

IMPLEMENTASI BAHASA JURNALISTIK DALAM PENULISAN *SOFT NEWS* DI WEBSITE TRIBUNNEWS BOGOR

Asri Yuningsih¹, Willy Bachtiar², Alfa Taufan Latif³

Program Studi Komunikasi Digital dan Media

Sekolah Vokasi IPB University

email: asriyuningsih@apps.ipb.ac.id

INFO ARTIKEL

Diterima:

20 Mei 2025

Disetujui:

22 Mei 2025

Diterbitkan:

25 Mei 2025

Kata Kunci

Bahasa Jurnalistik,
Berita *Soft News*,
Tribunnews Bogor

ABSTRAK

Perkembangan media daring di era digital telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik jurnalisme termasuk dalam penggunaan bahasa jurnalistik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis implementasi bahasa jurnalistik dalam penulisan *soft news* di website Tribunnews Bogor. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis berdasarkan teori Sumadiran (2016) yang menekankan pada kesederhanaan, keakuratan, ekonomisasi kata, dan daya tarik emosional. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap jurnalis sekaligus editor Tribunnews Bogor dan observasi non-partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penulisan *soft news* di Tribunnews Bogor dilakukan secara sistematis mulai dari pemilihan topik yang mengandung nilai *human interest*, *novelty*, dan *proximity*, hingga penyajian berita dengan gaya naratif. Penggunaan bahasa jurnalistik tercermin dalam struktur kalimat yang sederhana, lugas, efisien, serta pemilihan diksi yang komunikatif dan mudah dipahami. Selain itu, penerapan unsur jurnalistik 5W+1H, penggunaan kutipan langsung, serta pemilihan sudut pandang yang humanis menjadi karakteristik utama penulisan *soft news* di media Tribunnews Bogor

1. Pendahuluan

Dalam era digital yang semakin pesat ini telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Media massa konvensional seperti surat kabar dan majalah kini telah bertransformasi menjadi media berbasis *daring (online)* untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan lebih cepat, fenomena ini juga membawa perubahan signifikan dalam praktik jurnalisme termasuk dalam penggunaan bahasa jurnalistik yang digunakan dalam menyusun dan menyampaikan berita. Bahasa jurnalistik tidak hanya sebagai sarana penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat persuasi yang memiliki kekuatan membentuk opini publik dan menarik perhatian audiens digital.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis juga mendorong lahirnya kebutuhan akan informasi yang tidak hanya bersifat faktual dan aktual, tetapi

juga menghibur dan menyentuh aspek emosional, dalam konteks ini *soft news* atau berita ringan menjadi semakin populer di kalangan pembaca digital.

Menurut Raharjo (2020) bahasa jurnalistik adalah bahasa khas yang digunakan dalam dunia jurnalistik yang dituntut untuk efektif, efisien, komunikatif, dan menarik perhatian pembaca. Bahasa ini memiliki ciri khas yang membedakannya dari bahasa ilmiah maupun bahasa sastra, seperti penggunaan kalimat aktif, singkat, dan pilihan diksi yang tepat serta tidak berbelit-belit.

Website berita seperti Tribunnews Bogor memainkan peran penting dalam menyajikan berita lokal dengan pendekatan yang dekat dengan keseharian masyarakat. Sebagai bagian dari jaringan Tribunnews.com, Tribunnews Bogor menyajikan berbagai *soft news* yang mengangkat topik seperti gaya hidup, kuliner, pariwisata, dan kisah inspiratif masyarakat lokal. Dalam menyajikan berita-berita ini, penggunaan bahasa jurnalistik yang adaptif, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik *soft news* menjadi kunci utama untuk menciptakan berita yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan menghibur.

Menurut Raharjo (2020) bahasa jurnalistik adalah bahasa khas yang digunakan dalam dunia jurnalistik yang dituntut untuk efektif, efisien, komunikatif, dan menarik perhatian pembaca. Bahasa ini memiliki ciri khas yang membedakannya dari bahasa ilmiah maupun bahasa sastra, seperti penggunaan kalimat aktif, singkat, dan pilihan diksi yang tepat serta tidak berbelit-belit.

