

BAB II LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Teori

1. Hakikat Pembelajaran Teks Editorial di SMA berdasarkan Kurikulum 2013

Revisi

Kurikulum pendidikan yang berlaku di Indonesia saat ini adalah kurikulum 2013 revisi. Menurut kurikulum tersebut pembelajaran bahasa Indonesia berbasis pada teks. Artinya, peserta didik dalam pembelajarannya akan dihadapkan dengan berbagai jenis teks. Salah satu teks yang harus dikuasai peserta didik adalah teks editorial.

Teks editorial pada mata pelajaran bahasa Indonesia dipelajari oleh peserta didik kelas XII. Beberapa materi mengenai teks editorial yang harus dikuasai peserta didik yaitu mengenai struktur dan kebahasaan teks editorial. Dalam pembelajaran mengenai struktur dan kebahasaan teks editorial di SMA berdasarkan kurikulum 2013 revisi, perlu diperhatikan beberapa aspek yang meliputi Kompetensi Inti (KI) serta Kompetensi Dasar (KD) tentang teks editorial.

a. Kompetensi Inti (KI)

Kompetensi Inti (KI) merupakan kemampuan yang harus dimiliki setiap peserta didik untuk dapat mencapai Standar Kompetensi Lulusan (SKL). Hal ini dijabarkan dalam Permendikbud Nomor 24 Tahun 2016 tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar Pelajaran pada Kurikulum 2013 pada Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah BAB II Pasal 2 ayat 1 yaitu, “Kompetensi inti pada kurikulum 2013 merupakan tingkat kemampuan untuk mencapai standar kompetensi lulusan yang harus

dimiliki seorang peserta didik pada setiap tingkat kelas.” (Permendikbud, 2016:3). Kompetensi inti yang harus dikuasai oleh setiap peserta didik ini meliputi kompetensi inti sikap spiritual, kompetensi inti sikap sosial, serta kompetensi inti pengetahuan dan keterampilan. Kompetensi inti bagi peserta didik kelas XII, seperti yang dijabarkan dalam Silabus mata pelajaran bahasa Indonesia (2016:5-7), dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.1
Kompetensi Inti Kelas XII

Kompetensi Inti	Isi
KI 1	Menghayati dan mengamalkan ajaran agama yang dianutnya.
KI 2	Memahami, menerapkan, menganalisis pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dengan wawasan kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab fenomena dan kejadian, serta menerapkan pengetahuan pada bidang kajian yang spesifik sesuai dengan bakat dan minatnya untuk memecahkan masalah.
KI 3	Memahami, menerapkan, menganalisis dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dengan wawasan kemanusiaan, kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab fenomena dan kejadian, serta menerapkan pengetahuan prosedural pada bidang kajian yang spesifik sesuai dengan bakat dan minatnya untuk memecahkan masalah.
KI 4	Mengolah, menalar, menyaji, dan mencipta dalam ranah konkret dan ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah secara mandiri serta bertindak secara efektif dan kreatif, dan mampu menggunakan metoda sesuai kaidah keilmuan.

b. Kompetensi Dasar (KD)

Kompetensi Dasar (KD) merupakan penjabaran dari Kompetensi Inti (KI) yang harus dikuasai peserta didik atau dengan kata lain kompetensi dasar dirumuskan untuk mencapai kompetensi inti. Pembahasan mengenai kompetensi dasar dijelaskan dalam Permendikbud Nomor 24 Tahun 2016 tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar Pelajaran pada Kurikulum 2013 pada Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah BAB II Pasal 2 ayat 2 dan 4. Pengertian kompetensi dasar dalam Permendikbud (2016:3) ayat 2 disebutkan, “Kompetensi dasar merupakan kemampuan dan materi pembelajaran minimal yang harus dicapai peserta didik untuk suatu mata pelajaran pada masing-masing satuan pendidikan yang mengacu pada kompetensi inti.” Kemudian pada ayat 4 disebutkan, “Kompetensi dasar pada kurikulum 2013 berisi kemampuan dan materi pembelajaran untuk suatu mata pelajaran pada masing-masing satuan pendidikan yang mengacu pada kompetensi inti.”

Kompetensi dasar pada mata pelajaran bahasa Indonesia meliputi kompetensi dasar pengetahuan yang diberi nomor (3) dan kompetensi dasar keterampilan yang diberi nomor (4). Setiap kompetensi dasar selalu ditulis berpasangan pada silabus, yakni pengetahuan dan keterampilan. Materi teks editorial untuk kelas XII dicantumkan dalam silabus, yakni pada pasangan kompetensi dasar 3.5 dan 4.5 serta kompetensi dasar 3.6 dan 4.6. Namun, pada penelitian ini penulis akan lebih memfokuskan pada kompetensi dasar 3.6 yaitu, menganalisis struktur dan kebahasaan teks editorial. Pemfokusan penelitian pada satu kompetensi dasar ini karena berkaitan dengan teks yang akan digunakan sebagai bahan ajar.

2. Hakikat Teks Editorial

Berbagai media massa seperti majalah dan surat kabar harian atau koran biasanya memiliki rubrik tersendiri yang menjadi tempat untuk media tersebut menyumbangkan opini atau pendapatnya. Rubrik ini biasa dikenal dengan istilah *Tajuk Rencana* atau rubrik *Editorial*. Penamaan rubrik ini berbeda bergantung media yang mengeluarkannya. Misalnya, di koran harian *Media Indonesia* rubrik ini dinamakan *Editorial*, sedangkan di *Kompas* lebih dikenal dengan sebutan *Tajuk Rencana*. Meskipun terdapat perbedaan nama dari setiap media, namun inti dari rubrik ini sama yaitu, menjadi wadah sebuah media untuk menyampaikan pendapatnya mengenai isu yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat. Supaya lebih jelas berikut akan dipaparkan lebih dalam mengenai teks editorial.

a. Pengertian Teks Editorial

Ada banyak pengertian mengenai tajuk rencana atau editorial. Namun, pengertian-pengertian tersebut memiliki inti yang sama. Editorial dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* yang dikembangkan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (2016) diartikan sebagai, “Artikel dalam surat kabar atau majalah yang mengungkapkan pendirian editor atau pimpinan surat kabar (majalah) tersebut mengenai beberapa pokok masalah.” Dalam *KBBI* teks editorial ini juga disebut dengan nama tajuk rencana. Secara lebih sederhana, Muhtadi (2018:144) menyatakan, “Editorial sering disebut sebagai potret ideologis suatu media.” Artinya bahwa opini

yang terdapat dalam editorial tersebut selalu dipengaruhi oleh ideologi dari media yang mengeluarkannya.

Santhi (2019:2) menyatakan, “Editorial atau tajuk rencana adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.” Pendapat tersebut sejalan dengan pendapat Suryaman, Suherli, dan Istiqomah (2018:86) yang menyatakan, “Teks editorial adalah artikel utama yang ditulis oleh redaktur koran yang merupakan pandangan redaksi terhadap suatu peristiwa (berita) aktual (sedang menjadi sorotan), fenomenal, dan kontroversial (menimbulkan perbedaan pendapat).” Sumadiria (2020:82) juga menyatakan hal yang sama, “Secara teknis jurnalistik, tajuk rencana diartikan sebagai opini redaksi berisi aspirasi, pendapat, dan sikap resmi media pers terhadap persoalan potensial, fenomenal, aktual, dan atau kontroversial yang terdapat dalam masyarakat.”

Kosasih (2017:282) mengatakan, “Tajuk rencana dapat pula diartikan sebagai artikel pokok dalam surat kabar yang merupakan pandangan redaksi terhadap peristiwa yang sedang menjadi pembicaraan pada saat surat kabar itu diterbitkan.” LP3ES (2003:1) juga menyatakan hal yang sama, “Tajuk, pada dasarnya, adalah roh bagi sebuah harian atau ‘atomisme’ dari seluruh konten surat kabar menurut perspektif redaksi untuk sebuah hari, sebuah tanggal.” Artinya, editorial merupakan intisari dari koran atau majalah yang dikeluarkan pada hari tertentu dan berdasarkan sudut pandang dari media yang mengeluarkannya.

Penulisan editorial yang berisi opini ini bertujuan untuk mempengaruhi pendapat masyarakat, mengungkapkan pemikiran yang kritis, serta mendorong masyarakat yang membacanya agar bertindak atas suatu isu. Hal ini sejalan dengan pendapat Musman dan Mulyadi (2017:267) yang menyatakan, “Tajuk rencana (editorial) adalah pernyataan mengenai fakta dan opini secara singkat, logis, dan menarik dari segi penulisan yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat khalayak.”

Berdasarkan beberapa pengertian editorial yang telah diungkapkan para ahli dapat disimpulkan bahwa, editorial adalah artikel pokok dalam surat kabar harian atau majalah yang berisi pendapat atau opini dari media yang mengeluarkannya dan bertujuan untuk mempengaruhi pendapat masyarakat terhadap isu aktual, faktual, dan konroversial yang sedang ramai diperbincangkan.

b. Struktur Teks Editorial

Setiap teks pasti memiliki strukturnya masing-masing, begitu pun dengan teks editorial. Struktur sendiri berarti sesuatu yang membangun atau menyusun, dalam hal ini berarti sesuatu yang membangun teks editorial. Teks editorial merupakan salah satu jenis teks eksposisi dan bersifat argumentatif. Tentu teks ini mempunyai struktur yang dapat membedakannya dengan teks lain. Struktur teks editorial menurut Kemendikbud dalam Haryani dan Febriyanti (2020:67) meliputi bagian pengenalan isu (tesis), argumentasi (pendapat), dan penegasan. Pendapat ini juga sejalan dengan Kosasih (2017:285) yang menyebutkan struktur teks editorial meliputi pengenalan isu, argumen-argumen, dan kesimpulan/rekomendasi. Santhi (2019:10) menggunakan

istilah lain untuk penyebutan bagian-bagian teks editorial, yaitu masalah/pernyataan pendapat, argumentasi, dan penegasan ulang. Suryaman, Suherli, dan Istiqomah (2018:98) menyebutnya dengan istilah pengenalan isu, penyampaian pendapat/argumen, dan penegasan.

Meskipun memiliki penyebutan yang berbeda-beda, namun inti dari struktur teks editorial tersebut sama, yaitu pengenalan isu, argumentasi, dan penegasan ulang. Supaya lebih memahami bagian-bagian teks editorial maka berikut akan dijelaskan mengenai bagian-bagian tersebut.

- 1) Pengenalan isu (tesis), yaitu bagian pendahuluan dari teks editorial. Bagian ini berada di awal teks dan berfungsi untuk mengenalkan isu atau permasalahan yang akan dibahas pada bagian berikutnya. Pada bagian pengenalan isu ini juga disajikan peristiwa persoalan aktual, faktual, dan kontroversial.
- 2) Argumentasi, yaitu bagian pembahasan yang berisi tanggapan suatu redaksi atau media terhadap suatu isu yang dibahas di bagian tesis. Argumentasi ini bisa digunakan untuk mendukung, maupun menolak suatu pendapat. Argumentasi bisa berupa pernyataan umum, data hasil penelitian, pernyataan para ahli, maupun fakta yang didukung oleh bukti yang terpercaya. Bagian ini juga menunjukkan keberpihakan penulis, dalam hal ini yaitu keberpihakan media terhadap pihak-pihak yang berkaitan.
- 3) Penegasan ulang, yaitu bagian yang berupa simpulan, saran, maupun rekomendasi. Pada bagian ini juga terdapat harapan redaksi terhadap pihak terkait dalam menghadapi persoalan yang dibahas pada isu tersebut.

Berdasarkan pemaparan mengenai struktur teks editorial di atas, dapat disimpulkan bahwa struktur teks editorial meliputi pengenalan isu (tesis), argumentasi atau penyampaian pendapat, serta penegasan ulang yang berisi simpulan, saran, maupun rekomendasi dari sebuah media yang membuatnya.

c. Kaidah Kebahasaan Teks Editorial

Selain berdasarkan isi dan penulis, teks editorial juga bisa dikenali dari karakteristik kebahasaannya. Kaidah kebahasaan teks editorial menurut Haryani dan Febriyanti (2020:67) meliputi penggunaan kalimat retorik, penggunaan kata-kata populer, penggunaan kata ganti penunjuk, dan penggunaan kata konjungsi kausalitas. Pendapat tersebut sama dengan pendapat beberapa ahli seperti Santhi (2019:10-11), Kosasih (2017:288), serta Suryaman, Suherli, dan Istiqomah (2018:100-101) yang menyebutkan bahwa kaidah kebahasaan teks editorial meliputi penggunaan kalimat retorik, penggunaan kata-kata populer, penggunaan kata ganti penunjuk, serta penggunaan konjungsi kausalitas. Supaya lebih memahami mengenai kaidah kebahasaan teks editorial, maka berikut penjabarannya.

1) Kalimat Retoris

Retoris atau retorik dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* yang dikembangkan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (2016) diartikan sebagai sesuatu yang bersifat retorika. Maka kalimat retorik bisa diartikan sebagai kalimat yang mengandung retorika. Retorika menurut Triandjojo (2012:144) yaitu, “Strategi yang digunakan untuk mengungkapkan ide atau untuk membujuk pembaca

ketika menulis adalah gaya bahasa atau retorika.” Pendapat ahli seperti Grassi dalam Triandjojo (2012:144) menyebutkan, “Retorika adalah seni mempengaruhi melalui sentuhan emosi untuk membentuk sebuah keyakinan baru.” Maka dengan kata lain pendapat Grassi ini berarti retorika adalah sesuatu yang bertujuan untuk mengubah pandangan atau mempengaruhi pandangan dari seseorang terhadap suatu hal.

