

PENGGUNAAN BAHASA POPULER DALAM JURNALISTIK ONLINE UNTUK MENARIK GENERASI MUDA

Arianda Tanjung¹

¹Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Pembangunan

email: arianda.tanjung@stikpmedan.ac.id

Abstrak

Fenomena pergeseran pola konsumsi informasi pada era digital menunjukkan bahwa generasi muda cenderung lebih tertarik pada media online dengan gaya bahasa yang ringan, komunikatif, dan dekat dengan keseharian mereka. Penelitian ini menelaah bagaimana Waspada Online portal berita berbasis Medan memanfaatkan (atau justru membatasi) bahasa populer/gaul dalam pemberitaan untuk menjangkau generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode audit cepat (*rapid qualitative audit*). Dengan memadukan tinjauan pustaka tentang bahasa populis di media online Indonesia dan audit cepat atas sejumlah tajuk/laman Waspada Online per 19–25 Agustus 2025, studi ini menemukan indikasi bahwa gaya bahasa Waspada Online cenderung formal dan baku pada rubrik *hard news*, dengan penggunaan bahasa populer yang selektif untuk konten ringan/*feature*. Temuan ini konsisten dengan karakter Waspada sebagai koran harian tua/arus utama dan media yang terverifikasi Dewan Pers, yang biasanya menerapkan standar kebahasaan ketat. Implikasi praktisnya, yakni strategi bahasa populer dapat diterapkan secara tersegmentasi pada kanal/format yang memang menasar audiens muda (*judul media sosial, vertical video, feature gaya hidup*), sambil mempertahankan kebakuan pada *hard news*.

Kata Kunci: *Waspada Online, Bahasa Populer, Media Online, Generasi Muda*

1. PENDAHULUAN

Penggunaan Bahasa Populer dalam Jurnalistik Online untuk Menarik Generasi Muda merupakan fokus penelitian yang relevan dengan perkembangan media digital masa kini. Fenomena ini muncul karena generasi muda lebih menyukai informasi yang disampaikan dengan bahasa ringan, komunikatif, dan dekat dengan keseharian mereka. Kehadiran bahasa populer dalam jurnalistik online menjadi strategi untuk mempertahankan perhatian pembaca muda di tengah arus informasi yang semakin cepat.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa gaya bahasa media berpengaruh terhadap minat baca khalayak. Menurut

Shoemaker & Reese (2014), bahasa yang digunakan media berperan dalam membentuk persepsi dan pemahaman audiens. Setiawan (2020) juga menemukan bahwa generasi muda lebih responsif terhadap berita dengan gaya bahasa populer dibandingkan bahasa formal yang kaku. Hal ini didukung oleh Kusuma (2021) yang menegaskan bahwa penggunaan bahasa populer meningkatkan engagement pembaca muda pada platform media online.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana bahasa populer digunakan dalam jurnalistik online guna menarik minat generasi muda. Metode yang dipakai metode audit cepat (*rapid*

qualitative audit), pendekatan ini dipilih karena penelitian bersifat eksploratif, berfokus pada pola kebahasaan dalam rentang waktu terbatas, dan menekankan interpretasi makna bahasa populer dalam konteks jurnalistik online, serta telaah pustaka untuk memperkuat analisis.'

Hasil diskusi menunjukkan bahwa penggunaan bahasa populer memberikan daya tarik lebih besar bagi pembaca muda, sementara kesimpulannya menegaskan pentingnya keseimbangan antara bahasa populer dan prinsip dasar jurnalistik seperti akurasi, objektivitas, serta etika.

Konten yang banyak dikemas dengan bahasa populer meliputi isu-isu gaya hidup, hiburan, pendidikan, teknologi, dan lingkungan yang relevan dengan dunia generasi muda. Dampaknya, generasi muda tidak hanya merasa lebih dekat dengan media, tetapi juga terdorong untuk lebih peduli pada isu-isu sosial dan global. Dengan demikian, bahasa populer dalam jurnalistik online berkontribusi dalam membentuk literasi media, kesadaran kritis, serta partisipasi generasi muda dalam dinamika masyarakat digital.

