

LOGIKA BERBAHASA SEBAGAI PENDETEKSI POLA PEMBERITAAN 'NONFAKTIF' PADA PENULISAN HEADLINE PORTAL BERITA ONLINE MOJOK.CO

Ernawati¹, Khusnul Khotimah²

^{1,2}Universitas Trunojoyo Madura

Email: werna5264@gmail.com¹, khusnulkhotimahutm@gmail.com²

Abstrak: Penelitian ini membahas bagaimana logika bahasa digunakan untuk mengungkap pola berita 'nonfaktif' dalam headline portal berita online Mojok.co. Dengan pendekatan kualitatif berbasis analisis linguistik, penelitian ini meneliti bagaimana struktur kalimat, pilihan kata, dan cara penyajian berita memengaruhi pemahaman pembaca terhadap suatu isu. Hasilnya menunjukkan bahwa Mojok.co mengusung gaya penyampaian berita yang santai, satir, dan humoris, sering kali mencampurkan fakta dan opini dalam satu headline. Teknik seperti hiperbola, ironi, dan framing digunakan untuk membangun narasi yang menarik, meskipun tidak selalu berbasis fakta yang objektif. Studi ini menyoroti pentingnya literasi media agar masyarakat lebih kritis dalam memahami informasi, terutama di era digital yang dipenuhi berita sensasional dan clickbait.

Kata Kunci: Logika Bahasa, Berita, Nonfaktif.

***Abstract:** This study explores how language logic helps identify 'nonactive' news patterns in the headlines of the online news portal Mojok.co. Using a qualitative approach with linguistic analysis, this research examines how sentence structure, word choice, and news framing influence readers' understanding of an issue. The findings reveal that Mojok.co adopts a casual, satirical, and humorous news style, often blending facts with opinions in a single headline. Techniques such as hyperbole, irony, and framing are used to create engaging narratives, though they may not always be entirely fact-based. This study emphasizes the importance of media literacy, enabling the public to critically evaluate information, especially in today's digital era filled with sensational and clickbait news.*

***Keywords:** Language Logic, News, Nonfactual.*

PENDAHULUAN

Dalam komunikasi sehari-hari, logika berbahasa memainkan peran penting dalam membedakan antara fakta dan opini. Fakta adalah pernyataan yang dapat diverifikasi

kebenarannya dengan bukti konkret, sementara opini lebih bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh pandangan atau perasaan individu. Dalam dunia jurnalistik, pemahaman akan perbedaan ini sangat krusial agar pembaca tidak terjebak dalam bias atau manipulasi informasi. Seperti yang dijelaskan oleh Keraf (2004), logika dalam bahasa membantu kita mengevaluasi validitas suatu pernyataan, baik melalui penalaran deduktif maupun induktif. Misalnya, pernyataan "Menurut data BPS 2023, jumlah penduduk Indonesia lebih dari 270 juta jiwa" adalah fakta karena memiliki sumber yang jelas dan dapat diverifikasi. Sebaliknya, pernyataan "Masyarakat Indonesia adalah yang paling ramah di dunia" bersifat opini, karena tidak memiliki standar objektif untuk mengukurnya. Tanpa pemahaman logika yang baik, seseorang bisa saja menganggap opini sebagai fakta, terutama di era digital yang penuh dengan judul sensasional dan berita clickbait. Oleh karena itu, meningkatkan literasi logika dalam berbahasa sangat penting agar masyarakat dapat berpikir lebih kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang bias atau menyesatkan.