Pendapat mengenai retorika juga dikemukakan oleh Keraf (2019:1) yang menyebutkan, “Retorika adalah suatu istilah yang secara tradisional diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik.” Menurut Keraf, ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam retorika, yaitu pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan bahasa dengan baik. Selain tiga pendapat mengenai retorika yang sudah disebutkan di atas, ada juga pendapat McQuarrie dalam Triandjojo (2012:145) yang menyatakan, “Retorika adalah cara untuk menyampaikan gagasan yang paling efektif yang disesuaikan dengan situasi yang berbeda-beda.”

Berdasarkan beberapa pendapat menurut para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kalimat retoris atau kalimat retorik adalah kalimat yang di dalamnya mengandung retorika, atau kalimat yang di dalamnya mengandung keterampilan berbahasa secara efektif. Kefektifan dari kalimat retorik ini yakni menimbulkan efek terhadap para pembacanya seperti mengubah pandangan pembaca atau untuk membentuk argumen baru dari pembacanya dan bersifat mempertegas argumen. Kalimat retoris ini termasuk ke dalam gaya bahasa.

Kalimat retorik memiliki beberapa jenis seperti yang dijelaskan dalam Keraf (2019:130-136) yang meliputi: aliterasi, asonansi, anastrof, apofasis atau preterisio, apostrof, asindeton, polisindeton, kiasmus, elipsis, eufemismus, litotes, histeron proteron, pleonasme dan tautologi, perifrasis, prolepsis atauantisipasi, erotesis atau pertanyaan retorik, silepsis dan zeugma, koreksio atau eponartosis, hiperbol, paradoks, serta oksimoron. Namun, kalimat retorik yang sering muncul dalam teks editorial adalah pertanyaan retorik. Hal ini seperti yang tercantum dalam Suryaman, Suherli, dan Istiqomah (2018:100-101) yang mengatakan penggunaan kalimat retorik dalam teks editorial yaitu, “Kalimat retorik adalah kalimat pertanyaan yang tidak ditujukan untuk mendapatkan jawabannya. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dimaksudkan agar pembaca merenungkan masalah yang dipertanyakan tersebut sehingga tergugah untuk berbuat sesuatu, atau minimal berubah pandangannya terhadap isu yang dibahas.”

Kalimat retorik berupa pertanyaan ini sering disebut juga dengan istilah erotesis. Erotesis atau pertanyaan retorik adalah semacam pertanyaan yang digunakan dalam pidato atau tulisan yang dimaksudkan untuk mencapai efek mendalam dan penekanan yang wajar, dan sama sekali tidak menghendaki jawaban. Pertanyaan retorik ini dibagi menjadi lima jenis menurut Straker dalam Ghufroon dan Sudaryanto (2022:108-109) yaitu meliputi: *gaining agreement* (mendapatkan kesepakatan), *hedging* (lindung nilai), *selftalk* (bicara sendiri), *multiple questions* (beberapa pertanyaan), dan *terminating statements* (mengakhiri pernyataan). Supaya lebih jelas mengenal kelima jenis pertanyaan retorik ini, maka berikut penjabarannya.

(1) *Gaining Agreement* (Mendapatkan Kesepakatan)

Gaining agreement (mendapatkan kesepakatan) yaitu, pertanyaan retorik yang digunakan oleh penutur atau penulis untuk mendapatkan dukungan atau kesepakatan dari audiens atau pembacanya. Contoh dari pertanyaan ini seperti pada kalimat yang dikutip dari Ghufron dan Sudaryanto (2022:112) yaitu, “Bukankah pesan luhur Nabi, bahwa ‘sebaik-baik manusia ialah yang memberi manfaat bagi sesama.’”

(2) *Hedging* (Lindung Nilai)

Hedging (lindung nilai) yaitu pertanyaan retorik yang biasa digunakan ketika seseorang ingin membuat pernyataan tetapi tidak cukup percaya diri untuk menyatakan sebuah pernyataan. Format pertanyaan demikian memungkinkan orang lain untuk tidak setuju, tetapi tidak selalu mencari kesepakatan.” Contoh dari pertanyaan ini seperti pada kalimat yang dikutip dari Ghufron dan Sudaryanto (2022:112) yaitu, “Apakah penguasa atau elite masyarakat hingga warga biasa.”

(3) *Selftalk* (Bicara Sendiri)

Selftalk (bicara sendiri) yaitu, pertanyaan yang diajukan oleh penutur atau penulis yang lebih ditujukan kepada dirinya sendiri daripada orang lain. Hal ini terlihat ketika pembicara atau penulis memberikan jawaban segera setelah mengajukan pertanyaan. Contoh dari pertanyaan ini seperti pada kalimat yang dikutip dari Ghufron dan Sudaryanto (2022:112) yaitu, “Bagaimana dengan amar makruf nahi munkar? Selama ini Pimpinan Pusat konsisten menjalankan misi dakwah tersebut.”

(4) *Multiple Questions* (Beberapa Pertanyaan)

Multiple questions (beberapa pertanyaan) yaitu, beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penutur atau penulis secara beruntun. Dalam hal ini penutur atau penulis jarang mengharapkan pertanyaan itu semua untuk dijawab, dan mungkin tidak satu pun dari pertanyaan itu terjawab. Contoh dari pertanyaan ini seperti pada kalimat yang dikutip dari Ghufron dan Sudaryanto (2022:113) yaitu, “Apakah banyak bicara itu juga banyak bekerja nyata yang positif. Apakah sesuatu yang saling bersengketa antara yang pro dan kontra itu kenyataannya benar adanya atau hanya semu semata.”

(5) *Terminating Statements* (Mengakhiri Pernyataan)

Terminating statements (mengakhiri pernyataan) yaitu, cara yang digunakan untuk menghentikan orang lain menjawab pertanyaan dengan cara memberikan pernyataan dari beberapa macam pertanyaan setelah pertanyaan itu diajukan. Dengan demikian, maka tidak ada ruang bagi orang untuk menjawab pertanyaan itu dan pendengar maupun pembaca diarahkan untuk lebih menurut atau setuju atas pernyataan akhir dari pertanyaan yang telah diajukan tersebut. Contoh dari pertanyaan ini seperti pada kalimat yang dikutip dari Ghufron dan Sudaryanto (2022:113) yaitu, “Masalah politik, ekonomi, dan perundang-undangan yang dianggap neoliberal dan memberi ruang leluasa bagi konglomerasi yang menguasai hajat hidup orang banyak cobalah kaji secara objektif siapa tahu saling bersambung setiap era pemerintahan.”

Berdasarkan penjelasan mengenai kalimat retorik tersebut, dapat diketahui bahwa kalimat retorik yang sering muncul dalam teks editorial adalah kalimat retorik

berupa pertanyaan retorik atau sering disebut kalimat erotesis. Meskipun demikian, kalimat retorik ini sifatnya tidak selalu hadir atau tidak wajib hadir dalam teks editorial. Maka bisa dikatakan kalimat retorik ini bersifat manasuka. Hal ini karena kalimat retorik ini sifatnya hanya sebagai penegas dan pendorong argumen dalam teks editorial.

2) Kata Populer

Teks editorial juga menggunakan kata-kata populer dalam penulisannya. Kata populer dijelaskan dalam Nurismilida (2016:3) sebagai berikut.

Kosakata terbesar sebuah bahasa terdiri dari kata-kata yang umum dipakai oleh semua lapisan masyarakat, baik kaum akademis maupun kalangan kaum awam. Dan kata itu pula yang merupakan tulang punggung dari setiap bahasa serta kata-kata yang selalu akan dipakai dalam komunikasi sehari-hari untuk semua lapisan masyarakat. Kata-kata seperti itu biasa disebut dengan kata-kata populer.

Kata-kata populer digunakan supaya pembaca bisa lebih mudah dalam memahami masalah yang dibahas. Penggunaan kata-kata populer ini juga dimaksudkan supaya pembaca bisa lebih rileks dalam membaca teks editorial meskipun dipenuhi dengan tanggapan-tanggapan kritis.

Contoh penggunaan kata populer dalam teks editorial *Media Indonesia* berjudul Mengikis Kemiskinan yang terbit pada 3 Januari 2018 dan dikutip dari Santhi (2019:10) yaitu, “Badan Pusat Statistik (BPS) *memaparkan* data angka *kemiskinan* di Indonesia pada September 2017 sebanyak 26,58 juta orang, atau 10,12% dari total *penduduk* Indonesia.” Dari contoh tersebut kata yang bertulis miring, yaitu *memaparkan*, *kemiskinan*, dan *penduduk* merupakan contoh kata populer yang mudah dipahami maknanya oleh masyarakat.

3) Kata Ganti Penunjuk

Kata ganti penunjuk atau pronomina penunjuk yang digunakan dalam teks editorial bisa merujuk pada kata ganti waktu, tempat, peristiwa, ataupun masalah lain yang menjadi fokus pembahasan. Pronomina penunjuk dalam bahasa Indonesia menurut Alwi dkk. (2003:260) terdapat tiga macam, yaitu (1) pronomina penunjuk umum, (2) pronomina penunjuk tempat, serta (3) pronomina penunjuk ihwal.

a) Pronomina Penunjuk Umum

Pronomina penunjuk umum meliputi kata *ini*, *itu*, serta *anu*. Kata *ini* merujuk pada acuan yang dekat dengan pembicara atau penulis, pada masa yang akan datang, maupun pada informasi yang akan disampaikan. Sementara kata *itu* digunakan untuk merujuk pada acuan yang agak jauh dari pembicara atau penulis, pada masa lampau, maupun merujuk pada informasi yang sudah disampaikan.

Sebagai kata ganti penunjuk, kata *ini* dan *itu* ditempatkan sesudah nomina yang diwatasinya. Orang-orang juga kerap memakai kedua pronomina tersebut sesudah pronomina persona. Hal ini bertujuan untuk memberikan lebih banyak penegasan. Contoh penggunaan pronomina *ini* dan *itu* bisa dilihat pada frasa “meja *itu/ini*”.

Sementara kata *anu* digunakan apabila seseorang tidak dapat mengingat dengan benar kata apa yang harus dipakai, padahal ujaran sedang dimulai. Jadi, bisa dikatakan pronomina *anu* sering digunakan orang untuk mengisi kekosongan dalam proses berpikir ketika pembicaraan sedang berlangsung. Misalnya pada kalimat “Kemarin saya membeli *anu*—itu alat yang buat menelepon—gawai!”

Selain untuk mengisi kekosongan dalam proses berpikir, pronomina *anu* juga sering digunakan pembicara ketika tidak mau mengatakan secara eksplisit apa yang dia maksud. Contohnya pada kalimat, “Duduklah dengan benar supaya *anumu* tidak terlihat.”

Pronomina penunjuk umum juga dapat berdiri sebagai nomina dalam sebuah kalimat. Sebagai nomina, pronomina penunjuk dapat berperan sebagai subjek atau objek, dan bisa juga berfungsi sebagai predikat pada kalimat yang berpredikat nomina. Pronomina sebagai subjek, objek, serta predikat bisa dilihat pada contoh kalimat berikut.

- (1) *Ini/itu* baju saya.
- (2) Fauzan memberikan minuman *ini/itu* kemarin.
- (3) Balasan dia *ini/itu*.

Pada contoh kalimat di atas, kalimat (1) pronomina penunjuk berfungsi sebagai subjek, kalimat (2) pronomina penunjuk berfungsi sebagai objek, dan kalimat (3) pronomina penunjuk berfungsi sebagai predikat.

Selain bisa berfungsi sebagai subjek, predikat, maupun objek, pronomina penunjuk umum juga bisa bersifat atributif. Pronomina yang bersifat atributif diletakkan sesudah kata atau frasa yang diterangkan. Fungsi utama pemakaian seperti itu untuk menandai akhir suatu frasa dalam kalimat. Maka dari itu, jika suatu frasa mendapat keterangan lain, pronomina penunjuk umum seperti *ini* dan *itu* selalu mundur

dan berada di ujung paling kanan. Bila suatu keterangan itu panjang, maka akan muncul kata *yang*. Supaya lebih jelas perhatikan contoh berikut.

- (1) *Rumah ini/itu* dibangun oleh ayahku.
- (2) *Rumah yang besar ini/itu* dibangun oleh ayahku.

Penggunaan pronomina dalam fungsi atribut memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan. Hal ini seperti yang diungkapkan Alwi dkk. (2003:262) sebagai berikut.

- (1) Jika selipan di antara induk frasa dengan kata penunjuk menjadi sangat panjang, terutama jika selipan yang digunakan berupa klausa yang diturunkan derajatnya, maka pronomina penunjuk yang dapat berfungsi sebagai pewatas adalah kata *ini* atau *itu*. Contohnya pada kalimat “*Rumah yang kita singgahi ini* adalah rumah angker.”
- (2) Pronomina penunjuk pada akhir klausa yang diselipkan dapat memiliki makna ganda. Contohnya pada kalimat “*Membeli mobil yang baru itu* akan membutuhkan banyak uang.” Kata *itu* bisa berfungsi sebagai penutup seluruh frasa *membeli mobil yang baru*, atau bisa juga berfungsi sebagai keterangan pada mobil yang baru.
- (3) Jika suatu kalimat berpredikat nominal, maka kata *itu* dapat berfungsi sebagai pronomina penunjuk atau hanya berfungsi sebagai pewatas subjek. Contohnya pada kalimat “Pakaian *itu* mahal sekarang.” Jika kita merujuk pada suatu pakaian yang dilihat, maka kata *itu* berfungsi sebagai penunjuk pada pakaian yang kita lihat itu. Namun, jika dalam kalimat tersebut bermaksud untuk membicarakan harga

pakaian secara umum yang terus naik, maka kata *itu* hanya berfungsi sebagai pewatas subjek saja. Sebagai pewatas subjek, kata *itu* tidak harus selalu dipakai, tapi sebagai pronomina penunjuk kata *itu* harus selalu dipakai.

