

BAHASA JURNALISTIK: ALAT KOMUNIKASI, ALAT BERKELIT ATAU GAYA*

Oleh Ashadi Siregar

Dua paradigma.

Jurnalisme muncul karena dorongan dua paradigma. Pertama dorongan misionaris, yaitu untuk mengubah masyarakat agar sesuai dengan standar kehidupan yang diakui oleh si komunikator. Dorongan semacam ini bisa berdalih agama, pembangunan, atau apapun yang dianggap luhur dalam kehidupan. Jurnalisme ini mengutamakan gagasan, doktrin atau ideologi sebagai bahan baku dan acuan informasinya.

Dorongan paradigma kedua, bertolak dari pemenuhan kebutuhan masyarakat akan realitas atau fakta sosial. Dengan begitu jurnalisme merefleksikan masyarakat, dengan mensyaratkan asumsi bahwa informasi yang bernilai adalah fakta yang berlangsung dalam masyarakat.

Secara kodrati, manusia lebih menginginkan fakta daripada ide atau cita-cita. Makanya saat bertemu pertama-tama seorang Cina berkata: "Anda SUDAH MAKAN?"

Anglo Saxon: "Bagaimana KEADAAN anda?" atau "Apa yang sedang anda KERJAKAN?"

Melayu: "Apa KABAR?"

Umumnya saat bertemu, manusia menanyakan keadaan/kondisi lawan bicaranya, yang pada dasarnya bersifat faktual. (Walaupun dalam pergaulan sosial sering tidak dimaksudkan untuk mendapatkan fakta sesungguhnya, sebab hanya berupa bagian tata-krama). Tetapi tidak lazim untuk menanyakan: "Ada gagasan?" atau "Apa yang kamu inginkan?". Kecuali mungkin orang Timur Tengah: "Semoga anda selamat/Assalamualaikum." Ini lebih bersifat doa atau pengharapan. Kecenderungan semacam ini dalam pergaulan sosial mungkin dapat juga ditemukan dalam bangsa atau ras lainnya. Seperti halnya orang Batak dalam pergaulan sosial dalam menyapa awal dengan "Horas" yang artinya mencakup selamat, sejahtera, atau mulia.

Tetapi motif untuk mendapatkan fakta agaknya lebih bersifat universal, walaupun jenis fakta yang diinginkan agaknya akan berbeda sesuai dengan budaya komunitas. Dari mulai pertanyaan "sudah makan", atau "keadaan" / "kerjakan", sampai "kabar" yang menjadi bagian dalam pergaulan sosial, memiliki penekanan yang berbeda, tetapi sama mengacu pada esensi yang sama. Ingin mengetahui hal faktual dari lawan bicara. Masyarakat Indonesia, sebagaimana ras Melayu lainnya, secara luas mengartikan fakta ini, dalam cakupan "kabar".

Dua jurnalisme.

Jurnalisme gagasan bertentangan dengan kecenderungan alamiah masyarakat. Masyarakat menginginkan realitas obyektif disepertai dirinya, agar dia dapat menentukan sikap dan mengambil keputusan yang tepat bagi dirinya ("diri" disini bisa berarti sendiri, keluarga, dan komunitas puaknya yang sempit atau sosial yang cakupannya sedunia. Makin sadar seseorang akan kedinianya dengan sosialitasnya, makin keluar dia dari dunia psikologisnya. Dunia sosial ditandai dengan kesadaran

* Disampaikan pada PELATIHAN WARTAWAN , Pendidikan dan Pelatihan Pusat Penelitian Pengembangan Suratkabar Harian Kompas, Jakarta 15 April 1992

akan lingkungan secara obyektif, sedang dunia psikologis ini melalui keterhiburan atau kenyamanan spiritual.

Dengan begitu kebutuhan akan informasi ini dapat juga digunakan dalam membedakan kecenderungan masyarakat, berdasarkan kutub-kutub sosialitas dan psikologis ini. Posisi seseorang dalam masyarakat akan menempatkan dirinya ke dalam kecenderungan motivasi yang bergerak di antara polaritas tersebut.

Semakin memiliki peran dalam alam sosial, seseorang akan semakin membutuhkan informasi sosialitas. Sebaliknya, semakin tidak berperan dalam kehidupan sosial, seseorang akan masuk lebih banyak ke alam psikologis. (Ketika kaum priyayi yang seharusnya berperan secara sosial semakin kehilangan perannya akibat cengkeraman birokrasi Hindia Belanda, semakin banyak kaum priyayi yang memasuki alam psikologis yang ekstrim bernama kebatinan). Gejala yang analog adalah pada masyarakat pinggiran yang menjadikan media massa sebagai sumber hiburan, bukan sumber informasi sosialitas. "Monitorisme" adalah format jurnalisme yang sepenuhnya memasok dunia psikologis ini, yaitu dengan menjadikan realitas tontonan sebagai bahan baku. Tontonan, baik seni (serius/populer, istana/rakyat) maupun olahraga, sepenuhnya untuk konsumsi alam psikologis masyarakat. Bagi sebagian masyarakat, peperangan, sepanjang dia tidak terlibat di dalamnya, bukan gejala sosialitas, tetapi menjadi hiburan seperti pertarungan lainnya yang menarik untuk ditonton.