Di era digital, persaingan antarportal berita semakin ketat, sehingga banyak media menggunakan strategi penulisan headline yang tidak sepenuhnya berbasis fakta atau 'nonfaktif' demi menarik perhatian pembaca. Headline semacam ini sering kali dibuat dengan bahasa yang sensasional, provokatif, atau bahkan ambigu agar lebih menggugah rasa ingin tahu. Kovach dan Rosenstiel (2001) menjelaskan bahwa dalam dunia jurnalistik, kebenaran bukan hanya sekadar penyampaian fakta mentah, tetapi juga bagaimana fakta dikontekstualisasikan dan dipahami oleh publik. Dalam konteks ini, Mojok.co menjadi salah satu contoh menarik karena memiliki gaya penyajian berita yang berbeda dari media arus utama. Portal ini dikenal dengan pendekatannya yang satir, menggabungkan humor, sarkasme, dan opini tajam dalam setiap artikel dan headlinenya. Misalnya, beberapa headline di Mojok.co menggunakan diksi yang santai tetapi memiliki makna mendalam, membuat pembaca harus memahami konteks lebih luas sebelum mengambil kesimpulan. Meskipun pendekatan ini memberikan warna baru dalam penyampaian informasi, ada risiko pembaca yang tidak terbiasa dengan gaya tersebut bisa salah menafsirkan satire sebagai fakta murni. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memahami

karakteristik media yang mereka konsumsi serta memiliki pemikiran kritis dalam menyaring informasi agar tidak mudah terpengaruh oleh narasi yang menyesatkan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana logika berbahasa dapat digunakan dalam mengidentifikasi pola pemberitaan ‘nonfaktif’ pada headline portal berita online, khususnya Mojok.co. Di era digital, di mana informasi tersebar begitu cepat, kemampuan untuk membedakan antara fakta dan opini menjadi sangat penting agar pembaca tidak mudah terpengaruh oleh berita yang bersifat bias atau manipulatif. Kovach dan Rosenstiel (2001) menekankan bahwa jurnalisme pada dasarnya adalah pencarian kebenaran, namun dalam praktiknya, penyampaian berita sering kali dipengaruhi oleh cara media membingkai suatu peristiwa.

Mojok.co menjadi objek penelitian yang menarik karena portal ini memiliki gaya penyampaian berita yang berbeda dari media arus utama. Dengan pendekatan yang satir dan penuh humor, Mojok.co kerap menggunakan permainan kata dan ironi dalam menulis headline. Penelitian ini ingin melihat bagaimana struktur kalimat, pilihan kata, serta gaya penulisan dalam headline dapat membentuk persepsi pembaca terhadap suatu isu. Menurut Eriyanto (2011), cara media membingkai berita dapat memengaruhi cara pembaca memahami dan menginterpretasikan informasi yang mereka terima. Selain itu, penelitian ini juga akan menelusuri bagaimana teknik penulisan di media online dirancang untuk menarik perhatian pembaca, bahkan jika informasi yang disampaikan tidak sepenuhnya berbasis fakta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai pentingnya literasi media, sehingga masyarakat dapat lebih kritis dalam menyaring berita yang mereka konsumsi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua aspek utama, yaitu meningkatkan literasi media dan memperdalam analisis bahasa dalam dunia jurnalistik. Dari sisi literasi media, penelitian ini membantu pembaca lebih memahami bagaimana bahasa digunakan untuk membingkai berita, terutama dalam media yang mengusung gaya satir seperti Mojok.co. Dengan mengenali pola pemberitaan ‘nonfaktif’, pembaca bisa lebih kritis dalam menyaring informasi serta lebih sadar akan adanya bias atau penyampaian berita yang tidak sepenuhnya berbasis fakta. Kovach dan Rosenstiel (2001)