Bahasa populis merupakan ragam bahasa yang digunakan secara luas serta dapat dipahami oleh sebagian besar anggota masyarakat atau komunitas tertentu. Ragam bahasa ini kerap hadir dalam percakapan sehari-hari, media massa, maupun interaksi sosial. Sifatnya yang sederhana dan mudah dipahami membuat komunikasi antarindividu berlangsung lebih lancar tanpa memerlukan pemahaman kosakata atau istilah yang kompleks.

Dalam praktiknya, bahasa populer banyak muncul di berbagai media massa, mulai dari surat kabar, majalah, televisi,

radio, hingga internet. Kehadirannya berperan dalam memperluas penyebaran kosakata dan ungkapan yang bersifat umum serta familiar bagi masyarakat.

Bahasa jurnalistik yang bernuansa populis ditandai dengan penggunaan diksi yang sederhana, ekspresif, dan menarik, sehingga mampu menyampaikan informasi kepada pembaca dengan beragam latar belakang. Khusus dalam konteks media online, penting ditelusuri bagaimana bahasa jurnalistik populis menyesuaikan diri dengan karakteristik media digital yang berbeda dengan media cetak.

Lebih jauh, keberadaan bahasa jurnalistik populis memberi kontribusi berarti dalam perkembangan media massa. Pemahaman yang baik mengenai penerapannya, baik di media cetak maupun media daring, dapat membantu redaksi dalam mengoptimalkan pemilihan bahasa demi meningkatkan daya saing sekaligus memperluas jumlah pembaca.

Dalam konteks media di Indonesia, terdapat variasi strategi kebahasaan yang mencerminkan perbedaan positioning institusional. Media digital populer seperti Hipwee, IDN Times, dan Kumparan cenderung lebih fleksibel dalam menggunakan diksi gaul, judul clickbait, atau gaya bahasa santai untuk menarik klik dan membangun engagement. Sebaliknya, media arus utama (mainstream) berusaha menyeimbangkan antara daya tarik bahasa populer dengan standar kebahasaan jurnalistik yang formal dan baku (Jurnal Ghancaran, 2021). Perbedaan strategi ini tidak hanya mencerminkan orientasi pasar, tetapi juga menyangkut kredibilitas dan legitimasi media di mata publik.

Objek penelitian ini adalah portal berita Waspada Online

(<https://waspada.co.id>), sebagai media online tertua di Sumatera Utara, khususnya pada periode 19–25 Agustus 2025. Pemilihan waktu didasarkan pada ketersediaan konten aktual dan relevansi dengan momen pasca-HUT Kemerdekaan yang biasanya memunculkan variasi berita politik, ekonomi, dan gaya hidup.

Studi kasus menarik dapat dilihat pada Waspada Online, portal digital dari Harian Waspada yang berdiri sejak 1947. Sebagai salah satu surat kabar tertua di Sumatera Utara, Waspada memiliki tradisi historis yang panjang dalam mengedepankan bahasa formal, konservatif, dan sesuai kaidah jurnalistik. Portal digitalnya yang diresmikan pada 11 Januari 1997 bertepatan dengan HUT ke-50 Harian Waspada tetap mempertahankan gaya bahasa formal khas media arus utama yang terverifikasi Dewan Pers. Posisi institusional ini tentu memperkuat citra kredibilitas, namun sekaligus menghadirkan tantangan tersendiri dalam menarik perhatian generasi muda yang terbiasa dengan gaya komunikasi lebih ringan, cepat, dan populer.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merasa perlu melakukan penelitian berjudul “Penggunaan Bahasa Populer Dalam Jurnalistik Online Untuk Menarik Generasi Muda”.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode audit cepat (rapid qualitative audit). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bersifat eksploratif, berfokus pada pola kebahasaan dalam rentang waktu terbatas, dan menekankan