Pra-anggapan tentang khalayak suatu media akan menjadi dasar dalam memilih informasi yang akan disajikan. Kalau bagi TVRI primadonanya adalah sinetron, bukan berita sosialitas, berarti masyarakat yang dilayaniya dianggap lebih mengutamakan informasi yang akan mengisi dunia psikologisnya. Tetapi dapat dicatat, ada masalah-masalah sosial yang cukup aktual, diangkat menjadi tema sinetron ("Sayekti & Hanafi": kasus rakyat kecil dan pelayanan birokrasi rumah sakit; "Aksara Tanpa Kata": kasus tanah dan penggusuran rakyat kecil; dan banyak lagi lainnya) yang sifatnya hiburan. Agaknya ini cara pengelola TVRI menyiasati kendala dalam mengangkat realitas sosial sebagai berita. Sayangnya sutradara sinetron yang handal dengan tema-tema semacam ini telah tiada dalam usia yang muda. Sedang berita dunia (jam 21.00) TVRI yang dipasok oleh sumber-sumber asing itu mendapat perhatian pemirsa, karena selain bersifat sosialitas, juga atraktif sebagai tontonan.

Dari sini dapat diketahui bahwa ada gejala sosial yang atraktif sehingga menarik untuk menjadi tontonan. Pertarungan kandidat Presiden negara super power menjadi atraktif, sama membuat penasaran saat menonton pertandingan tinju juara dunia. Dengan begitu realitas kandidat Presiden selain memenuhi kebutuhan informasi sosialitas, juga yang bersifat psikologis. Dengan informasi sosialitas seseorang yang punya peran masyarakat dapat mengambil sikap dan keputusan yang tepat. Sedang informasi psikologis dapat menyenangkan saat proses "menonton"nya. Artinya informasi sosialitas bermakna setelah dapat dijadikan dasar mengambil keputusan, sedang informasi psikologis hanya bermakna saat proses dinikmati.

Peta orientasi pers.

Dengan memahami orientasi pengelola media massa (misionaris atau refleksi masyarakat), dan pra-anggapan tentang kebutuhan sasaran (peran sosial atau dunia psikologis), kita bisa memetakan pers di Indonesia. Suratkabar semacam Kompas tentulah berorientasi untuk merefleksikan masyarakat. Mengapa dia mencapai jumlah oplah yang relatif lebih tinggi dibanding koran harian lainnya, bisa dijelaskan dari sini. Walaupun biasanya dilihat dari keunggulan manajemen. Sebab sebaliknya, kelemahan manajemen adalah umumnya sebagai keluhan dari pengelola media cetak yang

oplahnya tak beranjak naik. Agaknya itu sebab KKG setiap kali "bekerja sama" dengan pemegang SIUPP lainnya, berdalih bantuan manajemen. Sehingga manajemen sebagai mitos yang akan menyelesaikan segala masalah makin naik saja pamornya.

Padahal masalah pokoknya bukan hanya manajemen semata. Ini berkaitan dengan pilihan orientasi, apakah akan merefleksikan masyarakat, ataukan membawa misi entah siapa? Kalau suratkabar dengan gampang distel oleh keinginan subyektif pengelolanya, bagaimana bisa lahir orientasi paradigmatis untuk refleksi masyarakat? (Koran semacam Berita Nasional di Yogyakarta menjelang Pemilu tahun 1987 membuat pernyataan sebagai media GOLKAR, hanya karena Pemimpin Umumnya secara pribadi ingin mendekat kepada orpol yang sedang berkuasa itu. Bagaimana bisa maju?)

Kompas yang meraih sukses, perlu dirunut pada dorongan awal dari para pendirinya. Kesadaran orientasi adalah untuk merefleksikan masyarakat, bukan orientasi misionaris. Tentunya tidak diingkari bahwa ada misi di belakangnya, tetapi bukan dengan doktrin yang dijadikan informasi. Ini pula yang bisa menjawab mengapa media cetak yang berpretensi untuk mengubah masyarakat secara doktriner keagamaan, tidak ada yang dapat berkembang, kendati memiliki kesamaan latar belakang agama dengan mayoritas penduduk.

Kecenderungan untuk mengubah masyarakat secara langsung agar sesuai dengan doktrin akan menjadikan media yang berorientasi misionaris. Kalau pun ada pretensi untuk mengubah, harus datang menyusul, setelah orientasi primernya yaitu merefleksikan masyarakat dapat dijalankan. Dengan begitu orientasi mengubah masyarakat itu harus dengan kerendah-hatian, yaitu dengan menempatkan media sebagai salah satu variabel, di antara sekian banyak variabel lainnya.