Penggunaan kata *itu* juga dibahas lebih lanjut oleh Alwi dkk. (2003:263) yakni sebagai berikut.

- (1) Pada kalimat yang cakupan semantis subjeknya lebih sempit daripada cakupan semantis predikatnya, maka subjek kalimat bisa ditandai dengan kata *itu*. Jika pada kasus ini kata *itu* dipakai, maka kata *itu* hanya berfungsi sebagai pewatas subjek saja dan bukan sebagai pronomina penunjuk. Contohnya pada kalimat “Beruang itu binatang liar.” Maka kata *itu* juga bisa dihilangkan sehingga menjadi “Beruang binatang liar.”
- (2) Sedangkan, dalam kalimat yang cakupan semantis subjeknya lebih luas daripada cakupan semantis predikatnya, kata *itu* harus dipakai. Pada kasus ini, kata *itu* berfungsi sebagai pronomina penunjuk, maka kata *itu* harus digunakan. Contohnya pada kalimat “Binatang liar itu beruang.” Pada kalimat tersebut kata *itu* tidak bisa dihilangkan karena jika dihilangkan akan menjadi rancu.

Selain penggunaan kata *itu* seperti yang telah dijelaskan, pronomina penunjuk *ini* dan *itu* juga digunakan pada wacana yang terdapat pertautan makna pada kalimat-kalimatnya. Contohnya pada wacana “Banyak orang beranggapan bahwa belajar dengan rajin akan menjamin kesuksesan. Pendapat *ini/itu* sebenarnya ada benarnya juga.”

b) Pronomina Penunjuk Tempat

Ada beberapa kata yang menunjukkan pronomina penunjuk tempat dalam bahasa Indonesia, seperti yang disebutkan dalam Alwi dkk. (2003:264) yaitu kata *sini*, *situ*, atau *sana*. Perbedaan penggunaan ketiga kata ini terdapat pada pembicaranya. Jika pembicara dekat, maka menggunakan kata *sini*, jika pembicara agak jauh menggunakan kata *situ*, dan ketika pembicara berada jauh dari tempat maka menggunakan kata *sana*. Karena menunjuk pada lokasi, maka pronomina ini sering digunakan berbarengan dengan preposisi pengacu arah *di/ke/dari*. Contohnya pada kalimat “Kita akan berangkat *dari sini*.”

c) Pronomina Penunjuk Ihwal

Selain pronomina penunjuk tempat, ada juga pronomina penunjuk ihwal seperti yang diungkapkan dalam Alwi dkk. (2003:264) yaitu, kata *begini* dan *begitu*. Perbedaan penggunaan kata *begini* dan *begitu* sama dengan perbedaan penggunaan pronomina penunjuk tempat. *Begini* digunakan jika dekat, sedangkan *begitu* digunakan jika jauh. Pada pronomina penunjuk ihwal, seperti yang diungkapkan Alwi dkk. (2003:264) bahwa jauh dekatnya bersifat psikologis. Contohnya pada kalimat “Jangan melakukan *begitu* lagi.”

Selain kata *begini* dan *begitu*, ada juga kata *demikian* yang memiliki arti mencakup keduanya. Contohnya pada kalimat “Memang kemarin dia berbuat *demikian*.”

Selain ketiga pronomina penunjuk yang telah diuraikan sebelumnya, ada juga kata *yakni* dan *yaitu*. Meskipun demikian, kata *yakni* dan *yaitu* tidak dapat disebut sebagai pronomina, mengacu baik ke belakang maupun ke muka. Peran kata-kata tersebut adalah untuk menegaskan bagian yang sebelumnya dengan bagian yang berikutnya. Bagian yang berikut itu merupakan bagian penjelas dari bagian sebelum kata *yakni/yaitu*. Contohnya pada kalimat “Guru bahasa Indonesia di sekolah itu, *yakni/yaitu* Pak Fauzan, merupakan guru baru.”

4) Konjungsi Kausalitas

Dilihat secara sekilas, konjungsi hampir mirip dengan preposisi, keduanya bertugas untuk menghubungkan bentuk kata dalam kalimat. Preposisi dan konjungsi pun masuk dalam kelas yang sama, yakni kata tugas, namun jika diamati keduanya mempunyai fungsi berbeda dan menimbulkan makna sintaksis yang berbeda pula. Seperti yang dijelaskan dalam Rastuti (2018:3) yaitu, “Preposisi bertugas untuk merangkaikan kata. Preposisi akan membentuk salah satu bentuk satuan bahasa, yaitu frasa atau kelompok kata. Konjungsi berfungsi untuk menggabungkan bagian-bagian kalimat (kata, frasa, atau klausa) kalimat, dan paragraf.”

Konjungsi dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* yang dikembangkan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (2016) diartikan sebagai, “Kata atau ungkapan penghubung antarkata, antarfrasa, antarkalusa, dan antarkalimat.” Pengertian tersebut juga diungkapkan dalam Ningsih, Nuryanti, dan Mutaqin (2019:9) yang menyatakan, “Konjungsi merupakan kata-kata yang diungkapkan untuk

menghubungkan kata dengan kata, klausa dengan klausa, atau kalimat dengan kalimat.”

Istilah konjungsi atau kata hubung dalam Alwi dkk. (2003:296) disebut dengan istilah konjungtor, yaitu “Kata tugas yang menghubungkan dua satuan bahasa yang sederajat: kata dengan kata, frasa dengan frasa, atau klausa dengan klausa.” Kridalaksana dalam Indra (2017:141) menyatakan, “Konjungsi dalam bahasa Indonesia dipergunakan untuk menjadi penyambung antarkalimat dan satuan-satuan bahasa yang lebih besar.” Sementara itu, Chaer dalam Indra (2017:141-142) menyatakan, “Konjungsi atau kata penghubung adalah kata-kata yang digunakan untuk menghubungkan kata dengan kata, klausa dengan klausa, atau kalimat dengan kalimat, baik yang mempunyai kedudukan sederajat atau setara maupun yang tidak sederajat.”

Dari beberapa pengertian mengenai konjungsi tersebut dapat diambil sebuah benang merah, yaitu konjungsi merupakan kata tugas yang berfungsi untuk menghubungkan satuan bahasa baik yang sederajat maupun tidak sederajat.

Menurut fungsinya seperti dijelaskan dalam Rastuti (2018:19-35) konjungsi dibagi menjadi beberapa kelompok yakni konjungsi koordinatif atau konjungsi setara, konjungsi subordinatif atau konjungsi bertingkat, konjungsi korelatif, konjungsi antarkalimat, dan konjungsi antarparagraf. Sedangkan berdasarkan maknanya seperti yang dijelaskan dalam Rastuti (2018:35-45) konjungsi dibedakan menjadi 26 kelompok. Dalam 26 kelompok tersebut ada yang menyatakan makna sebab dan akibat. Konjungsi yang menyatakan sebab dan akibat dikenal dengan istilah konjungsi kausalitas. Konjungsi inilah yang menjadi ciri kebahasaan pada teks editorial.

Penggunaan konjungsi kausalitas berkaitan dengan penggunaan sejumlah argumen yang dikemukakan oleh redaktur terkait dengan masalah yang sedang dibahas.

Konjungsi sebab akibat atau konjungsi kausalitas dijelaskan dalam Indra (2017:144) yaitu, “Hubungan sebab akibat terjadi apabila salah satu preposisi menunjukkan penyebab terjadinya kondisi tertentu yang merupakan akibat atau sebaliknya. Alat kohesi yang biasa digunakan dalam hubungan sebab akibat ini antara lain *karena, sebab, makanya, sehingga, oleh karena itu, dan dengan demikian.*”
Supaya lebih jelas, berikut akan dijabarkan mengenai konjungsi sebab dan akibat.

a) Konjungsi yang Menyatakan Makna Sebab

Konjungsi yang menyatakan makna sebab dalam bahasa Indonesia terdapat pada kelompok konjungsi subordinatif. Konjungsi yang menyatakan sebab ini menurut Nardiati dkk. (1996:117) terdapat sembilan jenis, yaitu *akibat, berhubung, berkat, gara-gara, karena, lantaran, mentang-mentang, oleh karena, dan sebab.* Selain sembilan jenis tersebut, ada juga yang menambahkan *oleh sebab* sebagai konjungsi bermakna sebab. Hal ini seperti yang terdapat dalam Alwi dkk. (2003:299) yang memasukkan konjungsi *oleh sebab* sebagai bagian dari konjungsi subordinatif yang bermakna sebab. Selain itu, Rastuti (2018:40) juga memasukkan *oleh sebab* menjadi bagian konjungsi yang menyatakan makna sebab. Supaya lebih jelas mengenai kesepuluh jenis konjungsi yang menyatakan sebab ini, berikut pemaparannya.

(1) Akibat

Berdasarkan posisinya konjungsi *akibat* dapat berada di awal kalimat. Contohnya pada kalimat “*Akibat* Fathan terjatuh dari sepeda, dokter harus mengobatinya.” Makna *sebab* pada contoh tersebut ditandai oleh penggunaan konjungsi *akibat* yang dapat juga disubstitusikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama seperti *berhubung*, *gara-gara*, *karena*, *lantaran*, *oleh karena*, dan *sebab*.

(2) Berhubung

Berdasarkan posisinya konjungsi *berhubung* bisa berada di awal kalimat maupun di tengah kalimat. Contohnya pada kalimat, “*Berhubung* Pak Umar sedang sakit, hari ini beliau tidak hadir ke sekolah.” Kalimat tersebut jika diubah posisinya menjadi, “Hari ini Pak Umar tidak hadir ke sekolah *berhubung* beliau sedang sakit.” Pada kalimat yang diubah posisinya tersebut, klausa *berhubung* berpindah menjadi di tengah kalimat. Konjungsi *berhubung* dapat disubstitusikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama, seperti *gara-gara*, *karena*, *lantaran*, *oleh karena*, dan *sebab*.

(3) Berkat

Berdasarkan posisinya konjungsi *berkat* bisa berada di awal maupun tengah kalimat. Contohnya pada kalimat, “*Berkat* rajin menabung, ia bisa membeli gawai baru.” Kalimat tersebut bisa diubah menjadi “Ia bisa membeli gawai baru *berkat* rajin menabung.” Konjungsi *berkat* pada kalimat tersebut juga dapat disubstitusikan dengan

konjungsi lain yang memiliki makna sama seperti *karena*, *lantara*, dan *sebab*. Selain itu, konjungsi *berkat* ini cenderung memiliki nilai rasa yang positif.

(4) Gara-Gara

Jika dilihat dari posisinya konjungsi *gara-gara* bisa berada di awal maupun di tengah kalimat. Contohnya pada kalimat, “Ia terpaksa mencuri mangga *gara-gara* sangat lapar.” Jika diubah posisinya maka akan menjadi, “*Gara-gara* sangat lapar, Ia terpaksa mencuri mangga.” Konjungsi *gara-gara* yang menyatakan hubungan makna *sebab* bisa disubstitusi dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama. Contohnya seperti konjungsi *akibat*, *berhubung*, *berkat*, *karena*, *lantaran*, *sebab*, *karena*, dan *oleh karena*.

(5) Karena

Konjungsi *karena* juga bisa diletakkan di awal maupun di tengah kalimat. Contohnya pada kalimat, “*Karena* berhasil mendapatkan juara pertama, Atang memperoleh hadiah dari ibunya.” Jika diubah posisinya maka akan menjadi, “Atang memperoleh hadiah dari ibunya *karena* berhasil mendapatkan juara pertama.” Konjungsi *karena* pada contoh kalimat di atas juga bisa disubstitusikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama, yaitu makna *sebab*. Contohnya seperti konjungsi *berhubung*, *gara-gara*, *lantaran*, *oleh karena*, dan *sebab*.

(6) Lantaran

Konjungsi *lantaran* bisa diletakkan di awal maupun di tengah kalimat. Contohnya pada kalimat, “*Lantaran* selalu membolos sekolah, Taufik dikeluarkan dari

sekolahnya.” Jika susunan kalimat tersebut diubah maka akan menjadi, “Taufik dikeluarkan dari sekolahnya *lantaran* selalu membolos sekolah.” Namun, perlu diingat juga bahwa konjungsi *lantaran* ini biasa digunakan untuk bahasa nonformal sehingga kurang tepat jika digunakan dalam ragam formal. Selain itu, konjungsi *lantaran* juga bisa disubstitusikan dengan konjungsi lain seperti *lantara*, *karena*, *oleh karena*, dan *sebab*.

(7) Mentang-Mentang

Konjungsi *mentang-mentang* bisa diletakkan di awal maupun di tengah kalimat. Misalnya kalimat, “*Mentang-mentang* sudah menjadi menteri, ia tidak mengenal kami lagi.” Jika susunannya diubah menjadi, “Ia tidak mengenal kami lagi *mentang-mentang* sudah menjadi menteri.” Selain itu, konjungsi ini juga bisa disubstitusikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama seperti *gara-gara*, *lantara*, dan *sebab*.

