



## Persuasion in IDN Times Online News Title January-March 2021 Edition

### Persuasi dalam Judul Berita Daring *IDN Times* Edisi Januari-Maret 2021

St. Anisah, Wahyudi Siswanto\*, Dewi Ariani

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: wahyudi.siswanto.fs@um.ac.id

Paper received: 01-05-2021; revised: 17-05-2021; accepted: 31-05-2021

#### Abstract

Persuasion is a communicative process to change the beliefs, attitudes, goals or behavior of others by using words or words that the author wants. Persuasion in online news titles is used to attract the attention of readers to read the entire content of the news. The choice of online media in fulfilling information in the digital era has made it easier for many people because it is more practical, fast, effective, and efficient. The purpose of this study was to describe the delivery technique, style of language, and the meaning of persuasion in the January-March 2021 edition of the IDN Times news title. This study used a qualitative approach. This type of research was conducted using descriptive research. Data analysis in this study consisted of (1) data collection, (2) data reduction, (3) data presentation, and (4) drawing conclusions. The results of this study are presented in three important focuses, namely persuasion delivery techniques, persuasion language styles, and the dominant meaning of persuasion used in online news titles. *First*, the persuasion delivery technique found in the January-March 2021 edition of IDN Times as many as 311 news titles. *Second*, the persuasive language style found in the January-March 2021 edition of IDN Times was 148 news titles. *Third*, the meaning of persuasion found in the January-March 2021 edition of IDN Times was 135 news titles.

**Keywords:** persuasion, news headlines, online media

#### Abstrak

Persuasi adalah proses yang memudahkan terhubung dengan orang orang lain untuk mengubah kepercayaan, sikap, tujuan atau tingkah laku dengan menggunakan ucapan atau kata-kata yang diinginkan penulis. Persuasi dalam judul-judul berita daring digunakan untuk menarik perhatian pembaca agar membaca keseluruhan isi berita. Pemilihan media daring dalam pemenuhan informasi di era digital semakin mempermudah banyak orang karena lebih praktis, cepat, efektif, dan efisien. Tujuan penelitian ini untuk memaparkan secara jelas dan terperinci teknik penyampaian, gaya bahasa, dan makna persuasi dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian deskriptif. Analisis data pada penelitian ini terdiri dari (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini dipaparkan dalam tiga fokus penting, yakni teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa persuasi, dan makna persuasi yang dominan digunakan dalam judul berita daring. *Pertama*, teknik penyampaian persuasi yang ditemukan pada media daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 sebanyak 311 judul berita. *Kedua*, gaya bahasa persuasi yang ditemukan pada media daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 sebanyak 148 judul berita. *Ketiga*, makna persuasi yang ditemukan pada media daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 sebanyak 135 judul berita.

**Kata kunci:** persuasi, judul berita, media daring

## 1. Pendahuluan

Di era kemajuan teknologi ini orang-orang dapat mengakses informasi apa pun dengan cepat dan mudah. Bahkan informasi dapat terpenuhi kapan pun dan di mana pun menyesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan. Kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan informasi tersebut berkat perkembangan teknologi yang pesat. Dengan bantuan internet, orang-orang dapat dengan mudah dan biaya yang murah terhubung dengan satu dan yang lain. Ditambah dengan perkembangan teknologi seluler yang menjadikan internet semakin mudah diakses melalui gawai. Menurut *internetlivestats.com* (2021), per Juni 2021 jumlah *website* telah mencapai 1,8 miliar dan pengguna internet telah mencapai 4,9 miliar. Berdasarkan data dari *internetlivestats.com* (2021) tersebut, jumlah *website* dan pengguna internet akan selalu bertambah setiap detiknya. Angka-angka tersebut menjadi bukti bahwa saat ini pantas disebut sebagai era informasi, di mana orang-orang mengalami banjir informasi karena kemajuan teknologi.

Banjir informasi atau kemudahan dalam mendapatkan informasi jika tidak disikapi dengan bijak akan membuat orang-orang hanyut pada informasi-informasi yang keliru. Dengan kemudahan ini, orang-orang akan mudah terpengaruh dengan judul-judul berita yang dilebih-lebihkan atau membuat penasaran tetapi isi beritanya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Judul menjadi kunci pemahaman para pembaca. Judul adalah salah satu hal yang penting dalam memicu daya tarik pertama bagi pembaca untuk membaca berita, atau justru melewatinya dan melupakannya (Sumadiria, 2011). Saat membaca judul berita, pembaca akan menafsirkan sesuatu yang belum sepenuhnya diketahui. Judul memiliki peran yang penting dalam sebuah berita. Judul pada berita mencerminkan keseluruhan isi berita dan bersifat spesifik, akurat, jelas, dan ringkas. Judul berita di media daring hendaknya tidak hanya menarik, tetapi juga memperhatikan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) agar berita terdaftar dan tersusun menurut abjad oleh mesin pencari sehingga mudah ditemukan untuk memenuhi kebutuhan informasi pembaca di halaman hasil pencarian (SERP).

Persuasi dalam judul-judul berita daring bertujuan untuk menarik perhatian pembaca agar membaca keseluruhan isi berita. Pada upaya menumbuhkan kesadaran seseorang, persuasi digunakan sebagai usaha untuk memengaruhi atau mengubah tindakan dan pikiran agar menghasilkan kesepakatan dan melakukan tujuan tertentu. Untuk menerima atau melakukan tujuan tertentu yang diinginkan, penulis menciptakan suatu dasar untuk memengaruhi pembaca, yakni kepercayaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Keraf (2000), bahwa suatu bentuk usaha yang dilakukan untuk menghasilkan kesepakatan dan kesesuaian antara yang melakukan persuasi dan yang dipersuasi melalui kepercayaan.

