

Gaya Bahasa Presenter MetroTV di TikTok: Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v8i2.403>

Ade Bangun Sanjaya¹, Rieka Yulita Widaswara¹, I Ketut Putu Suardana^{1*}

¹Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Jln.Pancaka No. 7B Mataram, Mataram 83126 - Indonesia

*E-mail korespondensi: ikp31suardana@iahn-gdepudja.ac.id

Submitted: 10 Juni 2025, **Revised:** 22 Agustus 2025, **Accepted:** 15 Desember 2025

Terakreditasi SINTA-4 SK Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024 sampai Vol 10(2) tahun 2027

Abstract - The digital revolution has changed the way people consume information, including in the world of journalism. Social media such as TikTok has become a new space for mass media to deliver news. This study aims to analyze changes in journalistic communication patterns in the digital era, focusing on the language style of MetroTV Presenters on Tiktok social media. Using Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis theory, this study analyzed four popular news videos selected through purposive sampling techniques. The results of the analysis show that the language style used is informal, humorous, and full of subtle satire. The three dimensions of Fairclough's analysis of linguistic texts, discourse practices, and socio-cultural practices show a transformation in news delivery. Presenters not only convey information, but also build closeness with young audiences through language that is relevant to popular culture and internet trends. In the digital era, the success of delivering journalistic messages depends on the media's ability to package content that is not only informative but also emotionally and socially appealing.

Keywords: Critical Discourse Analysis; Style of Language; Digital Journalism; Social Media; MetroTV

Abstrak - Revolusi digital telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi, termasuk dalam dunia jurnalistik. Media sosial seperti TikTok menjadi ruang baru bagi media massa dalam menyampaikan berita. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan pola komunikasi jurnalistik di era digital yang berfokus kepada gaya Bahasa Presenter MetroTV di media sosial Tiktok. Menggunakan teori Analisis Wacana Kritis dari Norman Fairclough, penelitian ini menganalisis empat video berita populer yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan bersifat informal, humoris, dan penuh sindiran halus. Ketiga dimensi analisis Fairclough teks linguistik, praktik diskursus, dan praktik sosial budaya menunjukkan adanya transformasi dalam penyampaian berita. Presenter tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan dengan audiens muda melalui bahasa yang relevan dengan budaya populer dan tren internet. Dalam era digital, keberhasilan penyampaian pesan jurnalistik bergantung pada kemampuan media mengemas konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara emosional dan sosial.

Kata kunci: Analisis Wacana Kritis; Gaya Bahasa; Jurnalistik Digital; Media Sosial; MetroTV

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah terjadi. Cara orang melihat kehidupan telah berhasil diubah oleh revolusi digital. Revolusi digital yang juga dikenal sebagai digitalisasi telah memungkinkan berbagai produk teknologi saling berinteraksi satu sama lain (Adha, 2022; Dewi & Nasution, 2023). Digitalisasi teknologi berbasis mesin online telah menjadi elemen penting dalam membangun konektivitas antar manusia. Revolusi digital atau digitalisasi ini memberikan solusi untuk berbagai masalah di berbagai sektor, berkat jangkauannya yang luas hingga mencakup seluruh dunia (Dito & Pujiastuti, 2021; Masyhuri et al., 2024). Revolusi digital telah menghubungkan masyarakat dan negara-negara di seluruh dunia melalui internet, menghilangkan hambatan dalam berkomunikasi dengan negara lain.

Jika sebelumnya komunikasi dan transaksi dilakukan secara konvensional, memakan waktu lama, dan kurang efisien, kini internet memungkinkan masyarakat terhubung secara cepat dan praktis untuk memenuhi berbagai kebutuhan (Hermawanto & Anggrani, 2020; Kulsum & Muhid, 2022). Revolusi digital telah banyak membantu berbagai aspek seperti Pendidikan, bisnis, pertanian dan lain sebagainya dalam aspek komunikasi karena dengan adanya revolusi digital dapat memudahkan orang-orang untuk mencari sebuah informasi dengan cepat.