(8) Oleh karena

Konjungsi *oleh karena* juga bisa berada di awal maupun di tengah kalimat. Contohnya pada kalimat, “*Oleh karena* sayang sekali kepada ibunya, ia pun rela melakukan apa pun.” Jika diubah susunannya menjadi, “Ia rela melakukan apapun *oleh karena* sayang sekali kepada ibunya.” Selain itu, kehadiran konjungsi ini dalam kalimat juga bisa disubstitusikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama, seperti *karena*, *lantaran*, dan *sebab*.

(9) Sebab

Berdasarkan posisinya klausa ini cenderung berada di tengah kalimat, meskipun demikian tidak menutup kemungkinan juga berada di awal kalimat. Contohnya pada kalimat, “Sakitnya semakin parah *sebab* ia terus memikirkan kondisi anaknya.” Posisi klausa induk dan klausa anak pada kalimat di atas bisa ditukar sehingga menjadi, “*Sebab* ia terus memikirkan anaknya, sakitnya semakin parah.” Konjungsi ini juga bisa digantikan kehadirannya dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama. Contohnya seperti konjungsi *karena*, *lantaran*, maupun *oleh karena*.

(10) Oleh Sebab

Konjungsi terakhir yang menyatakan makna sebab adalah konjungsi *oleh sebab*. Konjungsi ini dalam Alwi dkk. (2003:299) dikelompokkan dalam konjungsi subordinatif bermakna sebab. Sejalan dengan Alwi dkk., Rastuti (2018:40) juga memasukkan konjungsi ini dalam kategori konjungsi yang bermakna sebab. Contoh penggunaan konjungsi ini yaitu pada kalimat, “Pak Imam malu *oleh sebab* perbuatan istrinya.”

b) Konjungsi yang Menyatakan Makna Akibat

Selain terdapat konjungsi yang menyatakan makna sebab, ada juga konjungsi yang menyatakan makna akibat. Konjungsi yang menyatakan makna akibat dalam Nardiati dkk. (1996:80) terdapat enam bentuk kata yang meliputi, *akibatnya*, *maka*, *hingga*, *sampai*, *sehingga* dan *sampai-sampai*. Supaya lebih jelas lagi mengenai

keenam jenis konjungsi yang menyatakan makna ini, maka akan dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut.

(1) Akibatnya

Berdasarkan posisinya, konjungsi *akibatnya* terletak di tengah kalimat. Berbeda dengan konjungsi yang menyatakan makna sebab, konjungsi *akibatnya* ini bersifat tegar atau tetap tegar sehingga urutan dari suatu kalimat tidak bisa diubah. Contohnya pada kalimat, “Gunung Sinabung meletus akibatnya banyak rumah warga yang rusak.” Makna akibat pada kalimat tersebut ditandai dengan konjungsi *akibatnya*, dan kehadirannya bisa digantikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama, yaitu *maka, hingga, sampai, sampai-sampai, dan sehingga*.

(2) Maka

Sama seperti konjungsi *akibatnya*, konjungsi *maka* juga selalu berada di tengah kalimat dan bersifat tegar atau tidak dapat diubah posisinya. Contohnya pada kalimat, “Dia bangun kesiangan *maka* terlambat ke sekolah.” Kehadiran konjungsi *maka* juga dapat digantikan atau disubstitusikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama, seperti *akibatnya, hingga, sampai, sampai-sampai, dan sehingga*.

(3) Sehingga

Berdasarkan posisinya, konjungsi *sehingga* juga selalu berada di tengah kalimat dan bersifat tegar atau tidak dapat diubah posisinya. Contohnya pada kalimat, “Gawai Pak Mahmud rusak parah *sehingga* biaya perbaikannya cukup mahal.” Selain itu,

kehadiran konjungsi *sehingga* juga bisa disubstitusikan dengan kalimat lain yang memiliki makna sama seperti *akibatnya* dan *akhirnya*.

(4) Hingga

Sama seperti konjungsi bermakna akibat yang sudah dijelaskan sebelumnya, konjungsi *hingga* juga selalu berada di tengah kalimat. Contohnya pada kalimat, “Kakak mengupas bawang *hingga* bersih kulitnya.” Kehadiran konjungsi ini juga bisa digantikan dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama seperti *sampai*, *akibatnya*, dan *sehingga*.

(5) Sampai

Konjungsi *sampai* juga selalu berada di tengah kalimat, namun tidak menutup kemungkinan juga berada di awal kalimat. Contohnya pada kalimat, “Pencuri sepeda itu dikeroyok warga *sampai* babak belur.” Berbeda dengan konjungsi bermakna akibat lain yang sudah dibahas sebelumnya, konjungsi ini bisa berada di awal kalimat jika kalimatnya diubah menjadi, “*Sampai* babak belur, pencuri sepeda itu dikeroyok warga.” Kehadiran konjungsi *sampai* ini juga bisa disubstitusikan atau diganti dengan konjungsi lain yang memiliki makna sama seperti *akibatnya*, *hingga*, dan *sehingga*.

(6) Sampai-Sampai

Konjungsi *sampai-sampai* pemakaiannya selalu berada di tengah kalimat, yaitu di antara klausa induk dengan klausa anak. Contohnya pada kalimat, “Berhari-hari ia bersepeda *sampai-sampai* kakinya sakit.” Kehadiran konjungsi *sampai-sampai* ini juga

bisa disubstitusikan dengan kalimat lain yang memiliki makna sama seperti *akibatnya*, *hingga*, *sampai*, dan *sehingga*.

Berdasarkan pemaparan mengenai kaidah kebahasaan teks editorial yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kaidah kebahasaan dalam teks editorial biasanya mengandung kalimat retorik, kata-kata populer, kata ganti penunjuk, serta kata konjungsi kausalitas atau sebab-akibat. Meskipun demikian, kaidah kebahasaan yang disebutkan itu hanya mencirikan secara umum saja, karena pada kenyataan di lapangan ada juga teks editorial yang mengandung kebahasaan lain seperti konjungsi korelatif atau konjungsi subordinatif yang menunjukkan makna waktu, bahkan ada juga yang tanpa kalimat retorik. Meskipun demikian, jika teks tersebut dibuat oleh sebuah media massa dan berisi tanggapan serta opini sebuah media mengenai isu yang terkait serta menunjukkan sikap media terhadap isu tersebut, maka teks tersebut tetap bisa dikatakan sebagai teks editorial.

3. Hakikat Media Massa Daring

Perkembangan dunia informasi dan komunikasi semakin meluas setiap hari. Jika dahulu komunikasi untuk penyampaian berita hanya terbatas melalui koran-koran harian saja, sekarang komunikasi untuk penyampaian informasi seperti berita bisa dilakukan melalui media lain seperti radio, televisi, dan bahkan internet. Kemunculan internet, dalam hal ini berupa media *online*, menjadi penambah perbendaharaan media baru (*new media*) dalam dunia komunikasi. Ungkapan Kaplan dan Haenlei dalam Muhtadi (2018:78) yang menuturkan, “Media *online* sebagai suatu teknologi aplikasi

berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0 serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran *generated content*.” Atau secara lebih sederhana, Muhtadi (2018:78) mengungkapkan, “Secara teknis, media *online* merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia yang secara fisik difasilitasi komputer dan internet.”

Penggunaan media *online* yang mudah diakses dan lebih cepat serta lebih murah menjadikan perkembangan media ini semakin pesat dibandingkan dengan media massa lain. Penggunaan media *online* atau dalam bahasa Indonesia sering dikenal dengan istilah media daring membuat informasi yang diperoleh jauh lebih luas serta mampu menjangkau daerah-daerah yang jauh. Pengguna media daring pun mampu mencari referensi yang lebih luas lagi. Maka bisa dikatakan kehadiran media daring sangat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari terutama untuk mengetahui informasi terbaru yang sedang terjadi di belahan dunia lain.

Seperti yang dijelaskan dalam Sumadiri (2020:157) yaitu, “Dalam media daring, kita mengenal dua kategori media: media jurnalistik dan media sosial.” Namun, yang akan menjadi fokus pembahasan kali ini adalah media jurnalistik daring atau media massa daring. Hal ini selaras dengan judul dan tujuan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu menganalisis teks editorial pada media massa daring *Media Indonesia*.

Media dalam jurnalistik terdapat berbagai jenis, baik itu media cetak, media elektronik, bahkan sekarang muncul media *online* atau daring. Meskipun terdapat perbedaan karakteristik di antara media-media tersebut, namun secara umum media jurnalistik mempunyai fungsi yang sama. Hal ini seperti yang dijelaskan dalam

Muhtadi (2018:62) yang menyebutkan bahwa fungsi dari media cetak dan elektronik yaitu, menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, serta memengaruhi.

Usaha yang dilakukan sebuah media massa untuk memenuhi fungsi-fungsi tersebut tentu memiliki strategi komunikasi yang berbeda. Media cetak tentu akan berbeda dengan media elektronik dalam penyusunan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Begitu pula dengan media daring tentu akan berbeda dengan media cetak dan elektronik. Masing-masing media mengembangkan pola perumusan pesan sesuai dengan situasi interaksi yang berlangsung antara media tersebut dengan masyarakat yang menjadi sasarannya. Misalnya media elektronik seperti radio dan televisi tentu dalam penyajian berita atau informasi yang disajikan akan lebih berfokus pada penyampaian inti informasi. Selain itu pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak juga hanya sekilas dan khalayak harus selalu berada di depan radio atau televisi untuk mendengarkan berita tersebut. Berbeda dengan media cetak yang dalam penyampaian berita atau informasinya bisa lebih mendetail dan pesan-pesan yang diterima khalayak bisa dikaji ulang dan bisa dibaca kapan saja. Begitu pula dengan media daring. Supaya lebih paham mengenai media massa daring, maka berikut akan dijabarkan lebih lanjut.

a. Pengertian Media Massa Daring

Berbicara mengenai penggunaan media massa daring maka tidak akan terlepas dengan kegiatan jurnalisme *online* atau sering juga disebut *cyber journalism*. Menurut Musman dan Mulyadi (2017:53) yaitu, “Jurnalisme online adalah proses penyampaian

informasi atau pesan yang menggunakan internet sebagai medianya.” Menurut Liliweri dalam Kriyantono dkk. (2013), “Jurnalisme *online* yaitu jurnalisme yang muncul dari beberapa sumber seperti blog, diskusi panel (tanya jawab melalui media *online* yang dapat berpartisipasi), wiki yang artinya dapat dibaca oleh setiap pembaca dan dapat menambah atau mengurangi yang dia baca.” Anshori dalam Kriyantono dkk. (2013) juga menjelaskan, “Jurnalisme *online* mencirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media untuk menyusun isi peliputan, memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan *audience* dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber *online* yang lain.” Secara sederhana teori dari Anshori ini lebih menitikberatkan penggunaan media daring untuk penerbitan berita sehingga timbul interaksi antara penulis berita dengan pembaca berita.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan jurnalisme *online* yaitu jurnalisme yang menggunakan media daring sebagai alat untuk menyebarkan informasi atau berita dengan cepat dan terhubung langsung dengan masyarakat luas.

Setelah memahami mengenai jurnalisme *online*, maka bisa kita lihat dari pengertian di atas bahwa jurnalisme ini selalu berdampingan dengan penggunaan media *online* atau daring sebagai perantara penyampaiannya. Media daring ini bisa berupa blog, *website*, dan portal internet lainnya. Di Indonesia sendiri telah banyak media-media massa yang memanfaatkan media daring sebagai perantara penyampaian berita. Media massa daring yang paling awal muncul di Indonesia adalah situs *Detik.com* yang mulai aktif di dunia maya pada 9 Juli 1998. Sampai saat ini telah

bermunculan berbagai media massa daring lainnya seperti *liputan6.com* dan *mediaindonesia.com*. Media-media daring tersebut terus bermunculan, namun tidak sedikit pula yang akhirnya redup dan menghilang, maka yang harus menjadi perhatian bahwa sebuah media harus terus berinovasi. Hal ini seperti yang diungkapkan Wendratama (2017) yaitu, “Media daring yang berhasil adalah yang bisa memanfaatkan kelebihan internet semaksimal mungkin, secara terus menerus, untuk melayani kebutuhan dan keinginan khalayak.” Maka tugas jurnalisisme *online* selain menyebarkan berita melalui internet juga harus terus melakukan inovasi terhadap media massa yang digunakannya.

Berdasarkan hal di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media massa daring merupakan media atau alat yang digunakan oleh para jurnalisisme *online* untuk menyampaikan informasi atau berita yang diperolehnya kepada masyarakat secara lebih cepat dan lebih meluas. Media massa daring ini juga akan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan peran serta jurnalisisme *online* dalam menginovasikan media massa daring.

b. Karakteristik Media Massa Daring

Seperti halnya media cetak maupun elektronik, media daring juga mempunyai karakteristik tersendiri yang tentunya akan berbeda dengan media lainnya. Karakteristik mengenai media daring ini disampaikan oleh seorang pakar muda media daring, yaitu Asep M. Syamsul Romli atau yang lebih dikenal dengan nama Romel dalam Sumadiria (2020:157-159) yang meliputi tujuh karakteristik, yaitu cepat,

pembaruan, interaktivitas, personalisasi, kapasitas tidak terbatas, terhubung dengan sumber lain, dan kapabilitas multimedia.

1) Cepat (*Immediacy*)

Kehadiran media daring menyebabkan informasi yang disebar dapat menjangkau lebih luas dan lebih cepat dalam waktu yang bersamaan. Suatu kejadian atau peristiwa yang sedang terjadi bisa langsung dipublikasikan (*posting*) atau unggah dalam hitungan detik saja.