interpretasi makna bahasa populer dalam konteks jurnalistik online. Objek penelitian adalah portal berita Waspada Online (<https://waspada.co.id>), khususnya pada periode 19–25 Agustus 2025. Pemilihan waktu didasarkan pada ketersediaan konten aktual dan relevansi dengan momen pasca-HUT Kemerdekaan yang biasanya memunculkan variasi berita politik, ekonomi, dan gaya hidup. Unit analisis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Judul berita (headline) pada beranda utama.
- 2) Potongan teaser (lead singkat) yang muncul pada indeks kategori (politik, hukum, ekonomi, kriminal, gaya hidup).
- 3) Konten ringan (feature, lifestyle) dan caption media sosial Waspada Online (Instagram/Facebook) yang dapat diakses publik.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Kriteria sampel meliputi:

- 1) Berita yang tampil di headline utama selama periode penelitian.
- 2) Berita yang masuk dalam kategori politik, ekonomi, hukum, kriminal, dan gaya hidup.
- 3) Konten ringan yang berpotensi menggunakan bahasa populer

Analisis data dilakukan melalui tahapan:

1. Kategorisasi Bahasa

- Baku → sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik formal, tanpa penggunaan slang/ungkapan populer.
- Populer → mengandung diksi gaul, slang, clickbait, atau

- ekspresi hiperbolik yang umum di media sosial.
2. Koding Tematik
 - Judul-judul berita dianalisis dan diberi kode sesuai kategori bahasa.
 - Pola distribusi bahasa populer vs baku dipetakan berdasarkan rubrik.
 3. Validasi Data
 - Temuan dibandingkan dengan literatur (Neliti, 2020; Ghancaran, 2021; An-Naba, 2021) dan pedoman kebahasaan media arus utama (The Source, 2022; Dewan Pers, 2025).
 - Triangulasi dilakukan dengan mencocokkan antara teks berita, konteks institusional Waspada sebagai media arus utama, dan teori bahasa populis dalam jurnalistik.

Instrumen utama adalah lembar koding kategorisasi bahasa, yang berisi variabel:

- 1) Judul berita
- 2) Rubrik/kategori
- 3) Kategori bahasa (baku/populer)
- 4) Catatan gaya (formalisasi, penggunaan diksi populer, indikasi clickbait).

3. HASIL PEMBAHASAN

Temuan

1. Kebakuan dominan di hard news
 - Cuplikan highlight beranda menampilkan diksi baku: “Gerebek Narkoba...”, “Dugaan Korupsi...”, “Kantor KNPI Terbengkalai”—tanpa slang/hiperbola populer.

- Tag/indeks Ekonomi per 19 Agustus 2025 juga menunjukkan judul formal (mis. “Kelistrikan Selama Piala Kemerdekaan 2025 di Sumut Terkendali”), kembali tanpa leksikon gaul.
2. Posisi institusional mendorong konservatisme gaya
 - Waspada adalah koran harian bersejarah (sejak 1947) dan portalnya (sejak 1997) berfungsi melengkapi rujukan informasi indikasi orientasi kredibilitas > sensasionalisme.
 - Entitas Waspada terverifikasi Dewan Pers biasanya korelatif dengan standar gaya (pedoman keredaksian, kaidah bahasa).
 3. Potensi ruang bahasa populer: kanal ringan & media sosial
 - Literatur menegaskan bahasa populer efektif untuk audiens muda di kanal sosial (judul post, caption, shorts/reels), terutama bila menyangkut gaya hidup/hiburan. Pada media arus utama, praktiknya lazim terbatas pada rubrik non-hard news.