Internet telah menjadi salah satu kebutuhan yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia (Azhari et al., 2024). Perkembangan teknologi, ditambah dengan hadirnya perangkat lunak dan media sosial, telah mendorong peningkatan penggunaan internet yang semakin pesat setiap harinya. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses internet yang terjangkau bagi berbagai kalangan, baik generasi muda maupun orang dewasa, serta bagi masyarakat dari berbagai lapisan ekonomi, mulai dari kelas atas hingga menengah ke bawah (Adittyanto et al., 2021).

Penggunaan internet di era digital telah menyebabkan banyak perubahan multinasional, semakin banyak hal yang dapat dilakukan dengan mudah karena adanya internet (Mahliza et al., 2020; Nahdi & Dhika, 2021; Parasetya, 2024), kemunculan internet di era digital dapat mempermudah tersebarnya informasi di berbagai bidang (Marwah, 2022; Parasetya, 2024). Melalui akses internet, wawasan dapat diperluas, komunikasi jarak jauh menjadi lebih mudah, dan informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan cepat. Internet juga memfasilitasi akses ke berbagai informasi dan ilmu pengetahuan, serta memungkinkan berbagi hasil riset antar individu, terutama bagi mereka yang berada di lokasi yang berjauhan (Marwah, 2022).

Salah satu produk teknologi yang saat ini berkembang pesat dan sering digunakan adalah media sosial (Liedfray et al., 2022). Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi paling berpengaruh di era digital. Seiring berjalannya waktu media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang atau masyarakat, namun media sosial dapat dimanfaatkan juga sebagai sarana untuk memberikan informasi. (Efendi et al., 2023; Liedfray et al., 2022; Madiistriyatno, 2023). Pengguna media sosial berasal dari rentang usia yang beragam, mulai dari usia sekolah hingga usia pensiun, dengan berbagai tujuan dan kepentingan yang berbeda.

Dengan adanya media sosial, kini kegiatan jurnalistik terutama berita menjadi sangat praktis karena media sosial dapat menjangkau banyak masyarakat dengan sangat cepat. Data portal menunjukkan terdapat 143 juta identitas pengguna media sosial aktif di Indonesia pada Januari 2025. Di era digital ini berita sangat mudah ditemukan di media sosial. Semua kalangan masyarakat dengan sangat mudah menerima informasi hanya melalui *handphone* yang memiliki media sosial. Media-media massa yang dahulu hanya ada di televisi kini juga ada di media sosial. Tidak hanya media massa yang sudah memiliki nama di kalangan masyarakat, banyak juga media massa baru yang muncul di era digital ini karena kelebihan media sosial yang dapat menjangkau masyarakat dengan sangat cepat dan sangat mudah untuk digunakan.

Di era media sosial ini terjadi juga pergeseran secara signifikan dalam cara berita dikemas dan disampaikan. Masyarakat khususnya generasi muda lebih menyukai dan lebih tertarik dengan konten yang bersifat ringan dan humoris, hal ini mendorong media massa untuk menyajikan berita dengan cara yang lebih santai. Fenomena ini membuat gaya penampilan berita tidak lagi kaku atau terlalu formal, tetapi mulai memasukkan unsur-unsur Bahasa gaul, komedi, bahkan personalisasi oleh jurnalisnya.

Salah satu contoh dari fenomena ini dapat ditemukan di akun media sosial MetroTV di Tiktok, dengan gaya bahasa yang gaul, menarik perhatian generasi muda sehingga anak muda dapat menikmati berita dengan lebih santai.

Fokus penelitian ini adalah meneliti lebih lanjut mengenai perubahan signifikan yang terjadi pada pola komunikasi jurnalistik di era digital yang berfokus kepada gaya bahasa Presenter MetroTV di media sosial TikTok.