Media massa dengan pretensi misionaris hanya dapat dilakukan jika berada di bawah atau sebagai bagian institusi sosial lainnya, sehingga akan menjadi media organik. Seperti TVRI dan RRI, yang menjadi media organik birokrasi pembangunan. Sedang media swasta yang harus menghidupi diri sendiri bahkan harus melakukan pengembalian investasi, mau tidak mau akan melakukan reorientasi akan misi yang harus dijalankannya. Kaset ceramah Zainuddin MZ kiranya laku keras bukan semata karena ajaran agama yang disampaikannya, tetapi karena masalah sosial plus humor yang termuat di dalamnya.

Daya serap masyarakat.

Sering pula dikeluhkan bahwa tidak berkembangnya media cetak di Indonesia, dikarenakan masyarakat Indonesia yang tidak tambah maju. Keluhan ini mungkin saja benar, jika pendidikan dianggap sebagai variabel bagi perkembangan media cetak. Tetapi setelah hampir seperempat abad pembangunan, tentulah jumlah orang terdidik sudah jauh lebih banyak dibanding tahun 60-an, sementara oplah suratkabar tidak beranjak secara meyakinkan selama Orde Baru. Karenanya perlu dipindah pandangan dari variabel yang bersifat mekanistik dan psikologis individual itu, dengan variabel yang lebih bersifat sosial. Kembali kita bisa mempertanyakan, apakah bukan karena terjadi stagnasi dalam struktur sosial kita, dimana jumlah orang yang memiliki peran sosial (termasuk budaya dan politik) tidak banyak bertambah. Dengan konsep massa mengambang dalam politik misalnya, akan mengurangi secara drastis jumlah orang yang memiliki peran politik dibanding dengan tahun 60-an.

Pembangunan ekonomi memang menjadi prioritas. Tetapi bermunculannya media cetak dengan pengutamaan informasi ekonomi masih tanda tanya, apakah memang bisa sebagai indikator tentang bertambahnya jumlah anggota masyarakat yang memiliki peran ekonomi. Dengan kata lain, kita belum bisa memprediksi

seberapa jumlah yang pas media pembawa informasi tentang realitas ekonomi, bagi khalayak yang punya peran ekonomi itu.

Analogi dengan pemikiran ini adalah dalam suplai tenaga terdidik oleh perguruan tinggi. Menteri Habibie membuat merah telinga menteri P & K, seolah pendidikan tinggi gagal memasok tenaga ke pasar kerja. Sayangnya Menteri Fuad Hasan tidak berani menunjukkan betapa sektor-sektor dalam kehidupan masyarakat sesungguhnya mengalami stagnasi, sehingga penyerapan tenaga kerjanya tidak banyak bertambah. Kalau pembangunan berhasil membuat sektor-sektor ini tinggi dinamikanya, lulusan separoh jadi pun akan diserap, kalau perlu akan dilatih oleh penyedia kerja itu.

Artinya, daya serap masyarakat, berada di luar kapasitas dunia pendidikan, sebagaimana halnya pengelola media cetak juga tidak akan mampu mengubah agar masyarakat memiliki kebutuhan informasi sosialitas. Dari sini kemudian bisa melihat, dalam stagnasi dalam struktur sosial itu, sebenarnya pengelola media cetak hanya berikutnya di sasaran yang sama. Naiknya oplah suatu media di satu lingkungan masyarakat akan mengurangi media lainnya di tempat itu.

Kecuali media yang mengeksplorasi dunia psikologis, tidak akan ada media cetak yang bisa menikmati oplah yang bergerak naik sesuai dengan jumlah penduduk dan orang terdidik di Indonesia. Bertahun-tahun garis grafik Kompas dan Tempo nampak mandek, tidak bisa melampaui oplah tertinggi yang pernah dicapainya. Bahkan Tempo yang konon dikelola oleh banyak intelektual, sibuk memberikan gimmick yang tidak ada kaitannya dengan jurnalisme, semacam kupon undian dengan hadiah besar (mobil), atau bonus kecil lainnya. Sayangnya meskipun sudah harus ikut pola pemasaran kelontong semacam itu, oplah tetap mengalami stagnasi. Tabloid Monitor yang mencapai oplah melebihi tigaperempat juta, merupakan fenomena satu-satunya di Indonesia yang memancing airliur juragan media. Tetapi dilihat dari sisi jurnalisme, karena tidak mengangkat realitas sosialitas, hanya dunia tontonan, tempatnya harus disendirikan. Sebab tidak akan menjawab masalah struktural kita yang akut sekarang.

Sistem pers.

Pemasaran oplah media model perusahaan kelontong bukan urusan kaum jurnalis. Begitu juga, dia tahu keberadaannya di ruang yang tidak kondusif, sebab tidak tersedia khalayak yang memiliki kebutuhan akan informasi sosial. Struktur sosial yang tidak berkembang sedemikian rupa untuk menyerap oplah koran sebanyak-banyaknya, diluar kompetensi kaum jurnalis untuk mengubahnya. Tetapi dalam kecendekiaannya, dia sadar harus bekerja. Tugasnya adalah mencari realitas sosial, untuk disajikan menjadi informasi.