Dalam menyajikan *soft news* pemilihan **bahasa jurnalistik** menjadi aspek penting yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan. Putri dan Santoso (2022) dalam penulisan *soft news*, jurnalis dituntut untuk lebih kreatif dalam menyusun kalimat, memilih diksi, dan membangun narasi yang menyentuh aspek emosional tanpa mengabaikan kaidah jurnalistik. Hal ini membuat implementasi bahasa jurnalistik dalam *soft news* memiliki tantangan tersendiri dibandingkan penulisan *hard news* yang lebih struktural dan faktual.

Namun demikian, masih terbatas penelitian yang secara khusus membahas implementasi bahasa jurnalistik dalam *soft news* di media *online* lokal seperti Tribunnews Bogor. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memahami lebih dalam bagaimana penerapan bahasa jurnalistik yang diterapkan dalam penulisan *soft news*, termasuk dalam pemilihan gaya bahasa, struktur kalimat, dan strategi komunikasi yang digunakan

2. Kajian Pustaka

2.1 Bahasa Jurnalistik

Bahasa jurnalistik didefinisikan sebagai ragam bahasa yang digunakan oleh jurnalis untuk menyampaikan informasi kepada publik secara efektif dan efisien, bahasa jurnalistik atau biasa disebut bahasa pers merupakan salah satu ragam bahasa kreatif bahasa Indonesia dan juga terdapat ragam bahasa akademik (ilmiah, bisnis), ragam bahasa filosofik, dan ragam bahasa literer. Menurut Raharjo (2020) bahasa jurnalistik dituntut memiliki tiga aspek utama yaitu kejelasan (*clarity*), ketepatan (*accuracy*), dan daya tarik (*appeal*). Hal ini sejalan dengan pandangan Putri dan Santoso (2022) bahwa bahasa jurnalistik harus komunikatif dan persuasif, sehingga mampu menjangkau berbagai lapisan pembaca.

Bahasa jurnalistik tentunya wajib mengedepankan prinsip ekonomi kata dengan tetap menjaga kekayaan makna. Hal ini tercermin dalam penggunaan kalimat aktif, pilihan diksi sederhana, dan struktur berita yang mengikuti prinsip 5W+1H (siapa, apa, dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana) Suryani (2019).

2.2 Penulisan Berita

Penulisan berita adalah proses penyusunan informasi faktual tentang peristiwa terkini atau relevan untuk disampaikan kepada masyarakat. Menurut Sari (2019) penulisan berita merupakan kombinasi antara pelaporan fakta dan kemampuan naratif jurnalis untuk menyajikan informasi secara sistematis dan menarik. Penulisan berita juga harus memenuhi kriteria objektivitas, akurasi, dan jelas sehingga pembaca memperoleh gambaran utuh tentang peristiwa.

Penulisan berita memerlukan teknik tertentu agar menghasilkan berita yang efektif dan efisien. Dalam penulisan berita dibutuhkan rumusan yang dapat digunakan oleh seorang jurnalis, rumusan berita ini digunakan untuk memudahkan pembaca dalam memahami informasi dan juga redaksi dalam memproses berita.

1. Rumusan Umum

Rumusan umum yang menjadi panduan dalam menuliskan sebuah berita yakni 5W+1H (siapa, apa, dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana). Rumus ini wajib diterapkan dalam sebuah berita, jika ada satu unsur yang tidak dimasukkan dalam sebuah berita, maka sebuah informasi dalam berita tersebut menjadi tidak lengkap,

sedangkan berita sendiri disajikan untuk menjawab rasa penasaran dan pertanyaan pertanyaan mendasar atas hal tersebut.

2. *Headline*

Headline menjadi elemen paling pertama yang dilihat pembaca, sehingga memiliki peran strategis dalam menentukan apakah berita akan dibaca lebih lanjut atau diabaikan sehingga seorang jurnalis harus memikirkan sebuah judul dengan singkat, padat, sederhana dan menarik yang bertujuan sebagai penggerak agar pembaca tertarik untuk membaca sebuah berita tersebut.