Studi ini menggunakan Analisis Wacana Kritis Gaya Norman Fairclough yang dibagi menjadi tiga dimensi yaitu: (1) Teks Linguistik, menganalisis gaya Bahasa yang digunakan; (2) *Discourse practice*, melihat bagaimana gaya bahasa didistribusi dan dikonsumsi; (3) *Sociocultural Practice*, menganalisis konteks sosial yang mempengaruhi munculnya gaya bahasa tersebut.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini menggunakan landasan teoretis untuk memahami bagaimana presenter MetroTV membangun dan menampilkan identitasnya ketika berpindah dari platform televisi ke TikTok. Perubahan medium komunikasi ini memunculkan perubahan gaya bahasa, cara penyampaian, serta bentuk representasi diri yang tidak lagi sepenuhnya mengikuti standar jurnalisme televisi. Untuk membaca fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori Teori Representasi Stuart Hall.

Teori identitas dikemukakan oleh Stuart Hall, seorang teoritikus budaya terkemuka dari mazhab Kajian Budaya Birmingham (Birmingham School of Cultural Studies) yang mengemukakan identitas bukanlah sesuatu yang bersifat tetap, esensial, atau melekat secara permanen pada individu atau kelompok. Sebaliknya, identitas adalah sesuatu yang terbentuk, dinegosiasikan, dan dikonstruksi melalui proses representasi dalam konteks sosial dan budaya tertentu.

Dalam teori ini, media memegang peranan penting sebagai arena di mana identitas diproduksi dan direproduksi secara terus-menerus. Menurut Hall, identitas bukanlah cerminan langsung dari realitas objektif atau karakter individu yang bersifat bawaan. Identitas adalah hasil dari konstruksi diskursif, yaitu cara-cara tertentu dalam berbicara, menulis, bertindak, dan menampilkan diri di ruang publik, termasuk dalam media massa maupun media sosial.

Media, dalam pandangan Hall, tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk makna dan identitas melalui narasi, simbol, dan gaya penyampaian. Dalam konteks presenter MetroTV yang tampil di platform *TikTok*, teori ini sangat relevan untuk memahami bagaimana mereka membentuk dan menampilkan identitas yang berbeda dari citra jurnalis tradisional. Jika di layar televisi presenter cenderung tampil formal, netral, dan profesional, maka di *TikTok* mereka dapat membangun identitas baru yang lebih santai, akrab, komunikatif, atau bahkan lucu, menyesuaikan diri dengan karakteristik audiens media sosial, khususnya generasi muda (Gen Z dan milenial).

Hall menyebut proses ini sebagai "*cultural encoding and decoding*". Dalam proses *encoding*, presenter secara sadar maupun tidak menyisipkan nilai-nilai, gaya bahasa, dan simbol-simbol tertentu dalam kontennya. Sementara dalam proses *decoding*, audiens menginterpretasikan identitas tersebut berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman mereka. Dengan demikian, identitas presenter bukan hanya dibentuk oleh pilihan gaya bahasa yang digunakan, tetapi juga oleh bagaimana audiens memaknainya.

Lebih jauh lagi, representasi yang dilakukan presenter bukanlah tindakan netral. Hall berpendapat bahwa representasi selalu terikat dengan kekuasaan dan ideologi. Dalam konteks ini, muncul pertanyaan: apakah gaya bahasa yang lebih "gaul" dan "santai" merupakan strategi untuk memperluas jangkauan dan pengaruh institusi media arus utama di ranah digital? Apakah representasi ini mencerminkan upaya institusi untuk tetap relevan di tengah pergeseran pola konsumsi media?

