

ANALISIS WACANA PENGGUNAAN EUFEMISME DAN DISFEMISME DALAM JUDUL BERITA DI SURAT KABAR DARING THE BALI TIMES

Oleh: Erna Andriyanti, Titik Sudartinah, Susana Widyastuti

ABSTRAK

Abstrak

Bahasa, dalam bentuk wacana atau teks, bisa dimanfaatkan untuk membangun realitas sosial. Salah satu cara yang sering digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah pengemasan berita pada surat kabar, baik cetak maupun online, melalui penggunaan eufemisme dan disfemisme pada judul berita. Pembuatan judul berita menjadi strategi penulis untuk memberikan gambaran singkat terkait isi berita, dan juga untuk menarik pembaca sekaligus membentuk persepsi pertama terhadap tema atau isu yang diangkat. Salah satu cara yang digunakan untuk membingkai berita sehingga pembaca memiliki persepsi seperti yang diharapkan oleh penulis berita adalah melalui penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam judul berita (*news headlines*). Penelitian ini memiliki tujuan untuk: 1) mengungkap fitur-fitur kebahasaan eufemisme dan disfemisme dalam judul-judul berita di surat kabar daring berbahasa Inggris, 2) menjelaskan fungsi penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam judul-judul berita di surat kabar tersebut, dan 3) menjelaskan bagaimana realitas sosial dibangun dari penggunaan eufemisme dan disfemisme di judul-judul berita tersebut.

Data dikumpulkan dari judul-judul berita di *The Bali Times*, sebuah media daring berbahasa Inggris yang diterbitkan di Indonesia. Walaupun *The Bali Times* menggunakan bahasa Inggris, isi pemberitaannya sebagian besar mencakup peristiwa lokal di pulau tersebut, dan sebagian kecil isinya berskala nasional. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK). Waktu pengumpulan data selama 6 (enam) bulan, yaitu di bulan Januari-Juni 2023. Instrumen pengumpulan data menggunakan lembar tabulasi hasil simak-catat. Analisis awal dilakukan dengan menggunakan pendekatan analitis mikro untuk mencapai tujuan pertama, yaitu mengidentifikasi dan menjelaskan fitur-fitur kebahasaan dan fungsi eufemisme dan disfemisme. Selanjutnya analisis makro digunakan untuk menjelaskan bagaimana tema-tema atau isu-isu sosial dibingkai dengan penggunaan eufemisme dan disfemisme. Temuan hasil analisis akan diinterpretasikan berdasarkan *media framing* untuk melihat bagaimana realitas sosial dibangun oleh media tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada enam fitur kebahasaan eufemisme digunakan dalam judul-judul berita di *The Bali Times*. Berdasarkan frekuensi terbanyaknya fitur-fitur tersebut adalah sirkumlokusi, jargon, ekspresi figurative, omisi, kata-kata santai, dan totem pro parte serta pars pro toto. Ungkapan eufemisme tersebut memiliki fungsi untuk mengaburkan atau membalikkan fakta, menutupi atau menghindari ketersinggungan, mengungkapkan atau menginspirasi, dan menunjukkan solidarity atau mengidentifikasi kelompok.

Kata Kunci: *media framing, realitas sosial, disfemisme, eufemisme, headlines*