3. *Lead*

Lead atau teras berita yakni paragraf pertama dalam sebuah berita yang berisi ringkasan dari keseluruhan isi tulisan. Isi dari *lead* haruslah mengandung unsur 5W+1H, utamanya harus mampu menjawab *what, when, who, dan where*, sedangkan untuk pertanyaan *why* dan *how* yang membutuhkan jawaban yang lebih jelas dan terperinci biasanya akan dimasukkan dalam *body* berita.

4. Kutipan

Penulisan kutipan biasanya ditandai dengan adanya tanda petik diawal dan diakhir kalimat, sedangkan untuk letak kutipan biasanya berada ditengah hingga akhir berita. Fungsi kutipan ini sebagai penguat kebenaran informasi bahwa berita tersebut bukan sebuah opini dari jurnalis, namun benar bahwa narasumber mengatakan hal tersebut sehingga berita ini diterbitkan.

2.3 *Soft News*

Soft news (berita ringan) seringkali juga disebut dengan *feature* yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun lebih menitik beratkan pada hal-hal yang dapat menakjubkan atau mengherankan dan memiliki daya tarik yang tinggi bagi pembacanya. Reinard (2018) mendefinisikan *soft news* sebagai berita yang mengutamakan nilai hiburan dan refleksi budaya, dengan fokus pada cerita tokoh dan dinamika sosial yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari pembaca.

Penyajian *soft news* ini cenderung lebih berwarna dan mungkin melibatkan pendapat, wawancara, atau analisis yang mendalam. Gaya penulisan dalam *soft news* dibuat menjadi lebih santai dengan menyertakan aspek-aspek emosional atau cerita latar belakang. Berita jenis ini tergantung pada waktu sehingga selalu bisa dibaca, didengar, dan dilihat kapanpun tanpa terikat pada aktualitas.

2.4 Teori Sumadiria (2016)

Bahasa jurnalistik merupakan medium utama yang digunakan jurnalis dalam menyampaikan informasi kepada publik, dalam kerangka ini Sumadiria (2016) dalam bukunya *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Menulis Berita dan Feature* mengemukakan tiga prinsip dasar bahasa jurnalistik yaitu kejelasan (*clarity*), ketepatan (*accuracy*) dan ekonomisasi kata (*economy of words*), serta daya tarik (*appeal*), ketiga prinsip tersebut menjadi pondasi utama dalam praktik penulisan berita yang profesional dan komunikatif.

1. Kejelasan (*Clarity*)

Sumadiria (2016) menyatakan bahwa bahasa jurnalistik harus jelas agar dapat dengan mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat. Kejelasan ini diwujudkan melalui penggunaan kalimat sederhana dan langsung ke pokok persoalan, serta bebas dari istilah teknis atau jargon yang tidak dikenal umum. Kalimat-kalimat tersebut disusun secara logis dan ringkas untuk menghindari struktur kalimat yang kompleks yang dapat membingungkan pembacanya.

2. Ketepatan (*Accuracy*) dan Ekonomisasi Kata (*Economy of Words*)

Aspek ketepatan dalam bahasa jurnalistik mencakup keakuratan dalam menyampaikan fakta, data, kutipan, dan informasi lainnya. Sumadiria (2016) menegaskan bahwa seorang jurnalis bertanggung jawab menyajikan berita secara faktual dan terverifikasi. Selain itu, ketepatan juga merujuk pada pemilihan kata yang tepat sesuai konteks.

Bersamaan dengan ketepatan, Sumadiria (2016) menggarisbawahi pentingnya prinsip ekonomisasi kata dengan penggunaan kata-kata secara efisien. Dalam bahasa jurnalistik tidak ada tempat untuk kalimat bertele-tele setiap kata harus memiliki nilai informasi, jika tidak kata tersebut sebaiknya dihilangkan hal ini mendukung prinsip berita yang padat dan ringkas namun tetap bermakna.