Dengan menggunakan teori identitas dalam media menurut Stuart Hall, peneliti dapat menggali lebih dalam bagaimana identitas presenter dibentuk melalui interaksi antara bahasa, media, dan audiens, serta apa makna sosial dan ideologis yang terkandung di dalam gaya penyampaian mereka. Teori ini membantu memposisikan presenter tidak hanya sebagai komunikator, tetapi juga sebagai aktor budaya yang aktif dalam membentuk wacana dan identitas publik di ruang digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Purposive sampling* merupakan bagian dari metode *non-probability sampling*, di mana peneliti secara sengaja memilih sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan dan dapat mendukung tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk lebih fokus pada objek yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, sehingga hasil penelitian dapat lebih mendalam dan kontekstual.

Sampel dalam penelitian ini diambil dari akun TikTok resmi MetroTV. Akun ini saat ini memiliki sekitar 7,9 juta pengikut dan telah mengumpulkan lebih dari 234 juta tanda suka dari seluruh konten video yang diunggah. Tidak semua konten berita yang diunggah menggunakan bahasa yang tidak baku; sebagian tetap disajikan dalam bahasa formal atau baku. Oleh karena itu, peneliti secara khusus memilih video berita yang menggunakan gaya bahasa tidak baku atau non-formal sebagai sampel penelitian.

Dari ratusan video yang telah diunggah, peneliti memilih empat video berita yang memenuhi kriteria tersebut. Keempat video ini (Tabel 1) dipilih berdasarkan tingkat popularitasnya, yaitu memiliki jumlah *views* dan *likes* terbanyak, sehingga dianggap paling menonjol dalam penyampaian pesan dengan gaya bahasa yang berbeda dari konvensi jurnalistik formal. Data yang diperoleh dari empat video berita tersebut dianalisis menggunakan analisis wacana (*discourse analysis*). Analisis wacana dipilih karena mampu menggali makna yang tersembunyi di balik penggunaan bahasa dalam konteks sosial tertentu.

Tabel 1. Daftar 4 video Berita MetroTV di Tiktok

No.	Judul	Tanggal	Link
1.	Naik Gunung, Niatnya <i>Healing</i> Malah Jadi Pening	22 Maret 2025	https://vt.tiktok.com/ZSkfnqbfh/
2.	Drama RK di Antara Dana Iklan & Isu Perselingkuhan	28 Maret 2025	https://vt.tiktok.com/ZSkfnYMmJ/
3.	Pesawat Mahal, Jalan Lubang & Lampu Remang- Remang	29 Maret 2025	https://vt.tiktok.com/ZSkfn9jw4/
4.	Sepi Iknnya, Rame Beritanya!!	3 April 2025	https://vt.tiktok.com/ZSkfGf64p/

Dalam penelitian ini, analisis wacana digunakan untuk mengkaji bagaimana penggunaan bahasa tidak baku dalam konten berita TikTok MetroTV membentuk makna, mempengaruhi penerimaan audiens, dan merepresentasikan realitas sosial yang ingin disampaikan oleh media.

Analisis ini mencakup beberapa aspek, antara lain: (1) Pilihan diksi dan gaya bahasa yang digunakan dalam menyampaikan berita; (2) Strategi komunikasi media dalam menyesuaikan kontennya dengan karakteristik audiens media sosial, khususnya generasi muda; (3) Konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi penggunaan bahasa tidak baku dalam penyajian berita; (4) Respons audiens melalui indikator interaksi seperti jumlah *like*, komentar, dan penyebaran (*share*).

Dengan menggunakan analisis wacana, peneliti berusaha memahami bagaimana praktik komunikasi jurnalistik mengalami transformasi ketika dipindahkan ke ruang digital yang lebih informal, serta bagaimana MetroTV memposisikan diri dalam lanskap media sosial yang kompetitif melalui pendekatan bahasa yang lebih cair dan akrab.

HASIL PENELITIAN

Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Pendekatan analisis wacana model Norman Fairclough, khususnya yang dikenal sebagai analisis wacana kritis, berawal dari pandangan bahwa bahasa tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sosial. Bahasa dan kehidupan sosial saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Karena itu, setiap penelitian sosial sebaiknya juga memperhatikan penggunaan bahasa (Fairclough, 2003).