Disini dia akan menghadapi soal lainnya, cukup terbuka dan tersediakah realitas sosial yang dapat diangkatnya sebagai informasi? Informasi jurnalistik tidak datang dari langit, juga tidak dari benak seorang jurnalis. Informasi berasal dari masyarakat. Tetapi sebelum dia bekerja, dari sisi jurnalis, keadaan yang dihadapinya bersifat struktural.

Birokrasi negara dan kekuatan ekonomi berkecenderungan untuk mempengaruhi media massa. Bagi birokrasi negara, media massa dapat digunakan dalam melindungi (dalam sistem demokrasi) atau merekayasa (dalam sistem otoriter) masyarakat, sedang bagi institusi ekonomi masyarakat perlu direkayasa untuk menjadi konsumen bagi komoditasnya. Masyarakat menjadi sasaran bagi kekuatan politik untuk memperoleh dukungan (untuk digunakan dalam melindungi) ataupun legitimasi atas keputusan yang diambil oleh elit politik (untuk digunakan dalam merekayasa). Kondisi semacam ini memerlukan media massa yang dijalankan dengan paradigma komunikasi pertama (misionaris).

Jika dalam masyarakat dianut paradigma komunikasi yang kedua (refleksi masyarakat) maka menjadi *causa sine qua non* adanya media massa yang bebas dari kekuatan di luar dirinya. Untuk itu pula diperlukan adanya kelompok penekan ("pressure group) dalam masyarakat, yang dapat melindungi masyarakat dari rekayasa oleh media massa yang bersimbiose dengan institusi ekonomi (melalui modal), dan institusi birokrasi negara (melalui regulasi atau orientasi ideologis).

Keberadaan kelompok penekan ini diperlukan dalam sistem sosial yang demokratis, mengingat fungsinya yang mengawasi agar masyarakat tidak menjadi sasaran rekayasa dari kekuatan di luar dirinya, terutama kekuatan politik dan ekonomi. Di bidang ekonomi, semacam Lembaga Konsumen, menjaga masyarakat agar tidak menjadi korban kesewenang-wenangan institusi ekonomi dalam menjual komoditasnya. Pers diharapkan dapat berada dalam posisi netral dengan setiap kekuatan, sehingga dapat menjalankan fungsinya sepenuhnya, berdasarkan dinamika yang berlangsung dalam sistem sosial.

Rekayasan negara.

Taroh kata si jurnalis menyadari kondisi yang dihadapi dalam keberadaan institusi medianya. Selanjutnya si jurnalis mungkin akan menghadapi kenyataan bahwa dinamika yang muncul tidak otentik berasal dari masyarakat, tetapi hasil dari rekayasa kekuasaan negara. Jika diingat bahwa berbagai institusi yang ada dalam sistem sosial membawa fungsinya masing-masing. Institusi politik mengambil fungsi dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Fungsi ini ditandai oleh kesertaan dan ikut ambil bagian (sharing) dalam kekuasaan politik, sehingga dapat berperan dalam pengambilan keputusan. Institusi ekonomi mengambil fungsi dalam meningkatkan kesejahteraan materil. Sementara institusi sosial-kultural berfungsi untuk meningkatkan kehidupan masyarakat untuk lebih bermakna.

Apa yang dipungut oleh jurnalis sebagai informasi adalah segala kejadian yang berlangsung dalam berbagai institusi sosial. Masalahnya disini adalah, sejauh mana masyarakat sebagai bertindak sebagai pelaku dalam institusi sosial tersebut. Bisa terjadi, kekuasaan negara yang ketat akan merekayasa seluruh institusi yang ada itu agar sesuai dengan garis ideologis (mungkin ideologi ini disebut "pembangunan", "kerukunan", atau keluhuran hidup lainnya). Sehingga yang berlangsung sebenarnya bukan dinamika yang otentik dari kehidupan masyarakat, tetapi peristiwa-peristiwa yang direkayasa oleh kekuasaan negara sebagai peragaan dari ideologi yang menjadi sumber haluan kenegaraan. Rekayasa peristiwa yang paling telanjang adalah upacara/seremoni dalam kegiatan sosial.

Dalam menjalankan fungsinya, nilai informasi pers dapat dilihat dalam kaitan dengan sistem sosial. Untuk itu media massa dapat menjalankan fungsi politik, ekonomi, atau sosial-kultural. Ini berdasarkan informasi yang disampaikannya berupa fakta sosial, yaitu fakta politik, fakta ekonomi, dan fakta kultural. Dengan demikian setiap fakta sosial perlu dilihat secara tajam, apakah memang berasal dari dinamika masyarakat yang otentik, ataukah hasil dari rekayasa kekuasaan negara. Semakin banyak informasi berupa fakta sosial hasil rekayasa kekuasaan negara, dengan sendirinya semakin jauh dari kehidupan masyarakat. Jika pers tak terelakkan menjadi media organik dari kekuasaan negara, seharusnya dia diongkosi oleh birokrasi pemerintah, tidak sebagai perusahaan swasta yang harus didukung oleh konsumen yang harus membeli produknya.