3. Daya Tarik (*Appeal*)

Bahasa jurnalistik tidak hanya harus faktual dan jelas, tetapi juga harus mampu menarik perhatian pembaca, Sumadiria (2016) menekankan bahwa unsur daya tarik ini dapat diwujudkan melalui gaya penulisan yang menggugah penggunaan judul dan *lead* yang kuat, serta pendekatan yang humanis dalam menyampaikan informasi. Teknik *storytelling* dan penggunaan metafora atau kutipan yang kuat menjadi sarana

untuk menciptakan daya tarik dalam berita terutama pada jenis berita *soft news* yang lebih naratif dan emosional.

Hal ini berfokus dengan bagaimana implementasi bahasa jurnalistik dalam penulisan *soft news* di website Tribunnews Bogor, sehingga penggunaan model teori Sumadiria (2016) dirasa sesuai dengan prinsip-prinsip dalam *soft news* Tribunnews Bogor saat ini. Teori Sumadiria (2016) digunakan dalam penelitian ini sebagai dasar untuk menganalisis, mengevaluasi, dan menilai implementasi bahasa jurnalistik dalam penulisan *soft news* agar tetap memenuhi standar jurnalistik profesional meskipun dalam format berita ringan dan digital

3. Metode Penelitian

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami Bagaimana implementasi bahasa jurnalistik dalam penulisan berita *soft news* di Tribunnews Bogor. Hal ini sejalan dengan ungkapan Creswell (2016) yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terhadap proses, makna, dan persepsi yang muncul dalam interaksi sosial. Dalam konteks ini, penggunaan pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung bagaimana bahasa jurnalistik diterapkan dalam penyusunan *soft news*, termasuk gaya bahasa, pemilihan diksi, dan struktur naratif yang digunakan.

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Tribunnews Bogor yang berlokasi di Jalan Pemuda No.46, RT.02/RW.06, Tanah Sareal, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor, Jawa Barat 16161. Pemilihan Tribunnews Bogor sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa media ini merupakan bagian dari jaringan Tribun Network yang memiliki basis audiens kuat di wilayah Bogor dan sekitarnya, serta aktif menerbitkan berita *soft news* dalam format digital.

Teknik Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, teknik ini dipilih berdasarkan mendalamnya pemahaman informan terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang akurat dengan informasi tambahan lainnya yang bisa menjadi bahan bagi penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (*In-Depth Interview*), wawancara ini bersifat semi-terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti menggali

informasi lebih dalam terkait praktik penggunaan bahasa jurnalistik. Kemudian observasi non-partisipatif, observasi ini mencakup gaya visual, *layout* penulisan, struktur penyampaian berita, dan bahasa yang digunakan

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan tim redaksi Tribunnews Bogor, proses penulisan *soft news* di media tersebut mengikuti tahapan yang sistematis namun adaptif terhadap dinamika media *daring*. Meskipun berbeda dengan media cetak konvensional, proses redaksional Tribunnews Bogor tetap mengacu pada prinsip dasar jurnalistik, khususnya dalam penggunaan bahasa jurnalistik sebagai medium utama penyampaian informasi.

Tahapan awal dalam proses penulisan *soft news* dimulai dari pemilihan topik, jurnalis Tribunnews Bogor secara aktif memantau fenomena sosial, kisah inspiratif, isu viral, serta aktivitas masyarakat lokal yang unik atau menyentuh. Topik yang diangkat tidak bersifat keras (*hard news*) melainkan ringan namun memiliki nilai berita (*news value*) seperti kedekatan (*proximity*), keunikan (*novelty*), dan emosi (*human interest*). Pemilihan sudut pandang dilakukan dengan mempertimbangkan sisi yang paling menggugah perasaan pembaca. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sumadiria (2016) yang menekankan bahwa dalam penulisan *soft news*, jurnalis harus mampu menggali sudut pandang yang humanis, agar pesan berita tidak sekadar informatif tetapi juga menyentuh emosi audiens.