Fokus utama dari analisis ini adalah melihat bagaimana kekuasaan dan ketidakadilan bisa muncul atau diperkuat lewat bahasa. Fairclough menekankan pentingnya melihat hubungan antara wacana (bahasa) dan kekuasaan, serta dampaknya dalam berbagai proses sosial (Fairclough, 2013).

Dalam penelitian (Gasa, 2019), Fairclough membagi objek kajian menjadi tiga bagian utama, yaitu: (1) isi atau struktur teks; (2) praktik diskursif atau cara teks itu diproduksi dan dipahami, serta (3) praktik sosial budaya yang lebih luas yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh teks (Fairclough, 1995) seperti dijelaskan dalam penelitian Dianastiti Evi & Mardikantoro Bakti (2016).

Analisis video berita MetroTV di tiktok berjudul “Naik Gunung, Niatnya *Healing* Malah Jadi Pening” menggunakan tiga elemen analisis wacana kritis Fairclough adalah sebagai berikut (Tabel 2):

Tabel 2. Analisis wacana kritis Fairclough berita “Naik Gunung, Niatnya *Healing* Malah Jadi Pening”

Elemen AWK	Hasil Analisis Video Berita
Teks Linguistik (Analisis gaya Bahasa)	Gaya Bahasa yang di gunakan pada video terlihat santai dan tidak formal, menggunakan metafora dan kata kata yang tidak baku alias gaul seperti “berita korupsi lagi kureng” dan “Jadi kalau anda tersesat di bromo dan tiba - tiba merasa damai Itu bukan karena anda dekat dengan Tuhan Tapi mungkin anda sudah ketinggian, Rakat terus, rakat terus” tidak hanya Bahasa gaul tapi banyak juga sindiran halus yang di sampaikan mengenai ganja yang ada di gunung bromo sesuai dengan konteks beritanya
<i>Discourse practice</i>	Berita ini menggunakan gaya yang informal dan memberikan hiburan dengan penggunaan Bahasa yang sedang viral di kalangan Masyarakat, walaupun wacana yang diangkat serius tapi disampaikan dengan ringan hingga yang mendengarkan berita dapat mengerti informasi yang disampaikan dan juga mendapatkan hiburan
<i>Sociocultural Practice</i>	Berita tersebut mencerminkan praktik komunikasi untuk media massa yang mengutamakan gaya informal dan humoris untuk menarik perhatian, khususnya untuk kalangan anak muda seperti Gen z. penyampaian juga menyampaikan isu isu sosial yang sedang ramai secara tidak langsung seperti membahas tentang korupsi di awal berita

Analisis video berita MetroTV di tiktok Berjudul “Drama RK di Antara Dana Iklan & Isu Perselingkuhan” menggunakan tiga elemen analisis wacana kritis Fairclough (Tabel 3) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis wacana kritis Fairclough berita “Drama RK di Antara Dana Iklan & Isu Perselingkuhan”

Elemen AWK	Hasil Analisis Video Berita
Teks Linguistik (Analisis gaya Bahasa)	Gaya bahasa yang digunakan penuh humor dan candaan, memberikan informasi dengan gaya Bahasa yang tidak formal seperti “kaleng biskuit isi rengginang” dan “FBI juga sungkem nih” terdapat juga kata kata olok untuk pemerintah yang terlibat dalam dalam video tersebut seperti “sepertinya saat ini Pak RK yang sangat butuh mobil curhat” walaupun isu yang dibahas cukup serius antara perselingkuhan dan korupsi tetapi berita tetap tersampaikan dengan santai dan humoris
<i>Discourse practice</i>	Berita ini disampaikan dengan sangat mengandalkan selera humor dan sindiran halus yang bahkan menyampaikan bahwa isu ini mirip seperti drama, tidak terlalu mendalami analisis isu yang ada di berita tetapi lebih memilih menyampaikan berita dengan santai dan penuh humor untuk menghibur audiens
<i>Sociocultural Practice</i>	Dengan menciptakan pola komunikasi yang non formal membuat berita menjadi tidak terlalu tegang dan mudah di nikmati, memiliki kecenderungan mengolok-olok tokoh publik secara tidak langsung dengan keras tetapi lebih memilih dengan cara santai. Hal ini juga memperlihatkan bagaimana masyarakat Indonesia menghadapi isu isu politik mengenai kecurigaan terhadap elite politik yang ada di Indonesia