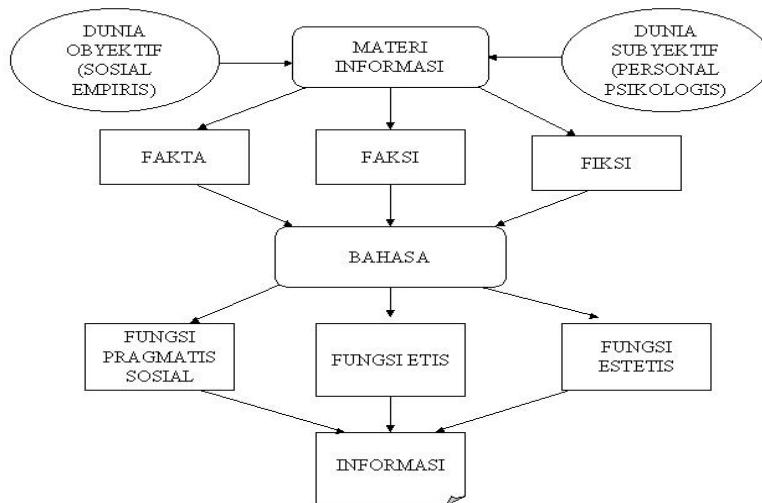
Jika rekayasa oleh kekuasaan negara bersifat institusional itu berlangsung ketat dan menyeluruh, maka jurnalis hanya akan menghadapi fakta sosial buatan. Memang ada realitas yang berada di luar kapasitas negara untuk merekayasanya, sepenuhnya

berada dalam kehidupan masyarakat. Seperti musibah (alam atau kecelakaan manusia), atau penyimpangan sosial (penyelewengan seks, perkosaan atau kriminalitas). Koran POS KOTA Jakarta memilih realitas semacam ini sebagai bahan utama informasinya. Informasi semacam ini dapat ditampilkan dengan bahasa yang telanjang, dan berkaitan dengan kehidupan masyarakat yang di dalamnya konsumennya berada.

Pers yang memilih tidak berorientasi untuk menyajikan realitas penyimpangan sosial, akan mengalami kesulitan dalam memburu fakta yang berasal dari institusi sosial. Proses massa mengambang dalam politik misalnya, membuat bagian terbesar masyarakat merasa tidak berkepentingan dengan dinamika politik yang berlangsung dalam sistem sosial. Karenanya tidak ada peristiwa politik sebenarnya dalam masyarakat. Jika hal ini berbarengan dengan kapitalisasi kekuatan ekonomi di seputar elit birokrasi dan ekonomi, menyebabkan realitas yang berasal dari institusi formal tidak ada kaitan dengan massa yang diharapkan menjadi khalayak pers. Realitas sosial yang berasal dari institusi politik dan ekonomi tidak relevan dengan kehidupan nyata masyarakat.

Mekanisme komunikasi.

Dengan memaparkan masalah yang bersifat struktural dalam keberadaan sistemik institusi pers, diharapkan diperoleh gambaran tentang sifat substansial dari fakta sosial yang akan dijadikan informasi. Dari sini bisa dilanjutkan dengan melihat mekanisme yang bertolak dari jurnalisme yang dijalankan oleh para jurnalis. Untuk itu dapat dilihat skema berikut ini:



Dunia obyektif atau bersifat sosial empiris berada dalam ruang dan waktu, sementara dunia subyektif merupakan alam pikiran personal. Informasi selamanya merupakan format dari materi komunikasi. Informasi yang relevan bagi seseorang dapat digunakannya dalam menentukan sikap dan posisinya dalam masyarakat. Karenanya dalam jurnalisme, sangat penting pemilihan yang tajam atas informasi berdasarkan sifat-sifatnya.

"Siapa" menyatakan "apa", sepanjang dalam ruang dan waktu tertentu, itu fakta sosial. Tetapi "apa" yang dinyatakan belum tentu fakta, mungkin gagasan, cita-cita, komentar tentang fakta, atau bahkan angan-angan. Itu sebabnya perlu dipilahkan dengan tajam antara fakta dan fiksi, dengan di tengahnya berada faksi. Fakta sepenuhnya bersifat sosial obyektif dan empirik, fiksi berasal dari alam pikiran

manusia, sedang faksi merupakan olahan fakta dalam alam pikiran manusia. Cita-cita Presiden Suharto (PS) tentang masyarakat yang gemah ripah setelah berfungsinya Waduk Kedung Ombo (KO), bersifat fiksional. Pendapat PS tentang tidak maunya pindah penduduk sekitar KO, adalah bersifat faksional. Penduduk yang tergusur di sekitar KO, adalah materi bersifat faktual. Mana yang dipilih oleh redaksi sebagai berita utama (banner head line), bisa berdasarkan pemahaman atas nilai berita (news-value), tetapi bisa juga disebabkan stigma struktural.

