan ini dapat dilihat pada data 12 berikut dengan judul berita “Swab Hunter”

“Swab Hunter” Pelanggar Prokes

Lead: “Selasa pagi tim Swab Hunter Kecamatan Bugutan Surabaya melakukan razia protocol kesehatan. Tim gabungan yang terdiri dari Satpol PP, Linmas, Babinsa TNI, Babinkamtibmas Polri, dan Satgas Covid-19 kota Surabaya ini, menyisir wilayah mencari warga yang kedapatan tidak memakai masker.” (CNN Indonesia, 17 Oktober 2020)

Lead berurutan ini, menguraikan beritanya secara kronologis. Informasi inti disajikan di akhir dengan alasan untuk memenuhi keingintahuan pemirsanya sampai akhir berita. Berdasarkan hal tersebut, berita disusun secara berurutan agar memenuhi kepuasan penonton. Berdasarkan data 12, informasi disusun berurutan dimulai dari unsur *when*, *who*, *where*, *what*, unsur *why* berada di akhir berita. Berdasarkan konteks berita, informasi penting terletak di akhir berita dalam bentuk unsur *why*.

Lead Parodi (The Parody Lead)

Judul lagu, kata-kata mutiara, peribahasa, judul buku laris atau film terkenal, frasa-frasa atau ungkapan-ungkapan yang sedang trend dapat dipakai selagi masih hangat dan belum basi, biasanya dalam bentuk parodi untuk menghidupkan *lead* berita.

Batman Blusukan ke Pasar Sosialisasi Wajib Masker

Lead: “Pahlawan super Batman tengah sibuk blusukan di sejumlah pasar tradisional di Kabupaten Pasuruan Jatim pada Selasa siang. Dengan memakai masker Batman melakukan sosialisasi kepada pedagang dan pengunjung pasar untuk tetap memakai masker. Tokoh Batman sendiri sengaja diambil karena merupakan

singkatan dari “Bro Ayo Tetap Maskeran”. (CNN Indonesia, 22 September 2020)

Data 13 dengan judul berita “Batman Blusukan ke Pasar Sosialisasi Wajib Masker”, menggunakan *lead* parody berupa ungkapan yang hangat dan baru serta dapat dipahami oleh masyarakat. Yaitu ungkapan pahlawan super batman sebagai kata ganti orang yang memberikan perhatian kepada masyarakat agar peduli dengan kesehatan dan terhindar dari wabah virus corona dengan menggunakan masker di ruang publik. Ungkapan Batman dipilih berdasarkan film batman yang memiliki karakter penolong/ pahlawan bagi manusia. Selain itu, istilah Batman digunakan dengan singkatan “Bro Ayo Tetap Maskeran”.

Lead Sapaan (The Direct Address Lead)

Lead ini menggunakan kata ganti orang pertama atau orang kedua agar si penulis atau pembacanya masuk dalam tulisan. *Lead* ini isinya disajikan seperti menyapa atau berbicara dengan seseorang dalam peristiwa yang diberitakan.

Berolahraga dan Berkarya Selama Pandemi

Lead: “Telah lebih dari 7 bulan kita berhadapan dengan pandemi Covid-19. Tentunya tidak menghalangi kita untuk tetap produktif beraktivitas dan juga berkreasi. Termasuk olahraga dan berkarya sesuai hobi dan minat bisa anda lakukan selain beraktivitas di rumah.” (CNN Indonesia, 4 Oktober 2020)

Ciri-ciri *lead* sapaan adalah terdapatnya kata ganti orang pertama atau kedua. Pada data 14 di atas kata “kita” merupakan kata ganti orang pertama jamak. *Lead* sapaan ini memiliki tujuan yang sederhana namun dapat mempengaruhi minat penonton yaitu agar penonton/pemirsanya merasa terlibat dalam informasi yang sedang disampaikan. Secara umum, *lead* sapaan cukup mirip dengan *lead* pertanyaan, namun *lead* sapaan terasa lebih akrab seperti dengan penonton.

Berdasarkan hasil penelitian di atas,

ditemukan 9 dari 13 gaya bahasa penulisan lead/teras berita yang menggunakan lead stilistik dalam berita Covid-19 di kanal Youtube CNN Indonesia, yaitu *lead* menonjol, *lead* deskriptif, *lead* kontras, *lead* bertanya, *lead* kutipan, *lead* kepenasaran kumulatif, *lead* parodi, *lead* berurutan, dan *lead* sapaan. Berdasarkan pembahasan data di atas dapat disimpulkan wartawan masa kini tidak lagi kaku dalam penyajian beritanya, berbagai macam gaya penulisan digunakan untuk menarik perhatian pemirsanya dan juga menghindari kesan monoton pada berita.