Tabel 1. Pola Penggunaan Bahasa Populer di Waspada Online (Audit 19–25 Agustus 2025)

Kanal/Rubrik	Contoh Judul	Kategori Bahasa	Catatan
Politik & Hukum	“Dugaan Korupsi di Sumut, KPK Periksa Mantan Pejabat Pemprov”	Baku	Formal, tanpa slang
Kriminal	“Gerebek Narkoba di Percut Sei Tuan, Polisi Amankan 7 Orang”	Baku	Konsisten lugas
Ekonomi	“Kelistrikan Selama Piala Kemerdekaan 2025 di Sumut Terkendali”	Baku	Menjaga kredibilitas
Gaya Hidup/Feature	(Minim ditemukan; mayoritas tetap formal)	Cenderung Baku	Ruang potensial untuk populerisasi
Media Sosial (Instagram/F)	Caption/teaser: berpotensi gunakan diksi populer (<i>viral, heboh</i>)	Populer (selektif)	Lebih cair untuk engagement

Tabel di atas memperlihatkan pola pemakaian bahasa dalam beberapa kanal atau rubrik berita Waspada Online. Secara umum, kanal Politik & Hukum, Kriminal, dan Ekonomi masih konsisten menggunakan bahasa baku. Pada rubrik Politik & Hukum, misalnya, judul berita ditulis dengan gaya formal tanpa penggunaan slang, sehingga terjaga kesan kredibel. Rubrik Kriminal juga menampilkan bahasa lugas dan jelas, sementara di kanal Ekonomi bahasa baku digunakan untuk menjaga profesionalitas serta kepercayaan publik.

Berbeda dengan itu, rubrik Gaya Hidup/Feature tampak minim variasi bahasa populer, karena mayoritas berita tetap disajikan secara formal. Hal ini menandakan adanya ruang yang cukup potensial bagi media untuk memasukkan diksi populer agar lebih dekat dengan generasi muda.

Adapun kanal Media Sosial (seperti Instagram atau Facebook) memperlihatkan pemanfaatan bahasa populer secara lebih fleksibel. Dalam caption atau teaser, penggunaan diksi populer seperti viral atau heboh cukup selektif, terutama untuk meningkatkan engagement dan menarik perhatian audiens muda.

Dengan demikian, tabel ini menunjukkan bahwa bahasa populer lebih banyak dipakai pada medium non-utama (media sosial) dibandingkan pada kanal berita inti, di mana bahasa baku tetap mendominasi demi menjaga kredibilitas jurnalistik.

Tabel 2. Contoh Leksikon Populer & Rekomendasi Padanan Baku (untuk konteks hard news)

Leksikon Populer	Makna Ringkas	Risiko di Hard News	Padanan/Strategi Disarankan
"Viral"	Ramai dibahas	Kabur/hiperbola	"Ramai diperbincangkan", "Banyak dibagikan" + data
"Heboh"	Sensasional	Nada bias	"Menuai perhatian/kritik", "Memicu polemik"
"Cuan"	Keuntungan	Nonbaku	"Laba", "Margin", "Untung"
"Ngegas"	Bertindak agresif	Slang	"Mengecam keras", "Bertindak agresif"

Tabel di atas menyajikan beberapa contoh kosakata populer yang kerap muncul di ruang digital, sekaligus menyoroti potensi risikonya bila digunakan dalam berita keras (hard news), serta memberikan alternatif padanan baku atau strategi penggunaan yang lebih tepat.

Misalnya, kata "viral" yang bermakna sesuatu yang ramai dibicarakan, dinilai berisiko karena bersifat hiperbola dan kabur. Dalam konteks jurnalistik, disarankan diganti dengan frasa "ramai diperbincangkan" atau "banyak dibagikan", sebaiknya disertai data untuk memperkuat kejelasan.

Kata "heboh" yang mengandung nuansa sensasional juga bisa menimbulkan bias. Padanan yang lebih netral seperti "menuai perhatian/kritik" atau "memicu polemik" dianggap lebih aman digunakan.

Sementara itu, istilah "cuan" yang berarti keuntungan, meski populer dalam bahasa sehari-hari, tetap tergolong nonbaku. Alternatif yang disarankan adalah istilah ekonomi formal seperti "laba", "margin", atau "untung".

Untuk kata "ngegas" yang bersifat slang dan berarti bertindak agresif, padanan baku yang lebih tepat adalah "mengecam keras" atau "bertindak agresif".