Setelah topik ditentukan, jurnalis melakukan peliputan langsung atau observasi lapangan, termasuk mewawancarai narasumber utama, dalam proses ini kutipan langsung dari tokoh atau pelaku utama berita menjadi bagian penting untuk memberikan kekuatan naratif dan kredibilitas pada berita. Hal ini sesuai dengan pandangan Sumadiria (2016) bahwa penggunaan kutipan langsung (*direct quotation*) adalah bagian integral dari bahasa jurnalistik, karena selain menunjukkan keberimbangan, juga memperlihatkan fakta yang nyata dari sumber terpercaya.

Dalam penulisan *soft news*, penulis diberi kebebasan untuk mengembangkan cerita secara naratif. Penulisan dimulai dengan *lead* yang bersifat emosional atau menarik perhatian, lalu dikembangkan dengan alur yang menyerupai cerita. Bahasa yang digunakan dalam penyusunan berita sangat memperhatikan unsur sederhana dengan menggunakan kosakata umum yang mudah dipahami oleh pembacanya, efisien dengan

menghindari pengulangan dan kalimat bertele-tele. Sebuah berita harus lugas langsung pada inti peristiwa, dan terakhir berita yang dibuat harus menarik dan komunikatif agar pembaca merasa dekat dengan isi berita.

Penulisan *soft news* di dalam website Tribunnews Bogor mengacu pada kaidah-kaidah jurnalistik yaitu 5W+1H (*whats*: apa, *who*: siapa, *when*: kapan, *why*: kenapa, *where*: dimana, dan *how*: bagaimana). Ini bisa dilihat dari *lead* berita yang selalu menuliskan secara lengkap dan lugas suatu berita. Jurnalis Tribunnews Bogor dibekali pedoman yang diterapkan untuk penulisan *soft news* seperti memilih topik yang mengandung *human interest*, penggunaan gaya naratif atau bercerita, fokus pada tokoh atau peristiwa, penggunaan bahasa jurnalistik yang menarik dan sederhana, memperbanyak deskripsi dan kutipan, menghindari sudut pandang subjektif penulis, penggunaan judul yang emosional atau menggugah, dan menyajikan berita yang faktual bukan sensasi.

Di dalam *soft news* Tribunnews Bogor terdapat karakteristik yang menunjukkan adanya kalimat atau kata atau tanda baca yang sudah sesuai dengan aturan bahasa jurnalistik yang sudah diterapkan, berikut ini salah satu berita yang menurut penulis sudah menggunakan kaidah bahasa jurnalistik.

Berita <i>Soft News</i>	Menggunakan Bahasa Jurnalistik
<p>Menilik Batik Organik Khas Cipaku Bogor, Ternyata Sudah Tembus Pasar Luar Negeri</p>	<p>Batik Organik karya kelompok usaha bersama (KUB) Tumbuh Bersama Buni Asih Cipaku Bogor menjadi daya tarik baru dunia perbatikan dan memiliki nilai potensi UMKM yang memiliki daya jual tinggi. Bukan tanpa sebab, pasalnya, batik organik ini memiliki perbedaan sendiri terutama dalam hal pewarnaannya. Pewarnaan batik ini menggunakan bahan-bahan alami yang berasal dari tumbuhan dan limbah rumah tangga.</p> <p>Wakil Direktur KUB Ana Khairani mengatakan, batik organik ini sudah diproduksi sejak tahun 2013 silam. “Kalau untuk batik organiknya sendiri itu sudah 11 tahun lalu atau 2013. Cuman, kalau KUB nya sendiri baru ada dan diresmikan tanggal 3 Oktober</p>

2024 lalu. Momennya bertepatan dengan hari batik nasional,” kata Ana kepada TribunnewsBogor.com.

Semenjak ada 2013, batik organik ini sudah terjual ke berbagai daerah di Indonesia. Tidak hanya itu, batik ini juga ternyata terjual keluar negeri. “Kalau dari dihitung tahun 2013 sudah banyak. Tapi semenjak berdirinya KUB, belum terjual karena kita ditahap ini baru sampai proses pencatingan saja,” tambahnya.