yang menekankan bahwa masyarakat perlu memiliki pemahaman kritis terhadap media agar dapat membedakan antara fakta dan opini dalam pemberitaan.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi pada bidang kajian linguistik dan jurnalistik, khususnya dalam analisis penggunaan bahasa dalam media online. Dengan menggunakan pendekatan logika berbahasa, penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi bagaimana struktur kalimat, pilihan kata, serta teknik framing dalam headline dapat memengaruhi pemahaman dan interpretasi pembaca. Seperti yang dijelaskan oleh Eriyanto (2011), framing dalam media tidak hanya memengaruhi cara suatu isu dikemas, tetapi juga membentuk sudut pandang publik terhadap informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi, jurnalis, dan praktisi media dalam memahami serta mengembangkan teknik penulisan berita yang lebih transparan dan berimbang. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan masyarakat semakin cermat dalam membaca dan menafsirkan berita, sehingga tidak mudah terjebak dalam informasi yang menyesatkan. Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi pijakan bagi riset selanjutnya yang ingin mengeksplorasi hubungan antara penggunaan bahasa dalam media dan dampaknya terhadap pemahaman publik mengenai suatu isu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis bagaimana logika berbahasa berperan dalam pembentukan headline berita di portal Mojok.co, khususnya dalam mendeteksi pola pemberitaan yang bersifat ‘nonfaktif’. Metode ini dipilih karena pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna yang terkandung dalam teks serta bagaimana struktur bahasa digunakan untuk membentuk persepsi pembaca (Creswell, 2014). Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan linguistik, yang berfokus pada bagaimana headline disusun, termasuk struktur kalimat, pilihan kata, serta teknik penyajian informasi yang digunakan untuk menarik perhatian pembaca. Logika bahasa menjadi alat utama dalam melihat apakah suatu headline lebih bersifat informatif dan faktual atau justru mengandung unsur opini melalui penggunaan satire, hiperbola, atau ironi.

Data dalam penelitian ini berupa kumpulan headline dari portal berita Mojok.co yang dikumpulkan dalam rentang waktu tertentu. Pemilihan headline dilakukan berdasarkan relevansinya dengan fenomena pemberitaan ‘nonfaktif’, yakni berita yang tidak sepenuhnya berbasis fakta tetapi tetap dikemas seperti berita faktual. Headline yang mengandung unsur permainan kata, ironi, atau satire akan menjadi fokus analisis karena karakteristik inilah yang membuat Mojok.co berbeda dari media berita konvensional. Kovach dan Rosenstiel (2001) menyatakan bahwa media memiliki kecenderungan untuk membingkai suatu informasi dengan cara tertentu agar menarik perhatian pembaca, yang dalam konteks Mojok.co dilakukan melalui pendekatan kreatif dalam penulisan headline. Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis struktural kalimat, yang bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana elemen linguistik membentuk makna dalam headline. Selain itu, teknik analisis juga mencakup identifikasi pola penyajian informasi dan unsur nonfaktif, guna memahami bagaimana Mojok.co membangun narasi berita yang menarik tetapi tetap mengandung elemen subjektivitas. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai bagaimana bahasa berperan dalam membentuk opini publik serta bagaimana pembaca dapat lebih kritis dalam memahami berita yang disajikan di media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Headline 1

"Bus Juragan 99 Private Sleeper Class dari Malang ke Jogja Membuat Saya Lupa Diri Sedang Naik Kendaraan Roda Empat"

struktur Bahasa dan Logika dalam Headline

Judul ini mengandung dua bagian utama yang membangun makna secara keseluruhan. Bagian pertama, "Bus Juragan 99 Private Sleeper Class dari Malang ke Jogja", memberikan informasi jelas tentang layanan bus yang sedang dibahas. Sementara itu, bagian kedua, "Membuat Saya Lupa Diri Sedang Naik Kendaraan Roda Empat", menyampaikan kesan pribadi penulis terhadap pengalaman naik bus tersebut.

Jika dianalisis dari segi logika bahasa, klausa kedua bersifat subjektif dan memiliki unsur hiperbola. Mengatakan bahwa seseorang "lupa diri" saat berada di bus sleeper class

mengandung makna berlebihan yang bertujuan untuk membangun daya tarik emosional pembaca. Dalam realitasnya, penumpang tentu tetap sadar bahwa mereka berada dalam sebuah kendaraan roda empat. Dengan kata lain, headline ini menyusun fakta (informasi tentang bus) dan opini (pengalaman pribadi penulis) dalam satu kalimat yang tampak seolah memiliki hubungan sebab-akibat yang kuat, meskipun pada kenyataannya tidak selalu demikian.