Analisis video berita MetroTV di tiktok berjudul “Pesawat Mahal, Jalan Lubang & Lampu Remang - Remang” menggunakan tiga elemen analisis wacana kritis Fairclough (Tabel 4) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Analisis wacana kritis Fairclough pada berita ““Pesawat Mahal, Jalan Lubang & Lampu Remang - Remang”

Elemen AWK	Hasil Analisis Video Berita
Teks Linguistik (Analisis gaya Bahasa)	Gaya bahasa yang digunakan dalam menyampaikan berita sangat gaul dan kekinian, penuh permainan kata dan sindiran ringan yang disampaikan seperti “ saya kan gen z juga, generasi Zoro” dan “jalannya berlubang, penerangannya ibarat jomblo butuh motivasi” kalimat-kalimat yang disampaikan tidak hanya sekedar hiburan tetapi tetap menyampaikan informasi mengenai kondisi keadaan sosial dan ekonomi selama mudik lebaran
<i>Discourse practice</i>	Tidak hanya sekedar memberikan informasi mengenai keadaan sosial ekonomi yang terjadi saat mudik tetapi juga menyampaikan narasi yang bersifat emosional dan personal yang membuat warga negara juga merasakan hal yang sama. Penyampiannya sangat melekat kepada kebiasaan anak muda terutama Gen Z dan Millennial
<i>Sociocultural Practice</i>	Pola komunikasi hiburan yang berhasil menggambarkan kondisi sosial Masyarakat Indonesia saat hari lebaran atau saat pulang kampung, membahas tentang masalah ekonomi, mahal nya harga transportasi bahkan masalah infrastruktur negara

Analisis video berita MetroTV di tiktok berjudul “Sepi Iklannya, Rame Beritanya!!” menggunakan tiga elemen analisis wacana kritis Fairclough (Tabel 5) adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Analisis wacana kritis Fairclough pada berita “Sepi Iklannya, Rame Beritanya!!”

Elemen AWK	Hasil Analisis Video Berita
Teks Linguistik (Analisis gaya Bahasa)	Gaya Bahasa yang digunakan sangat khas, humoris dan penuh dengan satir atau sindiran halus seperti “kalau mau wudhu tayamum aja, manfaatkan debu Pembangunan daripada mubazir” dan “jemaatnya masih harapan” gaya Bahasa yang digunakan merupakan gaya Bahasa kekinian yang sering digunakan anak muda khususnya generasi z dan milenial
<i>Discourse practice</i>	Informasi disampaikan dengan narasi yang santai dan lucu, tujuannya untuk mencapai generasi muda agar dapat menikmati berita dengan seru dan tidak terlalu tegang. Presenter tidak hanya menggambarkan informasi tetapi presenter juga mengkritik dengan kreatif dan memancing audiens untuk berinteraksi
<i>Sociocultural Practice</i>	Wacana yang di sampaikan menggambarkan kekecewaan public terhadap pembangunan IKN yang sampai saat ini belum jadi, pesan di sampaikan dengan sabar tetapi menyindir yang menggambarkan bahwa rakyat Indonesia juga sudah sering diberi janji janji manis oleh pemerintah