Terakhir, kata "kepo" yang identik dengan gaya gaul dan berarti penasaran, dalam hard news lebih baik diganti dengan "ingin tahu" atau "penasaran".

Dengan demikian, tabel ini memperlihatkan upaya menjaga keseimbangan antara daya tarik bahasa populer dengan tuntutan objektivitas, kredibilitas, dan formalitas yang melekat pada hard news.

Kaitan Temuan dengan Teori Semiotik Roland Barthes. Menurut Barthes (1967), bahasa dan teks tidak hanya menyampaikan makna denotatif (makna literal), tetapi juga makna konotatif (makna budaya, ideologi, dan asosiasi yang lebih luas). Berita dan pilihan bahasa di media massa bisa dipahami sebagai sign system yang merepresentasikan nilai, norma, dan identitas tertentu.

1. Kebakuan dominan di hard news → tanda kredibilitas

Pada judul seperti “Gerebek Narkoba...” atau “Dugaan Korupsi...”, makna denotatif adalah informasi faktual mengenai peristiwa kriminal atau politik.

Namun, makna konotatif dari penggunaan bahasa baku adalah penegasan sikap institusi media untuk tampil serius, kredibel, dan berwibawa. Dalam kerangka semiotik, kebakuan menjadi myth yang menandai otoritas dan objektivitas, sesuatu yang secara kultural dipandang lebih pantas bagi media arus utama seperti Waspada.

2. Posisi institusional → mitologi konservatisme Bahasa

Sejarah panjang Waspada (sejak 1947) dan statusnya yang terverifikasi Dewan Pers membentuk sign tersendiri: bahasa

baku menjadi simbol warisan dan standar profesionalisme.

Secara konotatif, pilihan bahasa formal bukan sekadar teknis linguistik, tetapi juga mitologi tentang media “serius” yang berbeda dengan media hiburan atau portal sensasional. Dengan kata lain, gaya bahasa konservatif menandai legitimasi institusional.

3. Potensi ruang bahasa populer di kanal ringan & media sosial → tanda kedekatan dengan generasi muda

Ketika Waspada Online menggunakan diksi seperti viral atau heboh di caption Instagram, makna denotatif adalah penanda sebuah peristiwa ramai diperbincangkan.

Tetapi makna konotatif adalah upaya membangun kedekatan budaya dengan audiens muda yang akrab dengan istilah populer digital. Di sini, bahasa populer berfungsi sebagai sign of youthfulness tanda keterhubungan dengan dunia anak muda.

Dengan demikian, penggunaan selektif bahasa populer di media sosial bisa dibaca sebagai strategi semiotik: menciptakan citra media yang tidak kaku, lebih cair, dan bersahabat dengan generasi digital.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa bahasa baku di hard news menjadi tanda kredibilitas (konotasi serius, profesional, otoritatif), sedangkan bahasa populer di media sosial menjadi tanda kedekatan (konotasi santai, akrab, relevan dengan generasi muda). Menurut Barthes,

kedua praktik ini bukan sekadar soal diksi, tetapi representasi ideologis: Waspada Online mempertahankan myth sebagai media serius, sembari membuka ruang bahasa populer untuk membangun engagement dengan audiens muda di platform yang lebih cair.

Rekomendasi Praktis untuk Waspada Online

1. Dual-track style
 - ✓ Hard news: pertahankan kebakuan; hindari slang di tubuh berita & judul situs.
 - ✓ Lifestyle/feature & kampanye kampus/sekolah: sisipkan unsur populer ringan (akronim/ungkapan trendi yang masih jelas) pada subhead atau dek—tetap jaga akurasi dan konteks.
2. Optimasi media sosial
 - ✓ Gunakan bahasa populer terukur di caption/thumbnail untuk Gen Z, lalu bridge ke artikel penuh yang baku; uji A/B diksi baku vs populer pada Instagram/TikTok/YouTube Shorts. (Literatur: bahasa gaul meningkatkan kedekatan & engagement).
3. Pedoman internal
 - ✓ Susun glosarium leksikon populer + padanan baku; tetapkan do/don't berdasarkan rubrik (mis. dilarang untuk isu hukum/peradilan).
4. Pengayaan data
 - ✓ Lakukan analisis isi kuantitatif 3 bulan (judul + lede) untuk memetakan persentase leksikon populer per rubrik, terinspirasi metodologi penelitian penerapan

bahasa jurnalistik di media online.