Unsur ‘Nonfaktif’ dalam Headline

Dalam dunia jurnalistik, membedakan antara fakta dan opini adalah prinsip penting (Kovach & Rosenstiel, 2001). Pada headline ini, bagian pertama merupakan fakta karena menyebutkan informasi konkret, seperti nama bus dan rutenya. Namun, bagian kedua lebih bersifat nonfaktif, karena mengandung opini pribadi yang tidak bisa diukur secara objektif. Menurut Eriyanto (2011), media sering menggunakan teknik framing untuk memengaruhi persepsi pembaca terhadap suatu peristiwa. Dalam kasus ini, pemilihan kata yang hiperbolis menciptakan ekspektasi bahwa pengalaman naik bus sleeper class ini luar biasa nyaman hingga membuat penumpangnya lupa sedang berada di dalam kendaraan biasa. Teknik semacam ini umum digunakan dalam media yang mengusung gaya naratif dan humor seperti Mojok.co, karena dapat menarik minat pembaca dengan sentuhan personal dan emosional.

Gaya Penyajian dan Tujuan Headline

Portal berita Mojok.co dikenal dengan pendekatan santai, satir, dan hiperbolis dalam penulisannya. Headline ini mencerminkan strategi tersebut dengan memasukkan unsur dramatisasi dan personalisasi pengalaman. Menurut Sugihartati (2020), media digital saat ini cenderung menggunakan pendekatan yang lebih dekat dengan pembaca untuk meningkatkan keterlibatan mereka dengan isi berita. Penggunaan frasa "lupa diri" adalah bentuk penguatan pengalaman personal, yang membuat pembaca merasa lebih tertarik untuk mengetahui cerita di balik headline tersebut. Tanpa perlu menyajikan data konkret, gaya bahasa seperti ini dapat membentuk persepsi bahwa bus sleeper class memiliki kenyamanan luar biasa, meskipun pengalaman yang dirasakan bisa berbeda bagi setiap orang.

Headline 2

"Sulitnya Jadi Mahasiswa Jurusan Teknik, Susah Dapatkan Nilai Bagus hingga Kepercayaan di Hati Cewek"

Struktur Bahasa dan Logika dalam Headline

Judul ini terdiri dari dua bagian utama yang dihubungkan oleh kata "hingga", yang seolah menunjukkan keterkaitan antara dua tantangan yang dialami mahasiswa teknik: kesulitan akademik dan permasalahan dalam percintaan. Secara logis, dua hal ini sebenarnya tidak memiliki hubungan sebab-akibat yang pasti, tetapi dalam headline ini disusun seakan-akan ada kaitan langsung antara keduanya.

Dalam analisis logika bahasa, penggunaan teknik asosiatif dan hiperbola terlihat jelas. Frasa "Susah Dapatkan Nilai Bagus" merupakan pernyataan yang berbasis fakta karena jurusan teknik memang dikenal memiliki tingkat kesulitan akademik yang tinggi. Namun, klausa kedua, "hingga Kepercayaan di Hati Cewek", lebih bersifat subjektif dan tidak memiliki hubungan kausal yang jelas dengan tantangan akademik yang disebutkan sebelumnya. Dengan menyusun dua gagasan yang sebenarnya tidak berhubungan secara langsung, headline ini menciptakan kesan bahwa perjuangan akademik mahasiswa teknik berdampak langsung pada kehidupan sosial dan percintaan mereka.

Unsur 'Nonfaktif' dalam Headline

Menurut Kovach dan Rosenstiel (2001), prinsip utama dalam jurnalistik adalah menyampaikan informasi secara transparan dan akurat. Dalam hal ini, headline "Sulitnya Jadi Mahasiswa Jurusan Teknik, Susah Dapatkan Nilai Bagus hingga Kepercayaan di Hati Cewek" mengandung unsur nonfaktif, karena menggeneralisasi pengalaman mahasiswa teknik seolah-olah semua mengalami hal yang sama. Kenyataannya, tidak semua mahasiswa teknik mengalami kesulitan dalam kehidupan percintaan, tetapi headline ini memperkuat stereotip tertentu yang mungkin tidak sepenuhnya benar. Seperti yang dijelaskan oleh Eriyanto (2011) dalam analisis framing media, cara penyusunan headline dapat membentuk persepsi awal pembaca sebelum mereka membaca isi berita. Dalam konteks ini, pembaca bisa langsung berasumsi bahwa mahasiswa teknik memang menghadapi tekanan akademik yang berat dan itu berdampak negatif pada kehidupan

sosial mereka. Padahal, pengalaman setiap individu tentu berbeda-beda dan tidak bisa digeneralisasi.