Kachkaeva (2012) menyatakan bahwa media daring adalah teknologi dan mobilitas internet baru yang menghasilkan tipe baru 'produk sosial' yang terhubung ke masyarakat untuk menyampaikan informasi. Seiring semakin canggihnya teknologi, media daring berhasil menggeser eksistensi media konvensional di pasaran. IDN Times adalah salah satu media daring yang memiliki 20 juta *page views* per bulan (Daily Social, 2015). IDN Times menjadi sarana untuk orang-orang yang ingin membaca dan belajar menulis berita secara daring. Gaya penulisan judul berita pada IDN Times sangat dekat atau akrab dengan semua kalangan umur termasuk milenial. Salah satu program IDN Times #MillennialsMemilih berhasil menyabet penghargaan kategori Proyek Digital Terbaik untuk Melibatkan Pemirsa Muda atau Milenial dari *Asian Digital Media Awards 2019* yang diselenggarakan oleh Asosiasi Dunia dari Koran dan Penerbit Berita (WAN-IFRA) di Hong Kong.

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan secara jelas dan terperinci teknik penyampaian, gaya bahasa, dan makna persuasi dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021. Teknik-teknik penyampaian persuasi adalah teknik yang mengacu pada sebab-akibat, definisi, persamaan, pertentangan, perbandingan, keadaan, kesaksian, dan otoritas (Keraf, 2000). Teknik-teknik penyampaian yang biasa digunakan dalam persuasi adalah rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, proyeksi, dan penggantian. Namun, umumnya teknik-teknik penyampaian persuasi yang digunakan dalam judul berita daring antara lain, yakni rasionalisasi, identifikasi, konformitas, kompensasi, dan penggantian.

Rasionalisasi adalah teknik yang memberikan suatu dasar membenaran atau fakta yang dapat diterima akal sehat pada beberapa masalah atau persoalan ketika melakukan persuasi. Dalam teknik rasionalisasi, data dan fakta yang disajikan menjadi bukti atau evidensi untuk meyakinkan pembaca agar sepakat dengan pernyataan penulis. Identifikasi adalah teknik yang digunakan dalam persuasi agar pembaca merasa terwakili dengan pernyataan yang disampaikan. Umumnya penulis yang menggunakan teknik ini akan memakai kata “kita” untuk menyatakan diri sebagai pembaca atau pendengar yang dipersuasi.

Sugesti adalah teknik dalam persuasi yang bergantung pada kekuatan sugesti parental. Pembaca yang memiliki sugesti parental akan membutuhkan figur yang dapat memposisikan diri sebagai pengganti orang tua yang dihormati dan ditaati, sehingga penulis seringkali mengutip pernyataan tokoh-tokoh tertentu yang memiliki pengaruh untuk meyakinkan. Konformitas adalah teknik persuasi yang digunakan penulis untuk memberikan gambaran bagaimana suatu kejadian atau permasalahan memiliki suatu dasar kebenaran atau fakta yang diharapkan oleh pembaca. Konformitas menunjukkan suatu cara kerja mental untuk menyesuaikan dengan sesuatu yang dianggap cocok atau diinginkan.

Kompensasi adalah teknik persuasi untuk mencari suatu pengganti bagi sesuatu hal yang tidak dapat dipertahankan atau sikap yang tidak dapat diterima. Dalam persuasi, usaha untuk mencari pengganti dilakukan karena sikap atau keadaan yang asli sudah tidak dapat dipertahankan atau diterima. Penggantian adalah teknik persuasi dengan meyakinkan pembaca untuk mengganti suatu tujuan tertentu kepada tujuan yang lain yang mengalami rintangan. Ciri khas teknik pengganti adalah membandingkan dua hal atau lebih dengan mempertimbangkan dampak yang lebih baik terhadap pembaca.

Gaya bahasa menunjukkan pola pikir dan watak penulis dalam menggunakan bahasa yang dituangkan secara khas pada suatu tulisan. Penggunaan gaya bahasa yang tepat mampu memengaruhi minat dan penilaian dari pembaca. Moeliono (dalam Laksana, 2010) membagi gaya bahasa menjadi tiga kategori, yaitu perbandingan, pertentangan, dan pertautan. Gaya bahasa perbandingan adalah gaya bahasa yang menyetarakan dua hal yang pada dasarnya berbeda dan yang dimaksudkan dianggap sama (Laksana, 2010). Gaya bahasa perbandingan yang digunakan pada judul berita daring, yaitu: perumpamaan, metafora, personifikasi, depersonifikasi, antitesis, perifrasis, dan antisipasi.

Gaya bahasa pertentangan adalah gaya bahasa yang menyetarakan dua hal yang bertentangan atau bertolak belakang. Ada pun gaya bahasa pertentangan yang digunakan dalam judul berita daring antara lain: hiperbola, litotes, ironi, oksimoron, inuendo, dan paradoks. Gaya bahasa pertautan adalah gaya bahasa yang menunjukkan adanya pertalian di antara dua hal yang sedang dibahas. Gaya bahasa pertautan lebih banyak merujuk kepada sesuatu yang bersifat pasti. Gaya bahasa perbandingan yang digunakan pada judul berita

daring, yaitu: sinekdoke, alusi, eponim, epitet, antonomasia, erotesis atau retorik, paralelisme, dan ellipsis.