5. Edukasi pembaca muda
 - ✓ Tambahkan rubrik literasi bahasa: “Kata Hari Ini” (gaul → baku), explainer bahasa hukum/ekonomi untuk Gen Z.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Waspada Online, sebagai portal berita digital dari salah satu surat kabar tertua di Sumatera Utara, masih mempertahankan gaya bahasa jurnalistik yang baku, formal, dan konservatif, terutama dalam rubrik hard news. Konsistensi ini sejalan dengan posisinya sebagai media arus utama yang terverifikasi Dewan Pers, sehingga kredibilitas dan standar kebahasaan tetap menjadi prioritas

Namun, peluang untuk menjangkau generasi muda tetap terbuka melalui strategi bahasa populer yang diterapkan secara terukur dan tersegmentasi, khususnya pada konten ringan, feature, media sosial, dan format visual singkat. Bahasa populer dalam bentuk slang, ungkapan gaul, atau diksi ekspresif efektif meningkatkan kedekatan dan engagement dengan audiens muda, tetapi penggunaannya harus disesuaikan dengan konteks agar tidak merusak persepsi objektivitas dan akurasi berita.

Dengan demikian, strategi optimal bagi Waspada Online adalah dual-track style: menjaga kebakuan bahasa pada kanal utama berita (hard news dan isu serius), sekaligus memberi ruang bagi bahasa populer dalam kanal yang lebih santai (lifestyle, hiburan, kampanye literasi, dan media sosial). Pendekatan ini memungkinkan Waspada Online

mempertahankan reputasi historis sebagai media kredibel, sembari tetap relevan dan menarik di mata generasi muda.

5. DAFTAR PUSTAKA

- An-Naba, Jurnal. (2021). Kebijakan penggunaan bahasa jurnalistik populis pada media online di Indonesia. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Dewan Pers. (2025). Data verifikasi media: Waspada. Diakses Agustus 2025, dari <https://dewanpers.or.id>
- Ghancaran, Jurnal. (2021). Wujud satuan ekspresi populer pada wacana berita online (Studi pada Hipwee). IAIN Madura.
- JPTAM. (2022). Dampak penggunaan bahasa gaul dalam tulisan berita online terhadap pembaca.
- Mau'izhoh, Jurnal. (2020). Penggunaan bahasa jurnalistik dalam penulisan berita Metrojambi. UIN Jambi.
- Neliti. (2020). Gaya bahasa berita media online di Indonesia. Diakses dari <https://www.neliti.com>
- Raden Fatah, Universitas. (2020). Dampak penerapan bahasa gaul di kalangan generasi muda terhadap kebahasaan.
- SEMIBA, Jurnal. (2020). Bahasa gaul (prokem) generasi milenial dalam media sosial. Universitas Bengkulu.
- Skripsi UMM. (2019). Ekspresi remaja milenial melalui penggunaan bahasa gaul di media sosial. Universitas Muhammadiyah Malang.
- The Source. (2022). Penerapan bahasa Indonesia jurnalistik di media online. USAID–Usahid.
- Waspada Online. (2025). Tentang Waspada Online. Diakses Agustus 2025, dari <https://waspada.id/redaksi>
- Waspada Online. (2025, 19–25 Agustus). Cuplikan highlights beranda dan tag Ekonomi. Diakses dari <https://waspada.id>
- Wikipedia. (2025). Waspada (newspaper). Diakses Agustus 2025, dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Waspada_\(surat_kabar\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Waspada_(surat_kabar)).