Gaya Penyajian dan Tujuan Headline

Sebagai media yang dikenal dengan pendekatan satir dan humor, Mojok.co sering menyusun headline yang terdengar dramatik dan menghibur. Artikel dengan judul seperti ini bertujuan untuk menarik perhatian pembaca, baik yang memiliki pengalaman serupa maupun yang hanya ingin membaca konten ringan dengan sentuhan humor. Selain itu, penggunaan teknik framing seperti ini memungkinkan media untuk menarik minat audiens tanpa harus langsung menyajikan data konkret sejak awal. Pendekatan ini lebih mengutamakan keterlibatan emosional pembaca, sehingga mereka tertarik untuk mengetahui isi artikel lebih lanjut.

Headline 3

"Sulitnya Jadi Mahasiswa Jurusan Teknik, Susah Dapatkan Nilai Bagus hingga Kepercayaan di Hati Cewek"

Struktur Bahasa dan Logika dalam Headline

Judul berita ini dibangun dengan dua klausa utama yang dihubungkan oleh kata "hingga". Penggunaan kata ini menciptakan kesan bahwa ada keterkaitan antara dua aspek yang disebutkan, yaitu tantangan akademik mahasiswa teknik dan kehidupan sosial mereka, khususnya dalam hal kepercayaan dari lawan jenis. Padahal, secara logis, kedua aspek ini tidak selalu memiliki hubungan sebab-akibat yang langsung.

Dari sudut pandang penggunaan bahasa, headline ini menerapkan teknik asosiatif dan hiperbola. Bagian "Susah Dapatkan Nilai Bagus" adalah fakta yang cukup bisa diterima karena jurusan teknik memang dikenal dengan kurikulum yang berat dan penuh tantangan. Namun, klausa berikutnya, "hingga Kepercayaan di Hati Cewek", lebih bersifat subjektif dan tidak dapat digeneralisasi untuk semua mahasiswa teknik. Dengan menyusun kalimat seperti ini, headline memberikan kesan bahwa kesulitan akademik juga mempengaruhi kehidupan sosial mahasiswa teknik, meskipun hal ini belum tentu berlaku bagi semua individu.

Unsur ‘Nonfaktif’ dalam Headline

Dalam dunia jurnalistik, penyajian berita yang baik seharusnya berbasis pada fakta yang akurat dan tidak membentuk persepsi yang menyesatkan (Tuchman, 1978). Dalam kasus headline ini, terdapat unsur nonfaktif, karena generalisasi yang dilakukan tidak selalu mencerminkan kenyataan. Tidak semua mahasiswa teknik mengalami kesulitan dalam menjalin hubungan sosial hanya karena beban akademik mereka. Menurut Entman (1993), konsep framing media sering digunakan untuk membentuk sudut pandang tertentu di benak pembaca. Pada headline ini, pembaca bisa langsung berasumsi bahwa mahasiswa teknik memiliki kehidupan akademik yang sulit dan dampaknya meluas hingga ke ranah percintaan. Padahal, pengalaman setiap mahasiswa bisa berbeda-beda, tergantung pada banyak faktor lain di luar akademik.