Untuk motifnya sendiri, batik organik ini memiliki tiga motif utama. Mulai dari panorama, kultur, serta kekinian. “Panorama kita biasanya berhubungan dengan pariwisata yang ada di Kota Bogor ini. Kultur itu ke budaya, dan kekinian lebih ke menyesuaikan dengan kondisi saat ini,” tambahnya.

Jika dilihat sepintas, batik organik ini memiliki perbedaan yang mencolok dengan batik lainnya. “Perbedaannya kita memang di kekuatan motifnya,” ungkapnya.

Batik organik ini pun kini menjadi wadah bagi para ibu-ibu atau perempuan di Buni Asih untuk berdaya dan memiliki pekerjaan. Selain itu, ibu-ibu ini memiliki pengetahuan mengenai dunia perbatikan dan cara pembuatannya. Mulai dari memola sampai pemberian warna.

Hal ini pun sejalan dengan filosofi Tumbuh Bersama yang saat ini dijadikan nama kelompok. Kata Ana, dari tumbuh bersama ini, diharapkan ibu-ibu Buni Asih dapat terus berdaya. “Jadi kami harapannya pemberdayaan perempuan atau ibu-ibu di wilayah Buni Asih bisa bertumbuh dan besar lagi dan produktif lagi,” jelas Anna.

Dengan hadirnya KUB ini, jangkauan pasar penjualan bisa semakin luas. “Tentunya dapat

	meningkatkan kesejahteraan sosial, lingkungan, dan ekonomi masyarakat sekitar juga terutama ibu-ibu,” ucapnya.
--	--

1. Kejelasan (*Clarity*)

Pada *soft news* tersebut memiliki struktur kalimat yang sederhana dan langsung pada pokok informasi seperti pada lead kalimat berikut "*Batik Organik karya kelompok usaha bersama (KUB) Tumbuh Bersama Buni Asih Cipaku Bogor menjadi daya tarik baru dunia perbatikan dan memiliki nilai potensi UMKM yang memiliki daya jual tinggi*".

Kalimat ini langsung menyatakan subjek utama batik organik dan fungsinya dalam dunia UMKM tanpa kalimat berputar-putar. Pembaca langsung memahami bahwa batik ini punya nilai ekonomi. Selain itu, dalam berita ini menjelaskan secara detail konteks waktu dan tokohnya seperti pada kalimat berikut. "*Kalau untuk batik organiknya sendiri itu sudah 11 tahun lalu atau 2013. Cuman, kalau KUB-nya sendiri baru ada dan diresmikan tanggal 3 Oktober 2024 lalu.*"

Pernyataan ini memberikan konteks waktu yang jelas serta menjawab pertanyaan kapan dimulai dan diresmikan, tidak ada *ambiguitas*. Dalam *soft news* tersebut juga terdapat penjelasan sistematis mengenai proses, motif, dan perbedaan, penjelasan motif tersebut dibuat terstruktur dan diperinci satu per satu sehingga mudah dipahami oleh pembaca yang awam sekalipun.

Setiap bahasanya mudah dipahami oleh khalayak umum seperti kata batik organik, pewarnaan alami dan pencantingan meskipun kurang familiar tetapi dijelaskan dalam konteks. Semua disusun dalam diksi yang umum digunakan dalam masyarakat, sehingga pembaca tidak harus memiliki latar belakang teknis untuk memahami isi berita.

2. Ketepatan (*Accuracy*) dan Ekonomisasi Kata (*Economy of Words*)

Dalam artikel *soft news* tersebut memiliki makna narasi tokoh yang baik seperti kalimat berikut "*Kalau untuk batik organiknya sendiri itu sudah 11 tahun lalu atau 2013. Cuman, kalau KUB nya sendiri baru ada dan diresmikan tanggal 3 Oktober 2024 lalu*".