2) Pembaruan (*Update*)

Pembaruan (*updating*) informasi bisa dilakukan dengan cepat dan mudah. Pembaruan ini bisa meliputi koreksi substansi yang meliputi isi beserta data dan redaksional atau tata bahasa, maupun berupa perkembangan terbaru dari sebuah isu atau peristiwa. Penyajian informasi yang bersifat sesuai waktu (*realtime*) ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diistimewakan (*prime time*) serta tidak ada lagi istilah tenggat waktu (*deadline*). Hal ini karena setiap peristiwa yang terjadi langsung disampaikan saat itu juga dan berlangsung tanpa putus, hanya bergantung pada kapan pengguna ingin mengaksesnya.

3) Interaktivitas (*Interactivity*)

Media daring mempunyai sifat egaliter dan dua arah, hal ini karena media daring memungkinkan terjadinya interaksi antara pembaca dengan pembaca, maupun antara redaksi dengan pembaca. Sifat egaliter dan dua arah ini karena dalam media daring ditunjang oleh fitur-fitur seperti kolom komentar, kolom *chat*, dan tombol bagi

yang dapat memungkinkan pembaca untuk dapat menyampaikan keluhan, saran, serta tanggapan kepada redaksi maupun membagikan suatu informasi langsung kepada pihak lain. Sifat ini lah yang membedakan antara media daring dengan media lain.

4) Personalisasi (*Audience Control*)

Aktivitas informasi dan sensor berada sepenuhnya di tangan pengguna (*self control*). Pengguna dalam hal ini diberikan kebebasan untuk mengakses informasi mana saja yang dibutuhkan dan mengabaikan informasi yang tidak dibutuhkan. Pengguna hanya perlu membuka judul berita yang dikehendaki. Bahkan pengguna juga disugahi oleh mesin pencari untuk menelusuri berita atau informasi yang ingin dibaca.

5) Kapasitas Tidak Terbatas (*Storage and Retrieval*)

Karakteristik lain yang dimiliki media daring yaitu tidak terbatas pada halaman serta waktu seperti halnya media cetak dan media penyiaran. Media daring bisa memublikasikan berita sebanyak-banyaknya serta sepanjang-panjangnya. Berita yang tersaji akan tersimpan pada laman media dan bisa diakses kapan saja. Pengguna hanya perlu mencari judul berita yang diinginkan di kotak pencarian atau dengan menekan tombol kategori, label, maupun tag. Berita yang sudah dihapus oleh pihak redaksi juga masih bisa diakses jika berita tersebut diunggah ulang maupun sudah ditangkap layar sebelumnya oleh pengguna.

6) Terhubung dengan Sumber Lain (*Hyperlink*)

Untuk menunjang kevalidan sebuah berita, bisa juga dihubungkan dengan sumber lain maupun dihubungkan dengan bank data yang dimiliki oleh media tersebut. Data juga bisa dihubungkan dengan sumber lain dari luar.

7) Kapabilitas Multimedia (*Multimedia Capability*)

Selain karakteristik-karakteristik yang sudah disebutkan sebelumnya, dalam media daring juga terdapat karakteristik lain yakni dapat menyajikan berita berupa teks, suara (audio), gambar atau foto, serta video sekaligus. Karakteristik ini yang membedakan secara jelas sebuah media daring dengan media lainnya.

Media massa daring mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kelebihan media massa daring ini dijelaskan oleh Musman dan Mulyadi (2017:54-55) yang meliputi beberapa poin seperti di bawah ini.

- 1) Kapasitas luas halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- 2) Pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
- 3) Jadwal terbit bisa kapan saja, setiap saat.
- 4) Cepat, begitu di-*upload* bisa langsung diakses semua orang.
- 5) Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 6) Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- 7) *Update*, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
- 8) Interaktif, dua arah, dan egaliter dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, *polling*, dan sebagainya.
- 9) Terdokumentasi, informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).
- 10) Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Keunggulan jurnalisme *online* atau media massa daring menurut Holcomb Hathaway Publisher dalam Musman dan Mulyadi (2017:56) yaitu, sebagai berikut.

- 1) *Audience control*: memungkinkan audiens untuk lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
- 2) *Nonlinearity*: setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audiens tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami berita tersebut.
- 3) *Storage and retrival*: berita tersimpan dan diakses kembali secara mudah oleh audiens.
- 4) *Unlimited space*: jumlah berita yang disampaikan atau ditayangkan kepada audiens dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
- 5) *Multimedia capability*: memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audiens.
- 6) *Interactivity*: adanya peningkatan partisipasi audiens dalam setiap berita.

Selain memiliki banyak keunggulan, media massa daring memiliki kekurangan seperti yang dijelaskan Musman dan Mulyadi (2017:57) yakni sebagai berikut.

- 1) Tidak ada ukuran pasti tentang siapa penerbit berita *online*, sehingga dapat diklaim oleh beberapa pihak.
- 2) Adanya kecenderungan mudah bosan saat membaca sajian di berita-berita *online* yang panjang.
- 3) Tidak selalu tepat karena mengutamakan kecepatan. Berita yang dimuat di media *online* biasanya tidak seakurat media lainnya.
- 4) Banyak terjadi kesalahan penulisan yang disebabkan ketergesa-gesaan dalam proses penulisan.
- 5) Berpotensi mengakibatkan *cyber crime* (kejahatan dunia maya) seperti penculikan, penipuan, dan berbagai tindak kriminal lainnya.
- 6) Menurunnya minat baca di perpustakaan akibat lebih praktisnya media *online*.
- 7) Meningkatnya plagiat akibat mudah dicurinya karya-karya yang tersaji di media *online*.

Berdasarkan pemaparan mengenai karakteristik media massa daring di atas, maka dapat kita simpulkan bahwa media massa daring mempunyai karakteristik berbeda dengan media massa pada umumnya. Karakteristik tersebut meliputi

kecepatan akses, pembaruan, interaktivitas, personalisasi, kapasitas tidak terbatas, terhubung dengan sumber lain, serta memiliki kapabilitas multimedia yang memungkinkan media massa daring dapat menghadirkan suara, video, serta gambar secara bersamaan. Selain kelebihan, media massa daring juga tetap mempunyai kelemahan. Kelemahan media massa daring, seperti yang paling sering ditemui, yaitu pencurian data.

c. Media Massa Daring “*Media Indonesia*”

Media Indonesia merupakan salah satu media massa terbesar di Indonesia yang bertahan sampai saat ini dan masih terus melakukan inovasi-inovasi terbaru. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari situs resmi mediaindonesia.com, (Media Indonesia, 2021) disebutkan bahwa *Media Indonesia* merupakan koran nasional yang pertama kali terbit pada 19 Januari 1970. Ketika awal terbit, *Media Indonesia* hanya terdiri atas empat halaman dengan tiras yang masih terbatas. Kantor *Media Indonesia* yang pertama saat itu berada di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta, dan lembaga yang menerbitkan kala itu ialah Yayasan Warta Indonesia.

Setelah beberapa tahun berjalan, tepatnya pada 1976, *Media Indonesia* berkembang menjadi delapan halaman. Selain itu, pada tahun yang sama juga, *Media Indonesia* mendapatkan Surat Izin Usaha Penerbitan (SIUPP), sehingga *Media Indonesia* menjadi media massa yang resmi.

Nama *Media Indonesia* tentu tidak akan lepas dari surat kabar *Prioritas*. Pada 1987 Teuku Yousli Syah bekerja sama dengan Surya Paloh, mantan pemimpin surat

kabar *Prioritas*, dan lahirlah *Media Indonesia* dengan manajemen baru di bawah naungan PT Citra Media Nusa Purnama. Setelah itu Surya Paloh menjabat sebagai direktur utama, sedangkan Teuku Yousli Syah menjabat sebagai pemimpin umum. Sejak itu pula lokasi kantor berpindah ke Jalan Gondangdia Lama Nomor 46, Jakarta.

Kemudian pada awal 1995, *Media Indonesia* mulai berkantor di kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, dan masih bertahan sampai saat ini. Seiring berjalannya waktu *Media Indonesia* terus mengalami pergantian kepemimpinan, baik di bidang redaksi maupun di bidang usaha. Sampai saat ini *Media Indonesia* dipimpin oleh Firdaus Dayat sebagai direktur utama.

Media Indonesia yang mengangkat *tagline* “Jujur Bersuara” terus berupaya untuk selalu menampilkan berita-berita teraktual untuk memenuhi kebutuhan informasi para pembacanya. *Media Indonesia* juga mempunyai visi yang masih dipegang teguh hingga saat ini, yaitu membangun sebuah harian yang independen serta menatap hari esok yang lebih baik.

Sebagai sebuah institusi pers, *Media Indonesia* telah terverifikasi oleh Dewan Pers pada 18 Agustus 2019. Bahkan, saat ini *Media Indonesia* juga telah merambah ke dunia media siber dengan portal *mediaindonesia.com* yang juga telah terverifikasi oleh Dewan Pers pada 6 April 2021.

Sebagai salah satu media massa yang bergerak dalam dunia media siber, *Media Indonesia* juga memegang teguh Pedoman Pemberitaan Media Siber yang disahkan oleh Dewan Pers dan komunitas pers di Jakarta pada 3 Februari 2012. Pedoman

Pemberitaan Media Siber seperti yang dicantumkan dalam laman resmi *Media Indonesia*, yakni mediaindonesia.com (*Media Indonesia*, 2021) menyebutkan, “Kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Keberadaan media siber di Indonesia juga merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers.”

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikatakan media siber yang mempunyai karakteristik yang berbeda dengan media lain memerlukan pedoman supaya pengelolaannya dapat dilaksanakan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Solusi untuk mengatasi hal tersebut, maka Dewan Pers bersama dengan organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun pedoman pemberitaan media siber yang isinya meliputi: ruang lingkup; verifikasi dan keberimbangan berita; isi buatan pengguna (*user generated content*); ralat, koreksi, dan hak jawab; pencabutan berita; iklan; hak cipta; pencantuman pedoman; serta sengketa. Supaya lebih jelas mengenai poin-poin yang dibahas dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber, berikut penulis kutip poin-poin tersebut dari *Media Indonesia* (2021).

1) Ruang Lingkup

- a) Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.

- b) Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

2) Verifikasi dan Keberimbangan Berita

- a) Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.
- b) Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.
- c) Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:
 - (1) berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
 - (2) sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;
 - (3) subjek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
 - (4) media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
- d) Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (*update*) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

3) Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*)

- a) Media siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, yang ditempatkan secara terang dan jelas.
- b) Media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses *log-in* terlebih dahulu untuk dapat memublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna. Ketentuan mengenai *log-in* akan diatur lebih lanjut.
- c) Dalam registrasi tersebut, media siber mewajibkan pengguna memberi persetujuan tertulis bahwa Isi Buatan Pengguna yang dipublikasikan:
 - (1) tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul;
 - (2) tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan;

- (3) tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.
- d) Media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan butir (c).
- e) Media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar ketentuan pada butir (c). Mekanisme tersebut harus disediakan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna.
- f) Media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan butir (c), sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.
- g) Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c).
- h) Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f).

4) Ralat, Koreksi, dan Hak Jawab

- a) Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Hak Jawab yang ditetapkan Dewan Pers.
- b) Ralat, koreksi dan atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab.
- c) Di setiap berita ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan atau hak jawab tersebut.
- d) Bila suatu berita media siber tertentu disebarluaskan media siber lain, maka:
 - (1) tanggung jawab media siber pembuat berita terbatas pada berita yang dipublikasikan di media siber tersebut atau media siber yang berada di bawah otoritas teknisnya;
 - (2) koreksi berita yang dilakukan oleh sebuah media siber, juga harus dilakukan oleh media siber lain yang mengutip berita dari media siber yang dikoreksi itu;
 - (3) media yang menyebarkan berita dari sebuah media siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media siber pemilik dan atau pembuat berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksinya itu.
- e) Sesuai dengan Undang-Undang Pers, media siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

5) Pencabutan Berita

- a) Berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilaan, masa depan anak, pengalaman traumatik korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers.
- b) Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.
- c) Pencabutan berita wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik.

6) Iklan

- a) Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.
- b) Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan “advertorial”, “iklan”, “ads”, “sponsored”, atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan.

7) Hak Cipta

Media siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

8) Pencantuman Pedoman

Media siber wajib mencantumkan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini di mediana secara terang dan jelas.

9) Sengketa

Penilaian akhir atas sengketa mengenai pelaksanaan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini diselesaikan oleh Dewan Pers.

Berdasarkan pemaparan mengenai *Media Indonesia* di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa *Media Indonesia* merupakan salah satu media massa terbesar di Indonesia dan saat ini telah merambah ke situs dunia media siber. Namun, meskipun merambah dalam media siber, *Media Indonesia* tetap mematuhi Pedoman Pemberitaan Media Siber yang berlaku dan telah terverifikasi oleh Dewan Pers sehingga bisa dikatakan *Media Indonesia* merupakan media massa daring yang terpercaya.

4. Hakikat Bahan Ajar

Pembelajaran yang dilakukan di dalam kelas tentu memerlukan bahan ajar baik berupa buku, lembar kerja peserta didik, maupun bentuk lain yang bisa digunakan dalam pembelajaran. Bahan ajar harus disesuaikan juga dengan tingkat peserta didik serta kemampuan yang ingin dicapai. Jika hal tersebut tidak diperhatikan, maka pembelajaran akan mengalami hambatan. Contohnya, seperti materi yang terlalu sulit untuk tingkatan peserta didik akan membuat peserta didik lama dalam mempelajarinya. Contoh lain jika bahan ajar tidak sesuai dengan kemampuan yang ingin dicapai, maka peserta didik akan sulit mencapai kompetensi yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hal-hal di atas, maka perlu adanya penyusunan bahan ajar yang sesuai dengan kemampuan serta kompetensi yang ingin dicapai peserta didik. Pada penelitian kali ini penulis akan lebih berfokus pada bahan ajar teks editorial, yakni kompetensi pengetahuan menganalisis struktur serta kebahasaan yang ada pada teks editorial khususnya *Media Indonesia*.

a. Pengertian Bahan Ajar

Banyak pendapat yang mengungkapkan mengenai pengertian dari bahan ajar. Menurut National Centre for Competency Based Training dalam Prastowo (2015:16) dijelaskan, “Bahan ajar adalah segala bentuk bahan yang digunakan untuk membantu guru atau instruktur dalam melaksanakan proses pembelajaran di kelas.” Pendapat yang hampir mirip diungkapkan Djumingin dan Syamsudduha (2016:297) yaitu, “Bahan ajar merupakan bagian dari sumber belajar. Bahan ajar adalah segala bentuk bahan yang

digunakan untuk membantu guru/instruktur dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar.” Pendapat tersebut senada dengan yang diungkapkan Helmiati (2013:9) yang mengatakan, “Materi atau bahan ajar adalah segala bentuk bahan yang digunakan untuk membantu guru dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran di kelas.” Bahan ajar yang dimaksud berdasarkan ketiga pengertian di atas yaitu bisa berupa bahan tertulis maupun bahan yang tidak tertulis.

Selain ketiga pendapat di atas, Pannen dalam Prastowo (2015:17) juga mengungkapkan pengertian bahan ajar yaitu, “Bahwa bahan ajar adalah bahan-bahan atau materi pelajaran yang disusun secara sistematis, yang digunakan guru dan peserta didik dalam proses pembelajaran.” Pendapat Pannen tersebut mirip dengan pendapat yang diungkapkan Sudrajat dalam Helmiati (2013:9) yaitu, “Bahan ajar adalah seperangkat materi yang disusun secara sistematis baik tertulis maupun tidak tertulis sehingga tercipta lingkungan/suasana yang memungkinkan siswa untuk belajar.” Materi pembelajaran atau bahan ajar yang disusun sistematis tersebut secara garis besar terdiri atas pengetahuan, keterampilan, serta sikap yang harus dipelajari oleh peserta didik dalam rangka mencapai standar kompetensi yang telah ditetapkan.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bahan ajar merupakan segala bentuk materi atau bahan baik tertulis maupun tidak tertulis yang disusun secara sistematis dan bisa digunakan oleh guru serta peserta didik dalam proses pembelajaran.

b. Manfaat Bahan Ajar

Bahan ajar mempunyai fungsi penting dalam pembelajaran, hal ini karena pembelajaran tidak akan bisa berjalan tanpa adanya bahan ajar. Fungsi penting bahan ajar menurut Depdiknas dalam Abidin (2016:263-264) meliputi tiga poin, yaitu sebagai berikut.

- 1) Pedoman bagi guru yang akan mengarahkan semua aktivitasnya dalam proses pembelajaran, sekaligus merupakan substansi kompetensi yang harusnya diajarkan kepada siswa.
- 2) Pedoman bagi siswa yang akan mengarahkan semua aktivitasnya dalam proses pembelajaran, sekaligus merupakan substansi kompetensi yang harusnya dipelajari/dikuasainya.
- 3) Alat evaluasi pencapaian/penguasaan hasil pembelajaran.

Selain fungsi bahan ajar yang telah dipaparkan di atas, bahan ajar yang baik juga perlu dikembangkan. Meskipun pemerintah telah menyediakan bahan ajar seperti buku paket, namun guru tetap harus menyediakan bahan ajar sendiri supaya apa yang akan diajarkan kepada peserta didik lebih tersusun dan lebih sesuai. Pengembangan bahan ajar ini tentu mempunyai manfaat baik bagi guru maupun bagi peserta didik. Manfaat pengembangan bahan ajar bagi guru menurut Kemendiknas dalam Abidin (2016:264) yang meliputi beberapa poin sebagai berikut.

- 1) Diperoleh bahan ajar yang sesuai tuntutan kurikulum dan sesuai dengan kebutuhan belajar dari peserta didik.
- 2) Tidak lagi tergantung pada buku teks yang terkadang menyajikan satu sudut pandang kebenaran.
- 3) Memperkaya karena dikembangkan dengan menggunakan berbagai referensi.
- 4) Menambah khasanah pengetahuan dan pengalaman guru dalam menulis bahan ajar.
- 5) Membangun komunikasi pembelajaran yang efektif antara guru dengan peserta didik karena peserta didik akan merasa lebih percaya kepada gurunya.
- 6) Menambah angka kredit jika dikumpulkan menjadi buku dan diterbitkan.

Selain bagi guru, bagi peserta didik pun penyusunan bahan ajar juga mempunyai manfaat tersendiri. Hal ini seperti yang diungkapkan Depdiknas dalam Abidin (2016:264) yakni sebagai berikut.

- 1) Kegiatan pembelajaran menjadi lebih menarik.
- 2) Kesempatan untuk belajar secara mandiri dan mengurangi ketergantungan terhadap kehadiran guru.
- 3) Mendapat kemudahan dalam mempelajari setiap kompetensi yang harus dikuasainya.

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penyusunan bahan ajar mempunyai manfaat baik bagi guru maupun bagi peserta didik. Manfaat utama bagi guru tentu akan menambah khasanah pengetahuan serta pengalaman guru dalam menyusun bahan ajar sekaligus memperkaya referensi materi yang akan disampaikan kepada peserta didik. Sedangkan bagi peserta didik, manfaat ini lebih terlihat ketika proses pembelajaran berlangsung di mana pembelajaran bisa menjadi lebih mudah dan menarik serta menambah kemandirian peserta didik dalam belajar.

c. Kriteria Bahan Ajar

Bahan ajar yang baik tentu mempunyai kriteria. Kriteria bahan ajar menurut Greene dan Petty dalam Kosasih (2021:45-46) meliputi sepuluh aspek sebagai berikut.

- 1) Bahan ajar itu haruslah menarik minat para peserta didik yang menggunakannya.
- 2) Bahan ajar itu haruslah memberi motivasi bagi peserta didik yang memakainya.

- 3) Bahan ajar itu haruslah memuat ilustrasi yang menarik hati para peserta didik yang memanfaatkannya.
- 4) Bahan ajar itu seyogianyalah mempertimbangkan aspek linguistik sehingga sesuai dengan kemampuan para peserta didik yang memakainya.
- 5) Bahan ajar itu isinya haruslah berhubungan erat dengan pelajaran-pelajaran lainnya; lebih baik lagi apabila dapat menunjangnya dengan terencana sehingga semuanya merupakan suatu kebulatan yang utuh dan terpadu.
- 6) Bahan ajar itu haruslah dapat menstimulasi, merangsang aktivitas-aktivitas pribadi para peserta didik yang mempergunakannya.
- 7) Bahan ajar itu haruslah dengan sadar dan tegas menghindari konsep-konsep yang samar dan tidak biasa agar tidak sempat membingungkan para peserta didik.
- 8) Bahan ajar itu haruslah mempunyai sudut pandang atau *point of view* yang jelas dan tegas sehingga pada akhirnya menjadi sudut pandang para pemakainya yang setia.
- 9) Bahan ajar haruslah mampu memberi pemantapan, penekanan pada nilai-nilai peserta didik.
- 10) Bahan ajar haruslah dapat menghargai perbedaan-perbedaan pribadi para peserta didik pemakainya.

Selain Greene dan Petty, kriteria bahan ajar juga dikemukakan oleh Akhlan

Husen dkk. dalam Kosasih (2021:46-47) yang meliputi sebelas aspek sebagai berikut.

- 1) Bahan ajar harus mempunyai landasan, prinsip, dan sudut pandang tertentu yang menjiwai atau melandasi bahan ajar secara keseluruhan. Sudut pandang ini dapat berupa teori dari ilmu psikologi, bahasa, dan sebagainya.
- 2) Konsep-konsep yang digunakan dalam suatu bahan ajar harus jelas dan tegas. Ketidakjelasan dan kesamaran perlu dihindari agar peserta didik atau pembaca juga memperoleh kejelasan, pemahaman, dan pengertian.
- 3) Bahan ajar ditulis untuk digunakan di sekolah-sekolah. Oleh karena itu, tidak ada pilihan lain bahwa bahan ajar harus relevan dengan kurikulum yang berlaku di sekolah.
- 4) Bahan ajar ditulis untuk peserta didik; karena itu, penulis bahan ajar harus mempertimbangkan minat-minat peserta didik pemakai bahan ajar tersebut. Semakin sesuai bahan ajar dengan minat peserta didik maka semakin tinggi daya penarik bahan ajar tersebut.
- 5) Bahan ajar yang baik ialah bahan ajar yang dapat membuat peserta didik ingin, mau, dan senang mengerjakan apa yang diinstruksikan di dalam buku teks tersebut. Apalagi apabila bahan ajar tersebut dapat mengarahkan peserta didik ke arah penumbuhan motivasi intrinsik.

- 6) Bahan ajar yang baik ialah bahan ajar yang merangsang, menantang, dan menggiatkan aktivitas peserta didik. Hal ini sesuai dengan konsep Cara Belajar Siswa Aktif (CBSA). Di samping tujuan dan bahan, faktor metode sangat menentukan dalam hal ini.
- 7) Bahan ajar harus disertai dengan ilustrasi yang mengena dan menarik. Ilustrasi yang cocok pastilah memberikan daya penarik tersendiri serta memperjelas hal yang dibicarakan.
- 8) Bahan ajar haruslah mudah dimengerti oleh para pemakainya, yakni peserta didik. Pemahaman harus didahului oleh komunikasi yang tepat. Faktor utama yang berperan di sini ialah bahasa. Oleh karena itu, bahasa bahan ajar haruslah:
 - a) sesuai dengan bahasa peserta didik,
 - b) kalimat-kalimatnya efektif,
 - c) terhindar dari makna ganda,
 - d) sederhana,
 - e) sopan, dan
 - f) menarik.
- 9) Bahan ajar mengenai bahasa Indonesia, misalnya di samping menunjang Mata Pelajaran Bahasa Indonesia, juga menunjang mata pelajaran lain. Melalui pengajaran bahasa Indonesia, pengetahuan peserta didik dapat bertambah dengan masalah-masalah sejarah, ekonomi, geografi, kesenian, olah raga, dan lain-lain. Hal itu dapat diwujudkan melalui wacana/pelajaran bacaan yang membicarakan pengetahuan-pengetahuan tersebut di atas.
- 10) Bahan ajar yang baik tidak membesar-besarkan perbedaan individu tertentu. Perbedaan dalam kemampuan, bakat, minat, ekonomi, sosial, dan budaya setiap individu tidak dipermasalahkan, tetapi diterima sebagaimana adanya.
- 11) Bahan ajar yang baik berusaha untuk memantapkan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. Uraian-uraian yang menjurus kepada penggoyahan nilai-nilai yang berlaku pantas dihindarkan.

Selain dua pendapat ahli mengenai kriteria bahan ajar di atas, Pusat Perbukuan dalam Kosasih (2021:47) juga menyebutkan kriteria bahan ajar yang meliputi tujuh aspek, yaitu prinsip kebermaknaan, keautentikan, keberfungsian, performansi, komunikatif, kebertautan, serta prinsip penilaian. Supaya lebih jelas mengenai ketujuh prinsip ini, maka berikut pembahasannya.

1) Prinsip Kebermaknaan

Prinsip kebermaknaan dalam Kosasih (2021:48) dijelaskan, “Prinsip ini menekankan pada dorongan bagi peserta didik untuk mengungkapkan ide, pikiran, gagasan, perasaan, dan informasi kepada orang lain baik secara lisan maupun tertulis.” Artinya, prinsip ini berfokus pada penekanan supaya peserta didik bisa lebih ekspresif.

2) Prinsip Keautentikan

Prinsip ini lebih menekankan pada pemilihan serta pengembangan materi pelatihan berbahasa. Pemilihan dan pengembangan materi pelatihan berbahasa ini seperti yang disebutkan dalam Kosasih (2021:48) yaitu seperti di bawah ini.

- a) Berupa pelajaran atau wacana tulis atau lisan.
- b) Banyak memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan kemahiran fungsi berbahasanya.
- c) Menekankan fungsi komunikatif berbahasa, yakni menekankan pada proses belajar-mengajar.
- d) Memenuhi kebutuhan berbahasa peserta didik.
- e) Berisi petunjuk, pelatihan, dan tugas-tugas dengan memanfaatkan media cetak atau elektronik secara optimal.
- f) Mendasarkan pada hasil analisis kebutuhan berbahasa peserta didik.
- g) Mengandung pemakaian bahasa yang bersifat selektif dan fungsional.
- h) Mendukung terbentuknya performansi komunikatif peserta didik yang andal.

3) Prinsip Keterpaduan

Prinsip keterpaduan ini berarti penataan materi dalam bahan ajar harus memperhatikan beberapa hal seperti yang disebutkan dalam Kosasih (2021:48) sebagai berikut.

- a) Memperhatikan keutuhan bahan.
- b) Menuntut peserta didik untuk mengerjakan atau mempelajarinya secara bertahap.

- c) Secara fungsional, yakni bagian yang satu bergantung kepada bagian yang lain dalam jalinan yang padu dan harmonis menuju kebermaknaan yang maksimal.

4) Prinsip Keberfungsian

Prinsip keberfungsian ini ada pada bagian pemilihan metode serta teknik pembelajaran. Hal-hal yang harus diperhatikan pada prinsip ini seperti yang disebutkan dalam Kosasih (2021:49) meliputi beberapa poin sebagai berikut.

- a) Memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengambil bagian dalam proses pembelajaran yang seluas-luasnya.
- b) Memberikan kepada peserta didik informasi, praktik, latihan, dan pengalaman-pengalaman belajar.
- c) Mengarahkan peserta didik kepada penguasaan kompetensi tertentu.
- d) Jika memungkinkan, memanfaatkan berbagai kegiatan belajar.
- e) Mengarahkan peserta didik untuk mengembangkan kompetensinya.
- f) Mendorong kemampuan berpikir/bernalarnya dan kreativitas peserta didik.

5) Prinsip Performansi Komunikatif

Dalam Kosasih (2021:49) dijelaskan, “Pengalaman belajar adalah sesuatu yang memungkinkan terjadinya peristiwa belajar.” Kegiatan ini dapat berupa beragam kegiatan belajar, mengamati, berlatih, bahkan merenung. Hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan pengalaman belajar yaitu mendukung terbentuknya kompetensi tertentu dari peserta didik yang andal, sesuai dengan bahan pembelajaran, bermakna bagi pengalaman potensi peserta didik, sesuai dengan tuntutan didaktik metodik yang mutakhir, disajikan secara berkelanjutan, serta berkaitan dengan pengalaman-pengalaman belajar yang lain secara terpadu.

6) Prinsip Kebertautan (Kontekstual)

Prinsip kebertautan ini berkaitan dengan pemanfaatan media dan sumber belajar. Supaya memperoleh hasil yang optimal, maka pembelajaran memerlukan penggunaan media dan sumber belajar dengan syarat-syarat seperti yang disebutkan dalam Kosasih (2021:49-50) sebagai berikut.

- a) Dapat memberikan pengalaman langsung bagi peserta didik untuk belajar.
- b) Merupakan fakta atau peristiwa aktual yang dapat ditemukan peserta didik atau diadakan oleh guru.
- c) Sesuai dengan tuntutan atau kebutuhan peserta didik, baik itu di dalam maupun di luar kelas.
- d) Bervariasi, baik itu wujud maupun ragamnya (majalah, koran, radio, percakapan di pasar, di tempat dokter praktik, dalam rapat, dan lain-lain).
- e) Memberikan kemudahan bagi pengembangan performansi peserta didik yang andal.

Fakta yang disajikan kepada peserta didik harus memenuhi syarat-syarat seperti yang disebutkan dalam Kosasih (2021:50) sebagai berikut.

- a) Berguna atau dapat ditemukan setiap saat di sekitarnya.
- b) sesuai yang mungkin terjadi di masyarakat.
- c) bervariasi serta menantang; bermakna bagi pengembangan kompetensi peserta didik secara optimal.

7) Prinsip Penilaian

Pembelajaran juga menuntut sistem penilaian yang memenuhi ketentuan-ketentuan seperti yang disebutkan dalam Abidin (2021:50) sebagai berikut.

- a) Mengukur dengan langsung kompetensi peserta didik secara menyeluruh.
- b) Mendorong peserta didik agar aktif mengoptimalkan segala kompetensinya.

c) Mengarahkan kemampuan peserta didik dalam belajar.

Berdasarkan pendapat-pendapat yang telah dikemukakan di atas mengenai kriteria dari bahan ajar, maka dapat disimpulkan bahwa bahan ajar yang baik harus memenuhi tiga aspek, yaitu keberadaan isi, penyajian materi, serta bahasa dan keterbacaan yang digunakan. Berikut penjelasannya.

1) Keberadaan Isi

Isi bahan ajar harus sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Bahan ajar juga harus memiliki ketegasan dan kejelasan di dalam konsep-konsep kebahasaan ataupun kesastraan. Bahan ajar juga harus memiliki kaitan dengan materi lain di dalamnya.

2) Penyajian Materi

Penyajian materi juga harus disusun secara variatif dari yang termudah ke yang tersulit, dari yang konkret ke yang abstrak, dari yang dekat dengan kehidupan ke yang jauh dengan kehidupan, serta mencakup bahasa lisan maupun tulis. Sumber dari materi yang disajikan juga bisa diambil dari media cetak, elektronik, internet, maupun langsung dari narasumber.

3) Bahasa dan Keterbacaan

Penggunaan bahasa juga harus disesuaikan dengan tingkat perkembangan peserta didik supaya lebih mudah dipahami. Bahasa yang ada dalam buku teks juga harus sesuai tingkat keterbacaannya dengan tingkatan peserta didik. Bahasa dalam bahan ajar harus efektif atau tidak bertele-tele, sopan, serta menarik. Artinya, bahasa

yang digunakan dalam bahan ajar juga harus disesuaikan dengan tuntutan dan kebutuhan peserta didik baik dalam bentuk keberagamannya maupun fungsinya. Bahasa ini bisa disesuaikan bisa bahasa formal atau nonformal, bisa juga bahasa tulis dan lisan.

Berdasarkan ketiga kriteria bahan ajar tersebut, maka teks editorial yang nantinya akan penulis susun menjadi bahan ajar juga mempunyai kriteria tersendiri, yaitu harus sesuai dengan struktur teks editorial yang meliputi pengenalan isu, argumentasi, dan penegasan ulang. Selain itu, teks editorial juga harus sesuai dengan kaidah kebahasaan yang meliputi penggunaan kalimat retorik yang bersifat manasuka, kata populer, kata ganti penunjuk serta konjungsi kausalitas. Teks editorial yang akan disusun menjadi alternatif bahan ajar juga harus sesuai dengan tingkat keterbacaan.

Teks editorial yang sesuai dengan kriteria tersebut nantinya akan penulis susun menjadi alternatif bahan ajar. Kemudian, ketiga kriteria bahan ajar yang sudah disebutkan di atas akan penulis jadikan pedoman dalam menganalisis kesesuaian bahan ajar alternatif teks editorial yang telah penulis susun bagi peserta didik SMA kelas XII.

d. Jenis-Jenis Bahan Ajar

Bahan ajar dalam Prastowo (2015:39-43) dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu berdasarkan bentuknya, berdasarkan cara kerjanya, serta berdasarkan sifatnya. Supaya lebih memahami mengenai jenis-jenis bahan ajar berdasarkan pengelompokannya ini, maka berikut penjabarannya.

1) Bahan Ajar Menurut Bentuknya

Berdasarkan bentuknya, bahan ajar menurut Prastowo (2015:40-41) dibedakan menjadi empat, yaitu bahan ajar cetak, bahan ajar dengar, bahan ajar pandang dengar, serta bahan ajar interaktif.

- a) Bahan ajar cetak menurut Kemp dan Dayton dalam Prastowo (2015:40) yaitu, “Bahan cetak (*printed*), yakni sejumlah bahan yang disiapkan dalam kertas, yang dapat berfungsi untuk keperluan pembelajaran atau penyampaian informasi.” Contoh bahan ajar ini meliputi *handout*, buku, modul, lembar kerja peserta didik, gambar, dan sebagainya.
- b) Bahan ajar dengar atau program audio, yaitu semua sistem yang menggunakan sinyal radio secara langsung, yang dapat dimainkan atau didengar oleh seseorang maupun sekelompok orang secara bersamaan. Contohnya seperti kaset, radio, piringan hitam, dan bahkan melalui audio di ponsel pintar.
- c) Bahan ajar pandang dengar (audiovisual), yaitu segala sesuatu yang memungkinkan sinyal audio untuk digabungkan dengan gambar bergerak secara bersamaan. Contohnya seperti video serta film.
- d) Bahan ajar interaktif, yaitu bahan ajar yang bersifat kombinasi dua atau lebih media seperti teks, grafik, gambar, animasi, serta video yang oleh penggunaanya dimanipulasi atau diberikan perlakuan untuk mengendalikan suatu perintah atau perilaku alami dari suatu presentasi. Misalnya seperti *compact disk interactive*, dan sekarang juga ada salindia yang biasa digunakan untuk presentasi.

2) Bahan Ajar Menurut Cara Kerjanya

Berdasarkan cara kerjanya bahan ajar menurut Prastowo (2015:41-42) dibedakan menjadi lima, yaitu bahan ajar yang tidak diproyeksikan, bahan ajar yang diproyeksikan, bahan ajar audio, bahan ajar video, serta bahan ajar komputer.

- a) Bahan ajar yang tidak diproyeksikan, yaitu bahan ajar yang tidak memerlukan proyektor untuk memproyeksikan isi di dalamnya. Bahan ajar ini akan membuat peserta didik bisa langsung menggunakannya seperti membaca, melihat, serta mengamati langsung. Contohnya foto, diagram, *display*, serta model.
- b) Bahan ajar yang diproyeksikan, yaitu bahan ajar yang memerlukan proyektotor untuk memproyeksikan isi di dalamnya sehingga bisa dipelajari oleh peserta didik. Contohnya *slide* serta proyeksi layar komputer.
- c) Bahan ajar audio, yaitu bahan ajar yang berupa sinyal audio yang direkam oleh alat perekam. Untuk menggunakannya kita memerlukan alat pemutar rekaman. Contoh bahan ajar ini meliputi kaset, *flashdisk*, bahkan gawai sekarang pun bisa digunakan sebagai pemutar suara.
- d) Bahan ajar video, yaitu bahan ajar yang memerlukan alat pemutar video seperti *VCD player*, *DVD player*, dan sekarang bisa juga menggunakan komputer atau laptop, dan bahkan gawai.
- e) Bahan ajar (media) komputer, yaitu bahan ajar noncetak yang membutuhkan komputer untuk menayangkan sesuatu untuk belajar. Contohnya seperti *computer mediated instruction* dan *computer based multimedia* atau *hypermedia*.

3) Bahan Ajar Menurut Sifatnya

Bahan ajar menurut Rowntree dalam Prastowo (2015:42-43) disebutkan bahwa berdasarkan sifatnya bahan ajar dibedakan menjadi empat jenis, yaitu bahan ajar yang berbasis cetak, bahan ajar yang berbasis teknologi, bahan ajar yang digunakan untuk praktik atau proyek, serta bahan ajar yang dibutuhkan untuk keperluan interaksi manusia.

- a) Bahan ajar berbasis cetak, yaitu bahan ajar yang berbentuk cetak seperti buku, koran atau majalah, peta, serta foto.
- b) Bahan ajar berbasis teknologi, yaitu bahan ajar yang memanfaatkan teknologi seperti siaran radio, film, siaran televisi, video interaktif, dan multimedia.
- c) Bahan ajar yang digunakan untuk praktik atau proyek, yaitu bahan ajar untuk keperluan praktik seperti lembar observasi dan lembar wawancara.
- d) Bahan ajar untuk keperluan interaksi manusia terutama untuk keperluan interaksi jarak jauh, yaitu bahan ajar seperti telepon dan *video converence*.

Berdasarkan jenis-jenis mengenai bahan ajar yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bahan ajar bisa dikelompokkan menjadi bahan ajar berdasarkan bentuknya, berdasarkan cara kerjanya, serta berdasarkan sifatnya. Bahan ajar yang akan penulis buat nantinya dalam penelitian ini yaitu bahan ajar cetak berupa lembar kerja peserta didik mengenai teks editorial. Bahan ajar teks editorial yang akan penulis buat termasuk ke dalam kelompok bahan ajar berdasarkan bentuknya, yaitu bentuk cetak.

5. Tingkat Keterbacaan Wacana

Setiap wacana tentu mempunyai tingkat kesulitannya sendiri-sendiri. Wacana bagi peserta didik kelas XII misalnya, tentu akan berbeda tingkat kesulitannya dengan wacana bagi peserta didik kelas IX. Hal ini karena setiap wacana mempunyai tingkat keterbacaan berbeda yang dikelompokkan dalam peringkat kelas. dengan adanya pengelompokan terhadap tingkat kesulitan wacana, maka guru dapat dengan mudah mengetahui apakah wacana tersebut cocok bagi peserta didiknya atau tidak. Jika cocok maka akan menambah kemungkinan besar wacana tersebut bisa dijadikan sebagai alternatif bahan ajar bagi peserta didik. Namun, jika tidak cocok maka wacana tersebut tidak bisa dijadikan sebagai alternatif bahan ajar bagi peserta didik. Supaya lebih paham mengenai pengukuran keterbacaan, maka berikut akan penulis jelaskan.

a. Pengertian Keterbacaan

Kata *keterbacaan* dalam Abidin (2016:52) dijelaskan, “Keterbacaan merupakan alih bahasa dari *‘readability’*. Bentuk *‘readability’* merupakan pengukuran tingkat kesulitan sebuah buku atau wacana secara objektif.” Chomsky dalam Abidin (2016:52) juga mengungkapkan, “Keterbacaan mengandung pengertian sistem-sistem harus dapat ‘membaca’ ungkapan-ungkapan bahasa dan menggunakannya sebagai instruksi-instruksi untuk pikiran dan tindakan.” Sistem-sistem ini contohnya yaitu, sistem motorik-sensorik, harus bisa membaca instruksi-instruksi yang berkaitan dengan bunyi, yaitu berupa representasi-representasi fonetik yang dihasilkan bahasa. Selain itu, Chomsky juga mengungkapkan bahwa syarat-syarat keterbacaan

menetapkan tiga pembagian di antara fitur-fitur yang dirakit dalam unsur-unsur leksikal, yaitu sebagai berikut.

- 1) Fitur-fitur semantik yang ditafsirkan dalam antarmuka semantik.
- 2) Fitur-fitur fonetik yang ditafsirkan dalam antarmuka fonetik.
- 3) Fitur-fitur yang tidak dapat ditafsirkan dalam kedua antarmuka tersebut.

Selain pendapat menurut Chomsky di atas, Abidin (2016:52) juga mengungkapkan pendapatnya yaitu, “Keterbacaan (*readability*) merupakan ukuran tentang sesuai tidaknya suatu bacaan bagi pembaca tertentu dilihat dari segi tingkat kesukaran/kemudahan wacananya.” Kesulitan atau kemudahan dari sebuah wacana diungkapkan dalam Abidin (2016:52), yaitu dipengaruhi oleh dua faktor yang nantinya akan mempengaruhi tingkat keterbacaan. Faktor-faktor tersebut yaitu panjang kalimat dan kesulitan kata. Hal ini karena, pada umumnya semakin panjang kalimat dan semakin panjang kata, maka bahan bacaan pun akan semakin sukar, sebaliknya jika semakin pendek panjang kalimat serta kata maka wacana tersebut merupakan wacana yang mudah.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai keterbacaan, dapat penulis simpulkan bahwa keterbacaan yaitu ukuran sesuai tidaknya sebuah wacana bagi pembaca yang dipengaruhi oleh panjang-pendeknya kalimat serta kesulitan kata yang menunjukkan tingkat kesukaran dari sebuah wacana. Semakin panjang sebuah kalimat dan sulit kata-kata yang ada di dalamnya, maka wacana tersebut dikelompokkan dalam wacana yang

sukar. Sedangkan, jika kalimat serta kata-kata yang digunakan cenderung pendek dan mudah, maka wacana tersebut digolongkan wacana yang mudah.

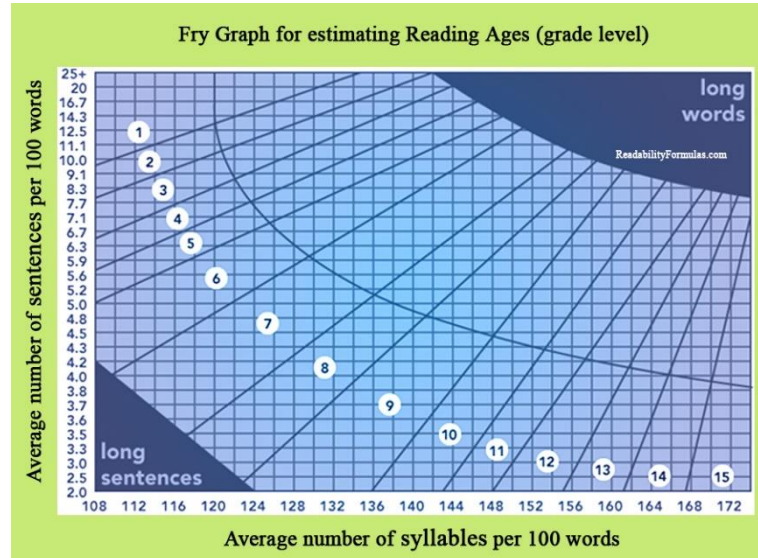
b. Formula Grafik Fry

Guru dalam melakukan pembuatan bahan ajar bagi peserta didiknya tentu harus memperhatikan wacana yang disajikan. Apakah wacana tersebut sesuai atau tidak dengan tingkat keterbacaan peserta didik yang diajarnya. Apabila wacana yang disajikan tidak sesuai, maka guru diharuskan untuk mencari wacana lain atau mengubah wacana yang tidak sesuai tersebut sehingga menjadi wacana yang sesuai bagi peserta didik. Cara yang bisa dilakukan oleh guru untuk menyesuaikan tingkat keterbacaan yaitu dengan meningkatkan taraf kesukaran wacana maupun menurunkannya.

Menentukan sesuai tidaknya tingkat keterbacaan wacana bagi peserta didik tentu harus menggunakan formula yang sesuai. Formula-formula yang bisa digunakan untuk mengukur tingkat keterbacaan yaitu ada formula keterbacaan spache, formula dale dan chall, formula keterbacaan fry (grafik fry), formula keterbacaan raygor (grafik raygor), formula *Simple Measure of Gobbledgook* (SMOG), serta teknik uji rumpang. Di Indonesia sendiri, formula yang cocok dan paling sering digunakan untuk mengukur tingkat keterbacaan yaitu formula grafik fry. Hal ini karena telah dilakukan banyak penelitian-penelitian mengukur tingkat keterbacaan wacana menggunakan grafik fry. Selain itu, formula grafik fry juga telah disesuaikan penggunaannya dengan bahasa Indonesia. Berdasarkan hal tersebut pula, maka penulis menggunakan formula

keterbacaan grafik fry yang telah teruji penggunaannya sehingga keterbacaan yang diuji hasilnya bisa lebih mendekati akurat.

Grafik fry dalam Harjasujana dan Mulyati (1996) dijelaskan, bahwa grafik ini pertama kali diperkenalkan oleh Edward Fry pada 1977 dalam majalah *Journal of Reading*. Sementara itu, grafik yang asli dibuat pada 1968. Formula keterbacaan pada grafik fry ini dalam Harjasujana dan Mulyati (1996) disebutkan, yaitu didasarkan pada dua faktor. Faktor-faktor tersebut berupa panjang-pendeknya kata serta kesulitan kata yang ditandai dengan banyak sedikitnya suku kata yang membentuk setiap kata dalam wacana tersebut. Supaya lebih paham mengenai formula grafik fry, maka bisa dilihat grafiknya pada gambar berikut.



Gambar 2.1
Grafik Keterbacaan Fry

Grafik tersebut terdiri dari dua deretan angka, yaitu horizontal dan vertikal. Angka-angka yang terdapat pada deret horizontal atau pada bagian bawah grafik menunjukkan data jumlah suku kata per seratus kata, yaitu jumlah kata dari wacana sampel yang dijadikan sampel pengukuran keterbacaan wacana. Adanya perhitungan suku kata dalam grafik fry ini merupakan pertimbangan dari faktor kata sulit, yang dalam formula ini merupakan salah satu faktor utama selain panjang-pendeknya kalimat.

Sementara itu, angka-angka yang terdapat pada bagian kiri grafik (yang terdapat pada deret vertikal) merupakan angka-angka yang menunjukkan jumlah kalimat per seratus kata. Penghitungan kalimat ini juga dipengaruhi oleh faktor utama dari penghitungan menggunakan grafik fry, yaitu faktor panjang-pendeknya kalimat.

Selain itu, di bagian tengah grafik juga terdapat angka-angka yang berderet di antara garis-garis pembatas. Angka-angka tersebut menunjukkan perkiraan peringkat keterbacaan dari wacana yang diukur. Misalnya penghitungan keterbacaan menunjukkan hasil di angka 9, maka keterbacaan tersebut cocok untuk pembaca dengan level peringkat baca 9, begitupun seterusnya.

Daerah di bagian sudut kanan atas dan kiri bawah merupakan daerah invalid, artinya jika hasil pengukuran keterbacaan wacana jatuh pada daerah gelap tersebut, maka wacana tersebut kurang baik karena tidak memiliki peringkat baca untuk kelas mana pun. Karena itulah, maka wacana yang keterbacaannya jatuh pada bagian gelap tersebut sebaiknya diganti dengan wacana lain atau disesuaikan sehingga wacana tersebut bisa menjadi wacana yang layak digunakan.

Ketika kita mengukur keterbacaan sebuah wacana, kita harus mengambil sampel seratus kata dari wacana yang kita ukur. Jumlah seratus kata ini merupakan jumlah kata yang dianggap sebagai representatif untuk mewakili sebuah wacana. Dengan demikian kita tidak perlu menghitung semua kata dari awal sampai akhir, karena dengan menggunakan seratus kata tersebut sudah dianggap mewakili keseluruhan dari sebuah teks atau wacana. Supaya lebih paham mengenai langkah-langkah pengukuran keterbacaan menggunakan grafik fry, maka akan dijelaskan langkah-langkah penggunaan grafik fry menurut Forgan dan Mangrum II dalam Abidin (2016:55) sebagai berikut.

- 1) Pilihlah seratus kata dari wacana yang akan dihitung keterbacaannya. Jika dalam wacana tersebut mengandung nama, angka, serta singkatan, maka ketiganya dihitung satu kata. Begitu juga dengan kata ulang. Kemudian kata dalam judul bab atau subbab tidak boleh dihitung. Nama misalnya Budi, singkatan misalnya KTP, dan angka misalnya tahun 1999, maka masing-masing harus dihitung satu kata.
- 2) Hitunglah jumlah kalimat yang terdapat pada seratus kata yang telah terpilih tadi. Jika pada kalimat terakhir, kata keseratus tidak jatuh pada titik, maka perhitungannya adalah jumlah kalimat lengkap ditambah jumlah kata pada kalimat terakhir yang masuk pada kata keseratus dibagi jumlah keseluruhan kata pada kalimat terakhir. Contohnya dari seratus kata yang telah terpilih, terdapat 7 kalimat lengkap. Pada kalimat terakhir, kata yang masuk keseratus kata ada 8 kata, sedangkan jumlah kata pada kalimat itu ada enam belas kata. Berdasarkan hal tersebut, maka jumlah kalimatnya adalah $7 + \frac{8}{16} = 7,5$ kalimat.

- 3) Hitunglah jumlah suku kata dari seratus kata yang telah terpilih. Pada penghitungan suku kata ini, kata yang berupa angka dan singkatan dianggap masing-masing huruf atau angkanya satu suku kata. Karena jumlah suku kata antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris berbeda, maka perhitungan jumlah suku kata dalam bahasa Indonesia tersebut selanjutnya harus dikalikan 0,6. Hal ini karena perbandingan suku kata antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris berdasarkan hasil penelitian dalam Harjasujana dan Mulyati (1996) yaitu, 6:10. Artinya, enam suku kata dalam bahasa Inggris kira-kira sama dengan sepuluh suku kata dalam bahasa Indonesia. Contoh perhitungan misalnya, jumlah suku kata dari seratus kata terpilih adalah 250 suku kata, maka jumlah suku kata yang sebenarnya adalah $250 \times 0,6 = 150$ suku kata.
- 4) Plotkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada grafik fry. Pembacaan hasil akhir merupakan pertemuan antara garis diagonal dan vertikal yang dihasilkan dari perhitungan jumlah suku kata dan jumlah kalimat. Jika hasilnya terletak pada satu kolom tertentu, maka itulah tingkat kesulitan wacana tersebut.
- 5) Sebagai upaya untuk menghindari kesalahan, tentukanlah hasil akhir pengukuran dengan mencantumkan satu kelas di bawah dan satu kelas di atas. Contohnya, pertemuan garis terletak pada kelas 11, maka wacana tersebut dianggap cocok bagi kelas 10, 11, dan 12. Sementara itu, jika pertemuan garis terjadi di daerah yang diarsir, maka wacana tersebut dikategorikan sebagai wacana yang tidak valid.

Berdasarkan pemaparan mengenai grafik fry di atas, maka bisa dikatakan bahwa sudah jelas grafik ini bisa digunakan untuk mengukur tingkat keterbacaan wacana dalam bahasa Indonesia. Hal ini dengan adanya perkalian dengan angka 0,6 yang menunjukkan perbandingan antara jumlah suku kata bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Maka penulis di sini juga akan menggunakan formula grafik fry ini untuk pengukuran tingkat keterbacaan wacana teks editorial dari media massa daring *Media Indonesia* yang selanjutnya akan dikembangkan menjadi bahan ajar teks editorial bagi peserta didik SMA kelas XII.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian dari Muhamad Irpan, sarjana Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Siliwangi yang lulus pada 2021. Penelitiannya berjudul “Analisis Aspek Makna dan Kebahasaan Teks Biografi dalam Buku Kumpulan Teks Biografi *Biografi Para Ilmuwan Muslim* Karya Wahyu Murtiningsih sebagai Alternatif Bahan Ajar di SMA Kelas X”. Hasil Penelitian Irpan menunjukkan bahwa teks biografi pada buku kumpulan biografi *Biografi Para Ilmuwan Muslim* cocok untuk dijadikan sebagai bahan ajar teks biografi di kelas X.

C. Anggapan Dasar

Anggapan dasar merupakan titik tolak pemikiran yang kebenarannya sudah tidak diragukan lagi oleh peneliti. Heryadi (2014:31) menjelaskan anggapan dasar sebagai berikut.

Dalam penelitian yang bersifat verifikatif (*hipotetico deductive*) anggapan dasar menjadi acuan atau landasan pemikiran dalam merumuskan hipotesis. Bentuk-bentuk anggapan dasar yang dibuat dapat berupa pernyataan-pernyataan lepas antara yang satu dengan lainnya namun ada keterkaitan isi, dapat pula dibuat dalam bentuk diwacanakan (berupa paragraf-paragraf).

Berdasarkan pendapat tersebut, anggapan dasar penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis struktur serta kebahasaan teks editorial merupakan kompetensi dasar yang harus dikuasai peserta didik kelas XII.
2. Bahan ajar menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan pembelajaran.
3. Teks editorial merupakan teks yang dibuat oleh sebuah media yang berisi pandangan media tersebut terhadap suatu isu yang sedang ramai diperbincangkan.
4. Teks editorial dari berbagai sumber seperti koran, majalah, televisi, internet, maupun media massa daring dapat dijadikan alternatif bahan ajar jika memenuhi kriteria bahan ajar.