Gaya Penyajian dan Tujuan Headline

Mojok.co dikenal dengan pendekatan penyampaian berita yang santai, satir, dan menghibur. Headline seperti ini disusun dengan gaya dramatik dan humoris, yang bertujuan untuk menarik perhatian pembaca. Penggunaan diksi yang unik dan hiperbola membantu membangun keterlibatan emosional dengan audiens, khususnya mereka yang pernah mengalami kesulitan serupa dalam kehidupan akademik dan sosial. Dalam dunia jurnalistik digital, menarik perhatian pembaca sangat penting agar artikel mendapat lebih banyak pembaca. Oleh karena itu, headline semacam ini sering kali tidak bertujuan untuk langsung menyampaikan fakta konkret, melainkan menggiring rasa ingin tahu pembaca untuk membaca isi artikel lebih lanjut.

Headline 4

"Komitmen Pertamina Jawa Tengah-DIY untuk Kesejahteraan Masyarakat yang Berbuah Baik"

Struktur Bahasa dan Logika dalam Headline

Judul berita ini menampilkan klausa utama "Komitmen Pertamina Jawa Tengah-DIY untuk Kesejahteraan Masyarakat", yang menggambarkan bahwa perusahaan memiliki tekad untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut. Klausa

berikutnya, "yang Berbuah Baik", memperkuat kesan bahwa upaya tersebut telah menghasilkan dampak positif.

Dari perspektif logika bahasa, headline ini menggunakan hubungan sebab-akibat implisit, di mana pembaca diarahkan untuk berasumsi bahwa komitmen yang disebutkan benar-benar memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Namun, hubungan ini tidak dijelaskan secara mendetail dalam headline, sehingga tidak ada informasi konkret mengenai bentuk kesejahteraan yang dimaksud atau bagaimana dampak positif itu diukur. Seperti yang dijelaskan oleh Keraf (2001), dalam penyampaian informasi, hubungan antara proposisi harus jelas agar tidak menimbulkan interpretasi yang bias atau ambigu.

Unsur 'Nonfaktif' dalam Headline

Headline ini mengandung unsur nonfaktif, karena meskipun terdengar positif, informasi yang disajikan belum tentu berbasis fakta konkret. Pemilihan kata "berbuah baik" bersifat subjektif dan dapat menggiring pembaca untuk mengasumsikan bahwa hasil dari komitmen Pertamina benar-benar positif tanpa mengetahui apakah ada aspek yang masih menjadi tantangan.

Dalam analisis framing media, seperti yang dijelaskan oleh Eriyanto (2011), bahasa yang digunakan dalam pemberitaan dapat membentuk cara pandang audiens terhadap suatu isu. Pemilihan kata yang bersifat afirmatif dalam headline ini bertujuan untuk membangun kesan bahwa Pertamina telah sukses dalam upayanya tanpa memberikan informasi mendalam mengenai indikator kesuksesan tersebut. Selain itu, penggunaan kata "komitmen" menciptakan persepsi bahwa upaya yang dilakukan bersifat berkelanjutan dan menyeluruh, padahal dalam praktiknya bisa jadi hanya terbatas pada program tertentu yang masih dalam tahap awal. Menurut Sudaryat (2009), dalam komunikasi jurnalistik, kata-kata dengan konotasi positif sering kali digunakan untuk membentuk citra tertentu terhadap suatu entitas, baik individu, kelompok, maupun perusahaan. Dalam konteks ini, headline tersebut tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga berfungsi sebagai alat persuasif untuk membangun opini publik.

Gaya Penyajian dan Tujuan Headline

Dalam dunia jurnalistik, penyusunan headline seperti ini bukan sekadar untuk menyampaikan fakta, tetapi juga untuk menarik perhatian pembaca dan membangun citra perusahaan. Penggunaan bahasa yang bersifat afirmatif dan persuasif bertujuan untuk menciptakan impresi positif terhadap peran Pertamina di masyarakat (Khotimah & Khotimah, 2024) menjelaskan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat yang dapat mempengaruhi cara berpikir audiens. Dalam kasus ini, headline menyajikan informasi dengan sudut pandang yang menguntungkan Pertamina, namun tanpa memberikan detail lebih lanjut mengenai bentuk kesejahteraan yang dimaksud atau tantangan yang mungkin dihadapi dalam realisasinya.