Pernyataan ini jelas dan tepat karena menyampaikan kronologi dan perbedaan antara produksi batik dan peresmian KUB, meski gaya tutur bersifat lisan namun informasinya tersampaikan secara konkret. Terdapat juga ketepatan kalimat yang baik dalam penggunaan istilah seperti pada kalimat berikut “*Pewarnaan batik ini menggunakan bahan-bahan alami yang berasal dari tumbuhan dan limbah rumah tangga*”. Kalimat ini menggunakan istilah yang tepat dan spesifik seperti kata “bahan-bahan alami”, “tumbuhan” dan “limbah rumah tangga” secara kontekstual menjelaskan sumber pewarna tanpa menimbulkan kebingungan. Dalam kalimat berita tersebut tidak menggunakan kata-kata yang berulang, setiap kalimatnya sudah efisien sehingga memenuhi ekonomisasi kata sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik.

3. Daya Tarik (*Appeal*)

Artikel *soft news* tersebut memiliki daya tarik yang tinggi seperti daya tarik *human interest* yang menyentuh aspek kemanusiaan tentang pemberdayaan perempuan yang sangat kuat nilai emosionalnya, pembaca merasa terhubung secara emosional dengan perjuangan ibu-ibu lokal dalam membangun ekonomi kreatif melalui batik. Selain itu, terdapat juga daya tarik keunikan pada penggunaan pewarna alami dan limbah rumah tangga yang menghadirkan inovasi ramah lingkungan. Hal ini bisa menjadi nilai kebaruan (*novelty*) yang mampu menarik perhatian pembaca karena tidak biasa dan relevan dengan isu *sustainability* saat ini.

Terdapat nilai inspiratif juga seperti pesan pemberdayaan dan harapan yang menginspirasi masyarakat, terutama perempuan untuk tetap produktif dan kreatif melalui kegiatan ekonomi lokal. Gaya bahasa yang digunakan dalam artikel *soft news* tersebut memiliki gaya naratif ringan yang dipenuhi dengan kutipan langsung tokoh (Ana Khairani) yang menambah kedekatan dan daya tarik personal terhadap tokoh inspiratif

5. Kesimpulan

Secara keseluruhan, implementasi bahasa jurnalistik dalam *soft news* Tribunnews Bogor telah selaras dengan teori Sumadiria (2016). Proses penulisan berita *soft news* dilakukan secara sistematis, dimulai dari pemilihan topik yang memiliki nilai *human interest*, kedekatan (*proximity*), dan keunikan (*novelty*). Penulisan *soft news* Tribunnews

Bogor dikembangkan dalam bentuk narasi yang menyerupai cerita yang dimulai dari *lead* emosional yang mampu menarik perhatian pembaca. Gaya bahasa yang digunakan telah memenuhi prinsip bahasa jurnalistik yang sederhana, lugas, efisien, dan menarik.

Soft news di Tribunnews Bogor menyajikan informasi secara faktual dengan mematuhi unsur 5W+1H (*whats*: apa, *who*: siapa, *when*: kapan, *why*: kenapa, *where*: dimana, dan *how*: bagaimana), hal ini tampak pada *lead* berita yang lugas dan langsung menjawab pokok-pokok informasi penting. Penulisannya juga menunjukkan ketepatan (*accuracy*) dalam penggunaan istilah teknis, konteks waktu, serta pengutipan sumber secara langsung dan kredibel sebagaimana ditekankan oleh teori Sumadiria (2016) bahwa kutipan langsung adalah bagian integral dari bahasa jurnalistik

References

- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putri, L. N., & Santoso, R. A. (2022). *Bahasa Jurnalistik di Era Digital: Analisis Naratif Berita Online*. Yogyakarta: Literasi Media Press.
- Raharjo, S. (2020). *Gaya Bahasa Jurnalistik: Teori dan Praktik Penulisan Berita di Media Massa*. Bandung: Pustaka Komunika.
- Reinard, J. (2018). *Human Interest Theory dalam Jurnalisme*. Jakarta: Gramedia Literasi.
- Sari, N. (2019). "Implementasi 5W+1H dalam Penulisan Berita." *Jurnal Dasar Jurnalistik*, 2(1), 30–45.
- Sumadiria, A. S. Haris. (2016). *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Menulis Berita dan Feature*. Cet. 5. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suryani, A. (2019). "Prinsip Ekonomi Kata dalam Bahasa Jurnalistik." *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 2(1), 33–50