SIMPULAN

Bentuk *lead-lead* stilistik yang ditemukan pada berita tentang Covid-19 di atas tentu saja belum mencakup semua kemungkinan yang bisa dilakukan. Sebuah *lead* yang tidak konvensional mungkin saja tampak bagus, tetapi harus tetap teliti agar kebagusannya dan ketidakkonvensionalannya tidak mengaburkan tujuan berita yang ditulis, yaitu menjelaskan apa yang terjadi. Pada dasarnya penggunaan gaya stilistik ini pada *lead* berita adalah untuk menarik perhatian pembaca/penonton, agar penonton menyaksikan informasi yang disampaikan sampai habis, serta agar adanya variasi dalam penyajian informasi sehingga tidak terkesan terlalu kaku dan monoton. *Lead* berita tentang Covid-19 yang ditemukan pada saluran *youtube* CNN Indonesia menggunakan tipe (1) *lead* menonjol, *lead* ini mengguncang pemirsa di awal *lead*. Pembaca/penonton dibuat kaget, terperangah, serta berempati. (2) *Lead* deskriptif, pembaca/penonton seakan berada pada situasi dalam berita. (3) *Lead* kontras, adanya situasi yang berlawanan antara subyek pelaku dan perilaku subyek. (4) *Lead* bertanya, *lead* ini bersifat interaktif karena melontarkan pertanyaan sebelum masuk pada isi *lead*. (5) *Lead* kutipan, penulisan menekankan pada unsur apa yang disampaikan narasumber atau sumber berita. (6) *Lead* kepenasaran kumulatif, *lead* stilistik yang tidak mengemukakan pokok berita diawal kalimat sehingga menimbulkan kepenasaran penonton/pemirsa. (7) *Lead* berurutan, *lead* disusun secara kronologis dengan tujuan untuk memenuhi keingintahuan pemirsanya. (8) *Lead*

parodi, *lead* ini berisi ungkapan yang hangat, baru, serta dipahami oleh masyarakat dengan penggunaan ungkapan tertentu. (9) *Lead* sapaan, *lead* ini disajikan dengan menyapa pemirsanya sehingga menimbulkan kesan interaktif.

REFERENSI

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>.
- Azwar. 2018. *4 Pilar Jurnalistik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ermanto. 2009. *Menjadi Wartawan Andal dan Profesional: Panduan Praktis dan Teoretis*. Padang: UNP Press.
- Handayani, F. P., & Merdekawati, I. (2019). Kebijakan Penggunaan Media Online Website Kompas TV Dan Youtube Untuk Menyalurkan Konten “Eksklusif Digital” Kompas TV. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 3(1), 198–211. <https://doi.org/10.24198/kj.v3i1.21361>.
- Hermaliza, & Ermawati. S. (2020). Politisasi Bahasa Melalui Eufemisme dalam Program Berita di Televisi. *Geram (Gerakan Aktif Menulis)*, 8(1), 37–47. [https://doi.org/10.25299/geram.2020.vol8\(1\).4849](https://doi.org/10.25299/geram.2020.vol8(1).4849).
- Kusumaningrat, Kusumaningrat. 2016. *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mahsun. 2007. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Rajawali Press
- Morrisan. 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nursyakra, H. (2017). Strategi Penulisan Lead Berita Kriminal di Surat Kabar Riau Pos. *JOM FISIP*, 4(2), 1–12.
- Ratna Restapaty. (2014). Analisis Bentuk Dan Bahasa Fitur Pendidikan Dalam Surat Kabar Banjarmasin Post (the Analysis on Form and Feature of Education Language in Banjarmasin Post Newspaper). *Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, 4(1), 27–40.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumadira. 2005. *Jurnalistik Indonesia Menulis berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yogapratama, Davit. 2009. *Menjadi Seleb dalam 20 menit lewat Youtube*. Yogyakarta:

Mozarta Mediatama.

Zahra, A. S., & Wijayanti, S. (2020).

Efektivitas Pembelajaran Basis Online di IAIN Tulungagung Dengan Adanya Kebijakan Physical Distancing Era Pandemi Covid 19. *Geram (Gerakan Aktif Menulis)*, 8(1), 83–89.

https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180504115746-185-295677/youtube_dikunjungi-18-miliar-orang-setiap-bulan.

https://id.wikipedia.org/wiki/CNN_Indonesia

https://www.youtube.com/results?search_query=CNN+INDONESIA