Headline 5

"Perang Sarung Kini Jadi Tindakan Kriminal, Apa Sih yang Sebenarnya Para Remaja Ini Perlukan? "

Struktur Bahasa dan Logika dalam Headline

Judul berita ini terdiri dari dua bagian yang saling berhubungan. Bagian pertama, "Perang Sarung Kini Jadi Tindakan Kriminal", menginformasikan bahwa fenomena perang sarung yang selama ini dianggap sebagai tradisi atau permainan kini dikategorikan sebagai tindakan melanggar hukum. Sementara itu, bagian kedua, "Apa Sih yang Sebenarnya Para Remaja Ini Perlukan?", berbentuk pertanyaan yang mengajak pembaca untuk mempertimbangkan perspektif lain terkait tindakan para remaja tersebut.

Dari sudut pandang logika bahasa, headline ini memanfaatkan kontras antara fakta dan pertanyaan retorik. Kalimat pertama memberikan informasi yang tegas bahwa perang sarung sudah masuk dalam ranah kriminalitas. Namun, pertanyaan di akhir judul memberi kesan bahwa ada aspek lain yang perlu diperhatikan sebelum memberikan label negatif terhadap tindakan ini. Menurut Leech (1983), dalam komunikasi, pertanyaan tidak selalu berfungsi untuk mencari jawaban, tetapi juga bisa digunakan sebagai cara untuk mengarahkan pembaca ke dalam suatu pemikiran tertentu.

Unsur ‘Nonfaktif’ dalam Headline

Meskipun headline ini membahas fenomena nyata, ada unsur nonfaktif dalam penyajiannya. Penggunaan frasa "*Kini Jadi Tindakan Kriminal*" bisa memberikan kesan bahwa semua perang sarung tanpa pengecualian kini dianggap sebagai pelanggaran hukum. Padahal, belum tentu setiap insiden perang sarung berujung pada tindakan kriminal, tergantung pada konteksnya, seperti apakah terjadi kekerasan atau hanya sebatas permainan tradisional. Seperti yang dijelaskan oleh van Dijk (Mukhlis dkk., 2020) media sering menggunakan bahasa yang dapat menggiring opini dengan menonjolkan aspek tertentu dalam pemberitaan. Selain itu, pertanyaan "*Apa Sih yang Sebenarnya Para Remaja Ini Perlukan?*" bersifat spekulatif karena tidak memberikan informasi konkret dalam judul itu sendiri. Dalam analisis wacana kritis, Fairclough (1995) menjelaskan bahwa pertanyaan dalam teks berita sering digunakan bukan hanya untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk membentuk sudut pandang tertentu dalam benak pembaca.

Gaya Penyajian dan Tujuan Headline

Penyusunan headline ini menggunakan strategi kontras dan pertanyaan retorik untuk menarik perhatian pembaca. Dengan menyandingkan antara kriminalisasi perang sarung dan kebutuhan remaja, judul ini menimbulkan rasa ingin tahu sekaligus mengundang pembaca untuk mempertanyakan apakah langkah kriminalisasi ini adalah pendekatan yang tepat. Dalam kajian pragmatik, Yule (1996) menjelaskan bahwa bahasa memiliki makna implisit yang tidak selalu tersurat dalam kalimat. Dalam konteks headline ini, pertanyaan yang diajukan menyiratkan bahwa ada kemungkinan penyebab lain di balik fenomena perang sarung yang perlu diperhatikan selain sekadar mengategorikannya sebagai tindakan kriminal.

Strategi penggunaan pertanyaan dalam headline sering digunakan oleh media untuk mendorong keterlibatan pembaca. Fowler (1991) menjelaskan bahwa pemilihan kata dalam berita tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mencerminkan sudut pandang media dalam mengangkat suatu isu. Dalam kasus ini, pertanyaan di akhir judul mengundang pembaca untuk mempertimbangkan faktor sosial yang mungkin

melatarbelakangi fenomena ini, seperti kebutuhan akan ruang bermain yang aman atau aktivitas yang lebih positif bagi para remaja.