Untuk menjadi informasi, setiap materi informasi harus diwujudkan melalui penggunaan bahasa. Bahasa disini bisa menjadi alat komunikasi yang mengembangkan fungsi sosial. Dalam fungsinya ini substansi dari materi komunikasi memiliki energi yang memungkinkan penggunanya masuk ke dalam alam sosial. Selain itu bahasa juga mengembangkan fungsi etis, yaitu penggunanya berpretensi menjaga ideologi dalam hubungan sosial. Ideologi ("kerukunan", "stabilitas") misalnya bisa merupakan nilai otentik yang dianut oleh komunikator, tetapi bisa juga hasil rekayasa struktural atas diri komunikator tersebut. Kedua hal ini akan membawa implikasi yang berbeda. Kemudian bahasa juga bisa menjadi fungsi estetis, yaitu yang penggunaannya membawa kesenangan psikologis. Dari fungsi bahasa semacam ini, jika digunakan dalam jurnalisme, akan membawa orientasi yang berbeda.

Rekayasa bahasa.

Bahasa sebagai alat komunikasi yang berfungsi sosial, akan menghadapkan kita kepada pilihan-pilihan materi komunikasi berdasarkan substansinya yang berkonteks sosial. Hal ini tak perlu dibahas disini, sebab masalah substansi materi komunikasi di luar kapasitas jurnalisme. Sebab dengan bahasa jurnalistik yang standar, materi harus secara telanjang ditampilkan sebagai informasi. Disini dikenal bahasa jurnalistik yang lugas dan langsung. Berbeda dengan bahasa yang berfungsi etis dan estetis, yang sangat tergantung dengan rekayasa bahasa yang dilakukan oleh si komunikator.

Dalam rekayasa bahasa yang dimaksudkan untuk fungsi etis, dikenal pola eufemisme. Eufemisme, berasal dari kata Yunani euphemizein, yaitu menggunakan kata-kata dengan tujuan yang baik, untuk menjaga atau tidak menyinggung perasaan, atau ungkapan untuk menggantikan acuan yang mensugestikan sesuatu yang tidak menyenangkan. Bermula dari konsep konotatif yang melekat dari suatu kata atau ungkapan yang dianggap jorok, kasar atau yang timbul dari rasa bahasa yang berkaitan dengan moralitas seksual. Motivasi dari penggunaan eufemisme ini adalah rasa kepantasan dalam interaksi sosial, untuk tidak mengganggu "telinga" pasangan berbicara. Semakin "canggih" kehidupan, semakin banyak kata atau ungkapan yang dianggap jorok dan kasar. Kejorokan ini ada yang bersifat fisik, karenanya kata yang denotatif kepada obyek fisik itu dicarikan ungkapan yang mengacu kepada kata yang lebih luas maknanya, atau kepada fungsinya. Misalnya kita akan segan menggunakan kata "tai (manusia)", lebih suka menggunakan "kotoran manusia", tapi tidak keberatan menggunakan kata "tai ayam". Mungkin karena tai manusia lebih bau. Atau mengacu kepada fungsi yang melekat kepada benda fisik, seperti "alat (melakukan hubungan) kelamin" pria dan wanita, ada kata denotasinya, tetapi entah mengapa tidak pantas digunakan dalam berkomunikasi dalam bahasa Indonesia. Sejumlah orang terpelajar akan menggunakan kata Latin semacam "penis" dan "vagina". Karenanya tidak heran kalau pers akan mewartakan bahwa "korban perkosaan, sesuai visum dokter, mengalami cidera pada alat kelaminnya diakibatkan trauma benda keras dan tumpul."

Sopan santun berbahasa ini, semakin menonjol dengan pola interaksi yang semakin diperhalus. Penghalusan ini ditandai dengan semakin dipilahnya dengan tajam kata umpanan dan makian dari kata yang digunakan dalam interaksi yang normal.

Artinya, kata yang digunakan untuk berkomunikasi saat konflik dalam interaksi, diperbedakan dengan kata dalam interaksi yang normal. Misalnya, kata "lonte" atau "sundal", menjadi berubah konotasinya, setelah masyarakat menggunakan kata itu sebagai kata makian. Sebelumnya, kedua kata ini sama fungsi denotatifnya dengan "pelacur", juga dengan "wanita tuna susila", atau dengan kata mutakhir masyarakat Indonesia yang paling canggih dan sopan: "pramunikmat". Dari kumpulan kata-kata eksotik di atas, kita dapat menangkap perubahan-perubahan penggunaannya, hanya karena rasa bahasa yang berubah dari pemakai bahasa kita.

Bahasa submisif atau berkelit.

Menjadi orang santun melalui bahasa tentulah baik saja adanya. Memilih kata "wafat" bagi Pemimpin sekaliber Sultan HB IX, adalah kesantunan bahasa. Tetapi kesantunan yang diwujudkan dalam pilihan kata, akan berbeda jika dibawa ke skala makro, yaitu hubungan antar institusi dalam sistem sosial. Dalam kebahasaan yang bersifat struktural ini, bukan lagi pilihan kata (diksi) demi kesantunan antar pribadi yang berlangsung. Sebab bahasa digunakan sebagai penyelamat pelaku komunikasi yang menjadi bagian suatu institusi dalam interaksi yang bersifat institusional.

Karenanya bahasa yang berfungsi etis itu sebenarnya menyimpan dua kemungkinan dorongan, yaitu format dari sikap submisif, atau format bagi perkelitan dari dominasi kekuasaan.

Kedua format ini tidak lagi dapat ditampung dalam eufemisme melalui diksi kata, sebab yang harus dihaluskan adalah konsep dari suatu fakta sosial. Dengan kata lain, suatu fakta sosial yang mengandung suatu konsep yang memiliki makna konotatif bagi penguasa dalam struktur sosial, dengan penuh kewaspadaan dijadikan informasi. Untuk itu eufemisme kata tidak memadai lagi, sehingga rekayasa bahasa yang dilakukan adalah untuk membalut fakta sosial. Fakta keras yang terdapat dalam masyarakat, ditampilkan menjadi informasi setelah menjadi faksi dari elit sosial. Dengan demikian konotasi yang melekat dalam konsep fakta sosial itu menjadi tanggung-jawab elit yang menjadi sumber faksi tersebut. Pada tingkat ekstrim submisif, manakala jurnalis dihadapkan fakta sosial yang secara konseptual berkonotasi tidak menyenangkan bagi penguasa, untuk keamanan diri, maka si jurnalis akan memilih faksi yang berasal dari pihak berkuasa, sebagai materi komunikasinya. Ini lahir dari self censorship yang akut. Dengan begitu digunakan bahasa yang berasal dari dunia subyektif sumber informasi.

Jika penguasa sudah yakin bahwa pers mengalami sikap ketergantungan kepada penguasa sebagai sumber faksi, maka prinsip off the record akan sering digunakan. Dalam jurnalisme off the record semula dimaksudkan sebagai obligasi pers kepada sumber informasi yang perlu dilindungi. Di tangan penguasa prinsip ini dipakai untuk menutup atau menggelapkan fakta sosial.

Konotasi dari suatu kata yang menyenggung perasaan, dapat dielakkan dengan mengganti kata, kalau perlu dengan bentukan kata baru. Tetapi masalahnya berbeda jika yang dihadapi adalah fakta sosial yang secara konseptual mengandung konotasi buruk kepada ideologi. Katakanlah ideologi "kerukunan bangsa" misalnya, akan menyebabkan setiap fakta sosial berupa konflik rakyat-penguasa mengandung konotasi buruk. Karenanya menurut faksi penguasa, kata rakyat dalam fakta sosial ini harus diganti dengan GPK (gerakan pengacau keamanan). Konflik mahasiswa-penguasa: sesuai faksi penguasa, kata mahasiswa dapat diganti dengan golongan ekstrim. Padahal setiap kali terdapat posisi vis-a-vis dalam fakta sosial masing-masing dapat diganti dengan kata konotatif.

Dengan demikian pers akan menggunakan kata-kata konotatif yang bersifat abstrak dan faktanya tidak dapat diidentifikasi. Setiap pelaku dalam fakta sosial, sebenarnya dapat diidentifikasi dari denotasinya. Tetapi jika sudah ditarik ke tarap konseptual dengan konotasi, sudah tidak bisa lagi diidentifikasi sebagai fakta sosial. Konflik rakyat-penguasa dalam denotasinya dapat diidentifikasi melalui peristiwa-peristiwa empiris. Setiap pelaku dapat diidentifikasi denotasinya. Kasus "Lampung" misalnya, apa yang dikonotasi sebagai "GPK" dapat diidentifikasi melalui realitas empiris dari "siapa" melakukan "apa", sebagaimana pejabat dapat diidentifikasi melalui "siapa" dan melakukan "apa" yang empiris pula.

Jika peristiwa empiris harus dilewatkan lebih dulu sebagai faksi dari pejabat birokrasi yang menggunakan kata-kata konotatif, maka reportase jurnalistik akhirnya tidak akan menampilkan fakta sosial yang empiris. Kecenderungan pers yang submisif tercermin dari sikap yang menerima begitu saja penggunaan kata-kata konotatif secara sepihak oleh penguasa atas "siapa" yang menjadi, dan "apa" yang terjadi dalam suatu fakta sosial. Maka pers menerima keadaan dimana fakta sosial di "*off the record*" kan untuk kemudian diganti dengan faksi penguasa.