Makna merupakan maksud atau arti yang ingin disampaikan oleh penulis. Dalam persuasi, makna disajikan dalam bentuk pesan dengan menyentuh motif yang menggerakkan dan mendorong pembaca untuk melakukan sesuatu yang diinginkan tanpa ancaman dan paksaan. Menurut Bormann (1991:77), makna persuasi disajikan dengan bahasa yang terbatas tetapi alami dan fleksibel, serta mengandung kekuatan komunikatif yang besar. Makna yang terdapat dalam pesan yang disampaikan untuk memengaruhi atau membujuk seseorang antara lain: informasional, emosional, motivasional, dan ketakutan.

Makna informasional adalah penyajian pesan yang mengandung fakta, pengetahuan, dan hal-hal yang bersifat logis. Penyajian fakta dan pengetahuan sebagai bukti yang memperkuat kebenaran atau ketepatan suatu pernyataan atau gagasan dalam melakukan persuasi. Makna emosional adalah penyajian pesan yang berusaha menggugah emosi khalayak. Hal ini dapat berkaitan dengan suatu kejadian atau peristiwa yang mencoba memengaruhi pikiran pembaca agar sepakat dengan pernyataan penulis.

Makna motivasional adalah penyajian pesan yang disusun untuk menumbuhkan pengaruh mental pembaca, sehingga melakukan pesan yang dimaksudkan oleh penulis. Dorongan psikologis yang seringkali ditemui pada persuasi berbentuk rasa peduli penulis yang dituangkan dalam pesan-pesan yang bermanfaat. Makna ketakutan adalah penyajian pesan yang menimbulkan ketakutan untuk membuat pembaca waspada dan berhati-hati. Imbauan yang ditujukan kepada pembaca umumnya akan memberikan dampak yang berupa rasa takut, waspada, dan cemas.

Berdasarkan pengamatan, sejauh ini tulisan yang secara khas mengkaji mengenai persuasi dalam judul berita daring IDN Times belum ada. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Riadi (2012) dengan judul *Karakteristik Gaya Bahasa Judul-judul Berita pada Media Online Detik.com*. Hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa gaya bahasa hiperbola mendominasi dalam judul-judul berita pada media *online* Detik.com. *Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2014) dengan judul *Gaya Bahasa Berita Media Online di Indonesia: Judul Menarik Tidak Harus Tidak Baku*. Hasil dalam penelitian tersebut antara lain menyatakan bahwa: (1) terdapat penggunaan istilah asing yang memiliki padanan kata dalam bahasa Indonesia, (2) terdapat penggunaan bahasa populer anak muda dan bahasa daerah yang belum tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan (3) insan media bersedia menggunakan bahasa percakapan yang tidak memenuhi Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan. *Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2018) dengan judul *Hiperbola dan Hiperrealitas Media: Analisis Judul Berita Hiperbola di Situs Berita Online*. Hasil dalam penelitian tersebut antara lain menyatakan bahwa: (1) judul berita yang hiperbola membuat masyarakat berpikir imajinatif sehingga membentuk pemikiran yang berdasarkan realita, dan (2) media menjadi agen simulakra efektif dalam menciptakan imajinasi masyarakat terhadap sesuatu yang didukung penggunaan media sosial yang semakin masif.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times Edisi Januari-Maret 2021”. Penelitian ini berbeda dengan ketiga penelitian tersebut. Letak perbedaannya adalah pada sasaran penelitian. Jika penelitian sebelumnya berfokus pada gaya bahasa pada judul berita, penelitian ini menitikberatkan pada (1) teknik penyampaian persuasi dalam judul berita daring, (2) gaya bahasa persuasi dalam

judul berita daring, serta (3) makna persuasi dalam judul berita daring. Persuasi dalam judul berita daring IDN Times menarik untuk diteliti karena salah satu cara yang tepat untuk membujuk atau memengaruhi seseorang untuk membaca keseluruhan isi berita yaitu melalui judul yang persuasif. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki kedudukan sebagai pelengkap dari penelitian-penelitian sebelumnya. Uraian yang dijelaskan di atas menjadikan dasar penulis untuk melakukan penelitian.

## 2. Metode

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persuasi dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021. Berdasarkan tujuan tersebut, maka jenis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif. Penelitian ini menghasilkan data dengan bentuk deskriptif yang menggunakan uraian kata-kata untuk memaparkan secara jelas dan terperinci hasil analisis teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa persuasi, dan makna persuasi dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 yang diamati.

Data dalam penelitian ini berupa 647 judul-judul berita daring edisi Januari-Maret 2021 dari IDN Times. 647 judul-judul berita daring ini dianalisis sebagai representasi penulisan judul yang persuasif, terutama dalam teknik penyampaian, penggunaan gaya bahasa, dan makna. Sumber data penelitian adalah media daring IDN Times. Peneliti memiliki alasan dalam memilih media daring IDN Times sebagai sumber data penelitian ini. Media daring IDN Times memiliki karakteristik gaya penulisan judul berita yang sangat dekat atau akrab dengan semua kalangan umur terutama milenial, serta berita tidak monoton berbentuk narasi (berupa *listicle* dan disertai keterangan gambar).

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yakni (1) instrumen utama dan (2) instrumen tambahan. Instrumen utama adalah peneliti sendiri yang melakukan kegiatan mengumpulkan data, mengelompokkan data, menganalisis data, hingga mendeskripsikan data. Instrumen tambahan yang digunakan peneliti untuk mempermudah penelitian adalah pedoman studi dokumen dan pedoman analisis data. Pedoman studi dokumen berupa tabel yang digunakan untuk mengumpulkan judul-judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021. Pedoman studi dokumen dilengkapi dengan karakteristik sumber data sebagai dasar penelitian, sehingga tersaring 594 data berupa judul-judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021. Sementara itu, pedoman analisis data digunakan dalam menelaah data yang tersaring sebanyak 594 judul-judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 yang dengan dilengkapi indikator aspek dan fokus penelitian.

Pada penelitian ini digunakan model Miles dan Huberman untuk melakukan analisis data yang bersifat saling melakukan aksi dan berlangsung terus-menerus hingga tuntas (Sugiyono, 2017) Aktivitas dalam analisis data, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Pada tahap pengumpulan data, peneliti melakukan penjelajahan secara menyeluruh terhadap media daring IDN Times yang diteliti sehingga diperoleh data berupa 647 judul-judul berita daring edisi Januari-Maret 2021 yang bervariasi. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan menyeleksi data sehingga tersaring 594 data berupa judul-judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret berdasarkan fokus penelitian.

Pada tahap penyajian data, peneliti memberi tafsiran pada 594 data berupa judul-judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret yang telah direduksi untuk dideskripsikan dalam bentuk pembahasan yang mendalam mengenai teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa

persuasi, dan makna persuasi. Penafsiran data dilakukan dengan menyesuaikan pada teori-teori yang ada. Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti menarik kesimpulan dari hasil kajian yang ditemukan pada judul-judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada pembahasan ini dipaparkan data hasil penelitian berupa teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa persuasi, dan makna persuasi dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disajikan tabel persuasi dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 sebagai berikut.

**Tabel 1. Teknik Penyampaian Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times**

Aspek	Kode Data	Judul Berita
Rasionalisasi	(TP/RAS/013)	Amankan Vaksinasi COVID-19, Polri Kerahkan 83 Ribu Personel
Identifikasi	(TP/IDE/001)	7 Perubahan yang Terjadi pada Tubuh Kita setelah Divaksinasi COVID-19
Sugesti	(TP/SUG/004)	BPPTKG: Gunung Merapi Masuki Fase Erupsi Tahun 2021
Konformitas	(TP/KON/010)	Ada Kilatan, Begini Kesaksian Warga saat Sriwijaya Air Jatuh
Kompensasi	(TP/KOM/002)	ITS Temukan i-nose c-19, Alat Deteksi COVID Lewat Bau Keringat Ketiak
Penggantian	(TP/PEN/002)	Vaksin Sinovac vs Astrazeneca, Ampuh Mana?

**Tabel 2. Gaya Bahasa Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times**

Aspek	Kode Data	Judul Berita
Perbandingan	Perumpamaan	(BAN/PRN/001) Nasdem Minta PP Kebiri Disosialisasikan sebagai Momok Menyeramkan
	Metafora	(BAN/MTF/001) Jokowi Teken PP Kebiri Kimia untuk Predator Seksual Anak
	Personifikasi	(BAN/PSF/002) Semeru Muntahkan Awan Panas, Waspada Lontaran Batuan dan Lava Pijar
	Depersonifikasi	(BAN/DSF/004) Tolak Kudeta Militer, Dokter di Myanmar Mogok Kerja saat Pandemi
	Antitesis	(BAN/ATS/005) Pegawai KPK Curi 1,9 Kg Emas Sitaan Korupsi
	Perifrasis	(BAN/PRF/001) Tim Peneliti Vaksin Nusantara dari Fakultas Kedokteran UGM Mengundurkan Diri
	Antisipasi	(BAN/ATP/003) Empat Bulan Lagi Olimpiade Tokyo, Warga Sepuh Jepang Jadi Prioritas
Pertentangan	Hiperbola	(TEN/HPB/004) Banjir Landa Sejumlah Daerah di Aceh, Lebih 300 Rumah Warga Terendam
	Litotes	(TEN/LTT/002) Marcus/Kevin Ungkap Banyak Curi Ilmu dari Hendra/Ahsan
	Ironi	(TEN/IRN/001) Primadona Turis Asing, 30 Ton Sampah Diangkut usai Pembersihan Pantai Kuta
	Oksimoron	(TEN/OSM/001) Berisiko Jadi Ajang Penularan COVID-19, Pemilu 2024 Tetap Sesuai Jadwal
	Inuendo	(TEN/IED/001) Tak Jelas Fungsinya, Satgas Lawan COVID DPR Diusulkan Dibubarkan
	Paradoks	(TEN/PRD/001) Dihujat, Wyatt Russell Merasa Terhormat Gantikan Peran Captain America

**Tabel 2. Gaya Bahasa Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times (Lanjutan)**

	Aspek	Kode Data	Judul Berita
Pertautan	Sinekdoke	(TAU/SND/002)	Indonesia Pulangkan 158 Pekerja Migran dari Pasifik
	Alusi	(TAU/ALS/001)	Belum Ada Pengganti Susi Susanti, Tunggal Putri Indonesia Terpuruk
	Eponim	(TAU/EPN/001)	Inter Tersungkur, Conte Malah Kaitkan dengan Dewi Fortuna
	Epitet	(AU/EPT/001)	Kevin Sanjaya Positif COVID-19, The Minions Mundur dari Turnamen Bangkok
	Antonomasia	(TAU/ATM/003)	Gubernur NTB Klarifikasi Foto Renang Ramai-ramai saat Pandemi
	Erotesis	(TAU/ERT/002)	PSBB Jawa-Bali Berlaku Terbatas, Bagaimana Nasib Wilayah Lain?
	Paralelisme	(TAU/PRL/001)	12 Nelayan Hilang di Perairan Batang karena Dihantam Kapal Niaga

**Tabel 3. Makna Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times**

	Aspek	Kode Data	Judul Berita
Informasional		(MP/INF/018)	Pandemik, 2.168 Perempuan di Jombang Gugat Cerai Suami
		(MP/EMO/008)	Sedih! Guru Honorer Dipecat usai Unggah Upah di FB
		(MP/MOT/007)	Jadi Contoh, Lansia 104 Tahun Vaksinasi COVID-19 di Bogor
		(MP/KET/001)	Waspada! Positivity Rate Indonesia Tembus Angka 15,4 Persen

### 3.1 Teknik Penyampaian Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times

Teknik penyampaian persuasi adalah teknik yang mengacu pada definisi, sebab-akibat, persamaan, perbandingan, pertentangan, serta kesaksian. Pembahasan dari teknik-teknik penyampaian persuasi pada judul berita daring IDN Times dipaparkan sebagai berikut.

#### *Rasionalisasi*

Rasionalisasi adalah teknik penyampaian yang memberikan suatu dasar berupa fakta atau pengetahuan baru yang memberikan suatu dasar berupa fakta atau pengetahuan baru yang dapat diterima secara rasional atau logis. Menurut Keraf (2000), fakta atau pengetahuan baru pada teknik penyampaian rasionalisasi yang dipaparkan penulis menjadi evidensi atau bukti untuk meyakinkan pembaca.

- 1) Amankan Vaksinasi COVID-19, Polri Kerahkan 83 Ribu Personel (IDN Times, 2021) (TP/RAS/013)

Pada data (1), teknik penyampaian pada judul berita daring dapat dilihat dari penyajian fakta sebagai bukti yang valid untuk meyakinkan pembaca terkait proses vaksinasi. Penulis menyampaikan fakta bahwa Polri mengerahkan 83 ribu personel untuk mengamankan proses vaksinasi COVID-19.

#### *Identifikasi*

Identifikasi adalah teknik penyampaian yang mengacu pada penulis yang mewakili atau memposisikan diri sebagai pembaca. Pada teknik penyampaian identifikasi, penulis umumnya menggunakan kata 'kita' untuk menyatakan diri sebagai pembaca dalam melakukan persuasi.

- 2) 7 Perubahan yang Terjadi pada Tubuh Kita setelah Divaksinasi COVID-19 (IDN Times, 2021) (TP/IDE/001)

Pada data (2), teknik penyampaian identifikasi pada judul berita daring dapat dilihat dari penggunaan kata 'kita' untuk menyatakan diri sebagai pembaca. Sesuai dengan pernyataan Keraf (2000), penulis mengidentifikasi diri sebagai seseorang yang memiliki pengetahuan dengan menginformasikan tujuh perubahan yang terjadi pada tubuh setelah menerima vaksin COVID-19 untuk memudahkan tujuannya dalam meyakinkan pembaca.

#### *Sugesti*

Sugesti adalah teknik penyampain persuasi yang mengacu pada sugesti parental. Menurut Keraf (2000), sugesti parental umumnya membutuhkan seorang figur atau tokoh yang memiliki pengaruh di masyarakat.

- 3) BPPTKG: Gunung Merapi Masuki Fase Erupsi Tahun 2021 (IDN Times, 2021) (TP/SUG/004)

Pada data (3), teknik penyampaian sugesti pada judul berita daring dapat dilihat dari pengutipan pernyataan BPPTKG yang memiliki kedudukan di masyarakat. BPPTKG merupakan badan geologi yang dipercaya dalam penanganan mitigasi bencana Gunung Merapi.

#### *Konformitas*

Konformitas adalah teknik penyampaian yang mengacu pada penyesuaian sebuah permasalahan atau kejadian dengan fakta yang sebenarnya terjadi. Sesuai dengan yang disampaikan Keraf (2000), penulis akan memberikan gambaran bagaimana suatu permasalahan atau kejadian memiliki suatu dasar kebenaran yang diharapkan pembaca.

- 4) Ada Kilatan, Begini Kesaksian Warga saat Sriwijaya Air Jatuh (IDN Times, 2021) (TP/KON/010)

Pada data (4), teknik penyampaian sugesti pada judul berita daring dapat dilihat dari penyesuaian permasalahan dengan fakta yang sebenarnya terjadi. Penulis mencocokkan permasalahan tentang kilatan yang muncul saat Sriwijaya Air jatuh dengan fakta yang sebenarnya melalui penyajian kesaksian warga.

#### *Kompensasi*

Kompensasi adalah teknik penyampaian yang mengacu pada pencarian pengganti terhadap sesuatu hal yang lain. Penulis akan berusaha mencari pengganti untuk memengaruhi pembaca karena keadaan yang asli tidak dapat dipertahankan.

- 5) ITS Temukan i-nose c-19, Alat Deteksi COVID Lewat Bau Keringat Ketiak (IDN Times, 2021) (TP/KOM/002)

Pada data (5), teknik penyampaian kompensasi pada judul berita daring dapat dilihat dari pencarian pengganti dari sesuatu hal yang lain. Penulis menginformasikan bahwa ITS berhasil menemukan alat deteksi bernama i-nose c-19 sebagai pengganti yang dapat mempermudah pendeteksian COVID-19 melalui bau keringat ketiak.

### *Penggantian*

Penggantian adalah teknik penyampaian yang membandingkan dua hal atau lebih dengan mempertimbangkan pengaruh yang lebih baik (Keraf, 2000). Pada teknik penyampaian penggantian ini pembaca akan diarahkan pada sesuatu hal yang lebih baik sehingga terjadi perubahan pemikiran atau tindakan.

- 6) Vaksin Sinovac vs Astrazeneca, Ampuh Mana? (IDN Times, 2021)  
(TP/PEN/002)

Pada data (6), teknik penyampaian penggantian pada judul berita daring dapat dilihat dari perbandingan antara dua hal untuk mencari sesuatu yang memiliki pengaruh yang baik. Penulis mencoba untuk membandingkan vaksin Sinovac yang telah digunakan di Indonesia untuk penanganan COVID-19 dengan vaksin AstraZeneca yang diklaim memiliki efikasi lebih tinggi.

### **3.1. Gaya Bahasa Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times**

Gaya bahasa persuasi adalah sarana atau alat untuk menarik perhatian dan memengaruhi pembaca yang didasarkan pada pemilihan (diksi) yang digunakan. Pembahasan dari gaya bahasa persuasi tersebut dipaparkan sebagai berikut.

#### *Gaya Bahasa Perbandingan*

Gaya bahasa perbandingan adalah gaya bahasa yang menyetarakan dua hal yang berlainan dan yang dimaksudkan dianggap sama. Perumpamaan adalah gaya bahasa yang menerangkan sesuatu yang berbeda menjadi sama dengan yang lain. Dalam penelitian ini ditemukan perumpamaan yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times sesuai dengan pernyataan Keraf (1988), berupa penyebutan sesuatu dengan kata 'sebagai'.

- 7) Nasdem Minta PP Kebiri Disosialisasikan sebagai Momok Menyeramkan (IDN Times, 2021) (BAN/PRN/001)

Pada data (7), perumpamaan pada judul berita daring dapat dilihat dari penggunaan kata 'sebagai' untuk lebih menonjolkan sesuatu yang dibandingkan. Penulis membandingkan dua hal yang berbeda antara PP Kebiri dengan momok yang menyeramkan menggunakan kata 'sebagai'.

Metafora adalah gaya bahasa yang memakai rangkaian kata yang memiliki arti bukan sebenarnya. Dalam penelitian ini ditemukan metafora yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa kata penyebut secara eksplisit yang menggambarkan adanya perbandingan.

- 8) Jokowi Teken PP Kebiri Kimia untuk Predator Seksual Anak (IDN Times, 2021)  
(BAN/MTF/001)

Pada data (8), sesuai dengan pernyataan Poerwadarminta (1976), metafora pada judul berita daring dapat dilihat dari kata penyebut 'seperti' yang disampaikan secara eksplisit. Penulis menggunakan 'predator seksual' untuk menggambarkan pengertian yang merendahkan seseorang yang berusaha mendapatkan kontak seksual dengan orang lain terutama anak-anak. Predator adalah sejenis hewan yang memburu, menangkap, dan

memakan hewan lain, sementara seksual berkenaan dengan hubungan persetubuhan antara laki-laki dan perempuan.

Personifikasi adalah gaya bahasa yang menjadikan benda mati seolah-olah bernyawa. Dalam penelitian ini ditemukan personifikasi yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa penggambaran benda mati yang berwujud makhluk hidup.

- 9) Semeru Muntahkan Awan Panas, Waspada Lontaran Batuan dan Lava Pijar (IDN Times, 2021) (BAN/PSF/002)

Pada data (9), personifikasi pada judul berita daring sesuai dengan pernyataan Keraf (1988), dapat dilihat dari penggambaran benda mati yang seolah-olah bernyawa. Penulis membandingkan Gunung Semeru yang merupakan benda mati seolah-olah hidup atau bernyawa dengan menggunakan kata 'muntahkan' yang identik dengan perilaku makhluk hidup.

#### *Gaya Bahasa Pertentangan*

Gaya bahasa pertentangan adalah gaya bahasa yang menyetarakan dua hal yang bertentangan atau bertolak belakang. Hiperbola menurut Tarigan (2013) adalah gaya bahasa yang mengandung pernyataan yang dilebih-lebihkan. Dalam penelitian ini ditemukan hiperbola yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN berupa pernyataan yang melebih-lebihkan ukuran, jumlah, serta sifat.

- 10) Banjir Landa Sejumlah Daerah di Aceh, Lebih 300 Rumah Warga Terendam (IDN Times, 2021) (TEN/HPB/004)

Pada data (10), hiperbola pada judul berita daring dapat dilihat dari pernyataan keadaan yang dilebih-lebihkan. Penulis menggunakan pernyataan yang melebih-lebihkan keadaannya seperti 'lebih 399 rumah warga terendam' untuk menjelaskan keadaan akibat banjir.

Litotes adalah gaya bahasa yang berisi pernyataan yang dikecil-kecilkan dari keadaan atau fakta yang sebenarnya. Dalam penelitian ini ditemukan litotes yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berdasarkan pernyataan Tarigan (2013), berupa pernyataan yang merendahkan diri.

- 11) Marcus/Kevin Ungkap Banyak Curi Ilmu dari Hendra/Ahsan (IDN Times, 2021) (TEN/LTT/002)

Pada data (11), litotes pada judul berita daring dapat dilihat dari pernyataan seseorang yang merendahkan diri. Penulis mengutip pernyataan dari Marcus/Kevin yang merendah dengan mengaku banyak mencuri ilmu dari pendahulunya Hendra/Ahsan, padahal mereka menduduki peringkat pertama bulu tangkis dunia untuk sektor ganda putra.

Ironi adalah gaya bahasa yang menerangkan makna yang bertentangan dengan tujuan menyindir. Dalam penelitian ini ditemukan ironi yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa ketidaksesuaian antara ekspektasi dengan realita yang terjadi.

- 12) Primadona Turis Asing, 30 Ton Sampah Diangkut usai Pembersihan Pantai Kuta (IDN Times, 2021) (TEN/IRN/001)

Pada data (12), sesuai dengan pernyataan Keraf (1988:143), ironi pada judul berita daring dapat dilihat dari ketidaksesuaian antara keadaan yang diketengahkan dengan kenyataan yang terjadi. Penulis menunjukkan kepada pembaca kenyataan yang bertentangan dengan ekspektasi sebagai kontrol sosial terkait Pantai Kuta yang menjadi primadona turis asing saat berkunjung ke Pulau Bali tetapi nyatanya dipenuhi banyak sampah.

#### *Gaya Bahasa Pertautan*

Gaya bahasa pertautan adalah gaya bahasa yang menerangkan adanya pertalian di antara dua hal yang dibahas. Sinekdoke adalah gaya bahasa yang menyebutkan nama sebagian sebagai pengganti nama keseluruhan, atau sebaliknya. Dalam penelitian ini ditemukan sinekdoke yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 berupa penggunaan keseluruhan untuk menyatakan sebagian (*totem pro parte*).

- 13) Indonesia Pulangkan 158 Pekerja Migran dari Pasifik (IDN Times, 2021)  
(TAU/SND/002)

Pada data (13), sinekdoke pada judul berita daring dapat dilihat dari penggunaan keseluruhan untuk menyatakan sebagian (*totem pro parte*). Penulis menyebutkan Indonesia yang berarti keseluruhan untuk menyatakan sebagian pihak yang berhasil memulangkan 158 pekerja migran dari Pasifik.

Alusi adalah gaya bahasa yang menerangkan secara tidak langsung ke suatu peristiwa atau tokoh bersejarah. Dalam penelitian ini ditemukan alusi yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berdasarkan pernyataan Moeliono (1984), berupa mengingat kembali tokoh bersejarah.

- 14) Belum Ada Pengganti Susi Susanti, Tunggal Putri Indonesia Terpuruk (IDN Times, 2021) (TAU/ALS/001)

Pada data (14), alusi pada judul berita daring dapat dilihat dari pembahasan tokoh pada pada suatu peristiwa bersejarah. Penulis menunjukkan sesuatu yang berkaitan dengan peristiwa sejarah di mana Susi Susanti pernah mengharumkan nama Indonesia dengan memiliki segudang prestasi di bidang bulu tangkis di sektor tunggal putri.

Eponim adalah gaya bahasa yang menerangkan nama seseorang yang sering dihubungkan dengan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini ditemukan eponim yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa penggunaan istilah yang merujuk pada sifat tertentu.

- 15) Inter Tersungkur, Conte Malah Kaitkan dengan Dewi Fortuna (IDN Times, 2021) (TAU/EPN/001)

Pada data (15), eponim pada judul berita daring dapat dilihat dari penggunaan Dewi Fortuna yang identik dengan keberuntungan. Penulis menggunakan istilah 'Dewi Fortuna' yang biasa digunakan untuk menyatakan keberuntungan untuk melaporkan hasil pertandingan Inter yang dinyatakan kalah.

### 3.2. Makna Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times

Makna persuasi adalah maksud atau arti yang disajikan dalam bentuk pesan yang menyentuh motif yang menggerakkan dan mendorong pembaca. Menurut Kotler (dalam Firdania, 2012), makna dalam proses persuasi bergantung pada pesan yang disampaikan. Pembahasan dari makna persuasi dipaparkan sebagai berikut.

#### *Informasional*

Makna informasional adalah penyajian pesan yang mengandung fakta, pengetahuan, serta hal-hal yang bersifat logis. Dalam penelitian ini ditemukan makna informasional yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa penyajian fakta atau pengetahuan baru.

- 16) Pandemi, 2.168 Perempuan di Jombang Gugat Cerai Suami (IDN Times, 2021) (MP/INF/018)

Pada data (16), makna informasional pada judul berita daring dapat dilihat dari penyajian informasi berupa fakta. Penulis menginformasikan bahwa terdapat 2.168 perempuan di Jombang yang menggugat cerai suaminya pada masa pandemi.

#### *Emosional*

Makna emosional adalah penyajian pesan yang berusaha menggugah emosi pembaca yang berkaitan dengan suatu kejadian atau peristiwa. Dalam penelitian ini ditemukan makna emosional yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa penyajian pesan yang menimbulkan kesan atau dampak.

- 17) Sedih! Guru Honorer Dipecat usai Unggah Upah di FB (IDN Times, 2021) (MP/EMO/008)

Pada data (17), makna emosional pada judul berita daring dapat dilihat dari pesan yang memberikan kesan. Penulis menggugah emosi pembaca dalam penggunaan kata 'sedih' yang berkaitan dengan kejadian guru honorer yang dipecat setelah mengunggah upah di sosial media *facebook*.

#### *Motivasional*

Makna motivasional adalah penyajian pesan yang disusun untuk menumbuhkan pengaruh internal psikologis pembaca. Dalam penelitian ini ditemukan makna motivasional yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa dorongan psikologis.

- 18) Jadi Contoh, Lansia 104 Tahun Vaksinasi COVID-19 di Bogor (IDN Times, 2021) (MP/MOT/007)

Pada data (18), makna motivasional pada judul berita daring dapat dilihat dari pesan yang menginspirasi. Penulis memberikan dorongan motivasi kepada pembaca tentang lansia 104 tahun yang menjadi contoh dan ikut vaksinasi COVID-19.

#### *Ketakutan*

Makna ketakutan adalah makna penyajian pesan yang menimbulkan ketakutan atau kewaspadaan agar pembaca berhati-hati. Dalam penelitian ini ditemukan makna ketakutan

yang digunakan penulis dalam judul berita daring IDN Times berupa imbauan terkait suatu kejadian atau persoalan.

- 19) Waspada! Positivity Rate Indonesia Tembus Angka 15,4 Persen (IDN Times, 2021) (MP/KET/001)

Pada data (19), makna ketakutan pada judul berita daring dapat dilihat dari penyajian imbauan. Penulis menguji tingkat kecemasan pembaca dengan menggunakan kata 'waspada' agar lebih berhati-hati dan mematuhi protokol kesehatan mengingat *positivity rate* di Indonesia telah mencapai 15,4 persen.

### 3. Simpulan

Pada penelitian yang berjudul "Persuasi dalam Judul Berita Daring IDN Times Edisi Januari-Maret 2021" ini, peneliti memaparkan tiga fokus penting, yakni (1) teknik penyampaian persuasi, (2) gaya bahasa persuasi, dan (3) makna persuasi yang dominan digunakan dalam judul berita daring. Berdasarkan hasil penelitian terhadap teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa persuasi, dan makna persuasi dalam judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut.

Teknik penyampaian persuasi yang ditemukan pada media daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 sebanyak 311 judul berita yang terdiri dari teknik penyampaian rasionalisasi, teknik penyampaian identifikasi, teknik penyampaian sugesti, teknik penyampaian konformitas, teknik penyampaian kompensasi, dan teknik penyampaian penggantian. Teknik penyampaian persuasi yang dominan pada judul berita media daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 adalah teknik penyampaian rasionalisasi, yaitu sebanyak 125 data. Hal tersebut disebabkan karena teknik penyampaian rasionalisasi memberikan suatu dasar fakta yang dapat diterima secara rasional pada suatu permasalahan atau persoalan yang dibahas. Fakta yang disajikan pada teknik penyampaian rasionalisasi umumnya menjadi bukti atau evidensi untuk meyakinkan pembaca agar sepakat dengan pernyataan penulis.

Gaya bahasa persuasi yang ditemukan pada media daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 sebanyak 148 judul berita yang terdiri dari gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, dan gaya bahasa pertautan. Gaya bahasa persuasi yang dominan pada judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 adalah gaya bahasa pertautan, yaitu sebanyak 83 data. Hal tersebut disebabkan karena gaya bahasa pertautan lebih banyak merujuk kepada sesuatu yang bersifat pasti sehingga penggunaannya banyak digemari oleh pembaca maupun penulis.

Makna persuasi yang ditemukan pada media daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 sebanyak 135 judul berita yang terdiri dari makna informasional, makna emosional, makna motivasional, dan makna ketakutan. Makna persuasi yang dominan pada judul berita daring IDN Times edisi Januari-Maret 2021 adalah makna informasional, yaitu sebanyak 79 data. Hal tersebut dikarenakan makna informasional lebih banyak menyajikan informasi yang berupa fakta atau pengetahuan baru yang dengan mudah dapat menarik minat pembaca.

Peneliti menyampaikan beberapa saran kepada para penulis, peneliti lain, dan para pembaca. *Pertama*, bagi penulis, dalam penulisan judul berita daring diharapkan mampu mengembangkan wawasan tentang penggunaan teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa persuasi, dan makna persuasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan

pertimbangan dalam penulisan judul berita yang menarik dengan memperhatikan porsi yang tepat dalam melakukan persuasi. *Kedua*, bagi peneliti lain, diharapkan mampu menemukan lebih banyak teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa persuasi, dan makna persuasi dalam suatu judul berita daring yang lain. *Ketiga*, bagi pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan tentang penggunaan persuasi dalam judul berita daring untuk menghindari salah persepsi saat menerima informasi atau pengetahuan baru. Selain itu, pembaca diharapkan mengetahui teknik penyampaian persuasi, gaya bahasa persuasi, dan makna persuasi yang digunakan dalam judul berita daring.

## Daftar Rujukan

- Bormann, E. G. (1991). *Retorika*. Jakarta: Erlangga.
- Daily Social. (2015). *Media online IDNtimes peroleh pendanaan dari East Ventures*. Diakses dari <https://dailysocial.id/post/media-online-idntimes-peroleh-pendanaan-dari-east-ventures>.
- Dewi, M. (2014). Gaya bahasa berita media online di Indonesia: Judul menarik tidak harus tidak baku. *Humaniora*, 5(2), 1015-1022.
- Firdania, A.N. (2012). *Analisis gaya bahasa dan pencitraan dalam wacana iklan produk kecantikan Majalah Femina Edisi Januari-Mei tahun 2012*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: FBS UNY.
- Handayani, D. A. (2018). Hiperbola dan hiperrealitas media: Analisis judul berita hiperbola di situs berita online. *Dialektika*, 5(2), 120-134.
- IDN Times. (2021). *IDN Times News*. Diakses dari [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com).
- Internet Live Stats. (2021). *Internet live stats*. Diakses dari [internetlivestats.com](http://internetlivestats.com).
- Kachkaeva, A. (2012). Digital media and the Internet market: Audiences, multimedia content and business models. Dalam Stone, Mike dan Ilija Dohel (Ed.), *From traditional to online media: Best practices and perspectives*. Austria: OSCE, pp. 45-50.
- Keraf, G. (2000). *Argumentasi dan narasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, G. (1988). *Diksi dan gaya bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Laksana, I K. D. (2010). *Majas dalam bahasa pers: Analisis tajuk berita/artikel secara stilistik dan gramatikal*. Bali: Udayana University Press.
- Moeliono, A. M. (1984). *Diksi atau pilihan kata: Suatu spesifikasi di dalam kosa kata*. Jakarta: PPPGD.
- Poerwadarminta, W. J. S. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Riadi, A. (2012). *Karakteristik gaya bahasa judul-judul berita pada media online Detik.com*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: FKIP UMS.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Penerbit ALFABETA.
- Sumadiria, H. (2011). *Jurnalistik Indonesia: Menulis berita dan feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tarigan, H. G. (2013). *Pengajaran gaya bahasa*. Bandung: CV Angkasa.