KESIMPULAN

Dari analisis berbagai headline yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa logika bahasa memiliki peran yang signifikan dalam memahami bagaimana berita disusun dan disajikan kepada pembaca. Headline dalam media online tidak hanya berfungsi sebagai ringkasan isi berita, tetapi juga sebagai alat untuk menarik perhatian dengan menggunakan gaya bahasa tertentu, seperti hiperbola, framing, dan pertanyaan retorik. Teknik-teknik ini sering kali membentuk persepsi publik terhadap suatu isu, meskipun informasi yang disampaikan tidak selalu berdasarkan fakta yang sepenuhnya objektif. Dalam beberapa kasus, unsur nonfaktif dalam headline terlihat ketika dua ide yang sebenarnya tidak memiliki hubungan kausal yang jelas disusun secara berurutan, sehingga menciptakan kesan keterkaitan di antara keduanya. Hal ini bisa menyebabkan pemahaman yang bias atau bahkan menyesatkan pembaca. Pada media satir seperti Mojok.co, penggunaan bahasa yang kreatif, humor, dan permainan kata semakin memperjelas bagaimana struktur bahasa dapat memengaruhi interpretasi audiens terhadap suatu informasi.

Lebih jauh, pendekatan linguistik dalam menelaah headline menunjukkan bahwa media bukan sekadar penyampai berita, tetapi juga membentuk opini publik melalui pemilihan kata dan struktur kalimatnya. Seperti yang dikemukakan oleh Fairclough (1995) dalam analisis wacana kritis dan Leech (1983) dalam kajian pragmatik, cara penyajian berita dalam media tidaklah netral. Setiap kata yang digunakan memiliki pengaruh tertentu terhadap bagaimana suatu informasi dipahami oleh pembaca. Oleh sebab itu, penting bagi masyarakat untuk mengembangkan pola pikir kritis dalam menyikapi berita, terutama dalam menghadapi headline yang cenderung bersifat sugestif atau spekulatif. Dengan memahami bagaimana logika bahasa digunakan dalam jurnalistik, kita dapat lebih bijak dalam mengonsumsi informasi dan mampu membedakan antara fakta yang didukung oleh data dengan opini atau interpretasi subjektif. Kesadaran ini sangat penting, terutama di era digital saat ini, di mana informasi menyebar dengan sangat cepat dan dapat memengaruhi sudut pandang masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Blackwell.
- Creath, Richard. (2015) *The logical and the analytic*. Springer Science+Business Media Dordrecht. USA: Arizona State University
- Entman, R. M. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Edward Arnold.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Routledge.
- Karomani. 2012. *Logika*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Keraf, G. (2001). *Argumentasi dan Narasi*. Gramedia.
- Khotimah, K., & Khotimah, K. (2024). Wacana Kritis Norman Fairclough Berita Media Massa Daring: Jepang Buang Limbah Nuklir. *Prasasti: Journal Of Linguistics*, 9(1), 46-60.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*. Longman.
- Moleong, Lexy. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Mukhlis, M., Masjid, A. A., Widyaningrum, H. K., Komariah, K., & Sumarlam, S. (2020). Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk pada Surat Kabar Online dengan Tajuk Kilas Balik Pembelajaran Jarak Jauh Akibat Pandemi Covid-19. *GERAM*, 8(2), 73–85. [https://doi.org/10.25299/geram.2020.vol8\(2\).5867](https://doi.org/10.25299/geram.2020.vol8(2).5867)
- Saswoko, Tri Adi. 2007. *Inilah Bahasa Indonesia Jurnalistik*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Remaja Rosdakarya.
- Sudaryat, Y. (2009). *Logika Bahasa*. CV Yrama Widya.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Free Press.

- Szymanik, Jakub dan Verbrugge, Rineke. (2014) *Logic and Cognition: Special Issue of Best Papers of the ESSLLI 2012 Workshop*. Springer Science+Business Media Dordrecht .Amsterdam: University of Groningen.
- van Dijk, T.A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. Sage.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press.
- Yule, George. (2006). *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar