

ABSTRAK

ANISSA PUTRI, PENERAPAN BAHASA JURNALISTIK PADA MEDIA ONLINE (Studi Deskriptif Mengenai Penggunaan Bahasa Jurnalistik dalam Berita Ekonomi *Bisnis.com* Edisi April 2022)

Kredibilitas dan kualitas media berita dapat ditentukan oleh tatanan bahasa jurnalistik yang tidak dapat dibedakan dengan bahasa Indonesia. Namun, penggunaan pilihan kata yang sesuai dengan bahasa jurnalistik yang tepat dan dapat diterima di media online masih merupakan keterampilan yang kurang dimiliki oleh banyak jurnalis dan media saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu penggunaan bahasa jurnalistik tidak komunikatif, bahasa jurnalistik tidak spesifik, bahasa jurnalistik tidak hemat kata, dan bahasa jurnalistik tidak jelas makna pada berita ekonomi *Bisnis.com* edisi 1-30 April 2022.

Penelitian ini menggunakan konsep bahasa jurnalistik menurut Kunjana Rahardi sebagai landasan penelitian, diantaranya adalah komunikatif, spesifik, hemat kata, serta jelas makna.

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif, metode ini menyajikan dengan berbentuk naratif. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kualitatif. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini ialah paradigma konstruktivisme.

Berdasarkan dari hasil dari penelitian, dari 15 berita yang diteliti, penggunaan bahasa jurnalistik menurut konsep Kunjana Rahardi belum dapat diterapkan dengan baik pada ekonomi *Bisnis.com* edisi 1-30 April 2022. Penggunaan bahasa jurnalistik yang tidak komunikatif paling banyak ditemukan, yakni sebanyak 50 kesalahan dalam 14 berita.

Kata Kunci: Bahasa Jurnalistik, Berita Ekonomi, *Bisnis.com*.

ABSTRACT

ANISSA PUTRI: APPLICATION OF JOURNALISTIC LANGUAGE IN ONLINE MEDIA (Content Analysis of the Use of Journalistic Language in *Bisnis.com* Economic News April 2022 Edition)

The credibility and quality of the news media can be determined by the order of the journalistic language which is indistinguishable from Indonesian. However, the use of word choices that are in accordance with journalistic language that is appropriate and acceptable in online media is still a skill that is lacking in many journalists and the media today.

This study aims to find out the use of journalistic language that is not communicative, journalistic language is not specific, journalistic language is not sparing in words, and journalistic language is not clear in meaning in the economic news of *Bisnis.com*, April 1-30 2022 edition.

This study uses the concept of journalistic language according to Kunjana Rahardi as a research basis, including communicative, specific, sparing words, and clear meaning.

Researchers use descriptive research methods, this method is presented in a narrative form. The approach used is a qualitative approach. The paradigm used in this study is the constructivism paradigm.

Based on the results of the research, of the 15 news reports studied, the use of journalistic language according to Kunjana Rahardi's concept cannot be properly applied to the economy of *Bisnis.com* April 1-30 2022 edition. The use of journalistic language that is not communicative is the most common, namely as many as 50 errors in 14 news.

Keyword: Journalistic Language, Economic News, *Bisnis.com*.