Tetapi pada pihak lain, bisa juga dengan menggunakan kata konotatif versi penguasa, pers berusaha mengangkat fakta sosial. Pers seolah menggunakan bahasa jurnalistik sebagai alat berkelit untuk dapat tetap aman, dengan berusaha sedapatnya menyampaikan fakta sosial. Walaupun untuk itu fakta sosial tidak lagi dapat ditampilkan telanjang. Dengan demikian suatu reportase jurnalistik harus didekati untuk menangkap pesan yang tertampil (manifest) dan tersembunyi (latent). Faksi pejabat dapat ditangkap dengan gampang karena sifatnya yang manifest, sedang fakta sosial harus dicari dari pesan bersifat latent. Karya jurnalisme semacam ini dapat dijadikan indikator akan kondisi struktural yang rawan. Artinya orang perlu waspada, bahwa sistem yang melingkupi sudah sedemikian tertutup dan totalitari. Pers tidak lagi berfungsi dalam sistem sosial, sebab harus dihadapi sebagai wacana sandi. Tidak ada jaminan bahwa discourse dari suatu fakta sosial dapat ditangkap dengan membaca discourse reportase. Padahal reportase jurnalistik seharusnya menjadi bahasa denotasi atas fakta sosial, sehingga discourse keduanya akan identik dalam persepsi khalayak.

Bahasa estetis sebagai gaya.

Gaya bahasa, sangat dipujikan dalam dunia sastra. Semakin indah dan orisinal, semakin tinggi nilainya. Di lingkungan pers dikenal juga gaya dalam bahasa jurnalistik. Tetapi gaya bahasa jurnalistik standar adalah yang lugas dan denotatif, untuk dapat menampilkan fakta sosial secara langsung. Gaya bahasa jurnalistik adalah untuk tujuan efisiensi dan efektivitas komunikasi. Dengan efisien dan efektif dimaksudkan agar discourse fakta sosial dapat ditangkap dan dimengerti dengan cepat dan mudah. Secara metodologis biasa disebut sebagai tingginya tingkat readability dari suatu wacana.

Selain efisien dan efektif, wacana dalam komunikasi juga sering dituntut untuk "enak" dibaca dan ditonton. "Enak" tidaknya suatu wacana, tidak hanya tergantung kepada diksi, tetapi juga kepada struktur wacana. Perbedaan dari karya sastra dengan jurnalistik adalah tendensi dalam komunikasinya. Jika "enak" dalam sastra dimaksudkan untuk mencapai efek estetis pada dunia psikologis pembacanya, maka dalam jurnalisme sama sekali bukan bertujuan estetis. Dalam menyampaikan fakta sosial, jurnalisme tidak bertujuan untuk membawa pembacanya ke alam psikologis, tetapi ke alam sosial.

Karenanya suatu reportase jurnalistik yang efeknya berhenti di alam psikologis pembaca, perlu dicurigai sebagai sekadar menjual kata-kata dengan label jurnalisme.

Reportase semacam ini dapat ditandai dari materi yang disampaikannya, yaitu sejauh mana sebagai fakta sosial, dan lebih jauh lagi, relevansinya dengan konteks alam sosial khalayak. Jika gaya bahasa dijual sebagai komoditi dalam struktur yang menekan, bahkan dengan mengabaikan fakta sosial, ini lebih parah keadaannya dari penggunaan bahasa dalam kondisi submisif dan berkelit. Sebab dengan menjadikan gaya sebagai komoditi, dengan sikap submisif dalam struktur sosial dia sekaligus mendidik khalayak untuk menjadi eskapistis.

Tujuan pasar memang menghantui kaum jurnalis. Menjaga oplah dan ikutannya berupa iklan yang sudah memberi keuntungan, merupakan masalah bisnis yang harus dipahami oleh kaum jurnalis di lingkungan pers industrial. Kaum jurnalis dibebani tugas untuk menjadikan reportasenya sebagai bagian ofensif pasar, di tengah-tengah himpitan kendala-kendala "off the record" dan ancaman kekuasaan atas keberadaan perusahaan persnya. Keadaan ini dapat memepetkan kaum jurnalis untuk menjual komoditi yang aman, yaitu fakta sosial yang tersamar, atau bahkan tidak relevan, dengan menjadikan gaya penyajian sebagai andalan.

Jawaban untuk kendala-kendala struktural, tentulah tidak melalui bahasa. Lebih-lebih dengan bahasa etis dan estetis. Juga tidak dengan manajemen reporting yang dijalankan secara teknokratis (target jumlah narasumber, biaya, waktu dan lainnya). Tetapi penilaian yang kritis pilihan dan substansi fakta sosial. Untuk kerja semacam ini memang tidak bisa dituntut dari sekadar jurnalis dengan kapasitas operator maupun manajer, melainkan seorang yang memiliki kesadaran struktural. Kalau dia seorang jurnalis intelektual, mungkin sebutan ini lebih sesuai. Jurnalis semacam ini diperlukan dalam struktur sosial sekarang.