Dari hasil analisis empat video berita MetroTV dapat di lihat gaya bahasa yang digunakan memiliki pola yang sama dengan menggunakan gaya bahasa yang santai, humoris dan mendesain pesan dengan kreatif untuk mencapai target audiens. Gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa yang lekat dengan kehidupan anak muda khususnya generasi Z dan Milenial. Bahasa yang sedang viral dan isu yang sedang viral juga dilakukan saat menyampaikan berita seperti pada berita “Naik Gunung, Niatnya *Healing* Malah Jadi Pusing” padahal yang dibahas mengenai naik gunung tapi presenter juga mengaitkan dengan isu korupsi yang ada di indonesia. Gaya Bahasa kekinian yang digunakan bukan hanya untuk hiburan tetapi juga untuk menyampaikan kritik sosial, ekonomi, dan politik dengan cara

yang halus tetapi tetap tersampaikan.

Dari sisi praktik wacana atau *Discourse Practice* keempat video berita tersebut memperlihatkan pola komunikasi yang memang sengaja dirancang agar pesan yang disampaikan lebih ringan dan santai untuk mencapai target audiens muda atau generasi muda, narasi-narasi yang disampaikan tidak hanya mengandung informasi tetapi juga dapat membangkitkan emosi dan kedekatan personal kepada audiens, ini menunjukkan bahwa MetroTV tidak hanya menyampaikan berita tetapi juga memperhatikan perkembangan media sosial yang di mana pengguna terbanyak media sosial saat ini adalah anak muda yang lebih menyukai konten kreatif terutama konten hiburan.

Dalam praktik sosial budaya atau *Sociocultural Practice* keempat video berita MetroTV di Tiktok tersebut menggambarkan perubahan pola komunikasi dalam menyampaikan sebuah berita, memanfaatkan *trend* dan bahasa kekinian untuk menyampaikan isu-isu politik yang selama ini disampaikan dengan formal dapat dinikmati dengan santai dengan menambahkan hiburan dan pesan kreatif yang dirancang dengan gaya bahasa yang tepat.

Cara ini menunjukkan bahwa MetroTV peka terhadap algoritma tiktok atau kebutuhan masyarakat yang lebih menyukai gaya komunikasi yang lebih santai, tidak kaku dan penuh hiburan. Kritik-kritik disampaikan dengan cara yang tidak frontal atau ugal-ugalan, melainkan dengan cara yang santai penuh hiburan dan menyelipkan sindiran halus.

KESIMPULAN

Gaya bahasa yang digunakan dalam video-video tersebut cenderung tidak formal, bahkan bisa dikatakan sangat santai jika dibandingkan dengan gaya penyajian berita tradisional. Terdapat penggunaan metafora, sindiran halus, serta permainan kata yang tidak hanya membuat konten terasa lebih menarik, tetapi juga lebih mudah dipahami oleh audiens muda. Kalimat-kalimat yang digunakan sering kali mengandung unsur ironi yang dikemas secara ringan namun tetap menyampaikan kritik tajam terhadap isu-isu serius, seperti kasus korupsi, pembangunan infrastruktur, ketimpangan sosial, hingga kondisi politik nasional.

Penyampaian berita dengan gaya seperti ini memberi kesan bahwa MetroTV ingin membangun kedekatan emosional dengan audiensnya, sehingga informasi yang disampaikan terasa lebih personal dan relatable. Strategi ini secara tidak langsung menunjukkan adanya upaya adaptasi media terhadap perkembangan ekosistem digital. MetroTV sepertinya memahami bahwa TikTok adalah salah satu media sosial terpopuler di Indonesia saat ini, terutama di kalangan anak muda, menuntut bentuk komunikasi yang berbeda dibandingkan media arus utama lainnya.

Kecepatan informasi, kreativitas visual, serta gaya penyampaian yang ringan namun tetap substansial menjadi kunci agar sebuah konten dapat menarik perhatian di tengah derasnya arus informasi di TikTok. Dalam konteks ini, MetroTV terlihat cukup berhasil mengikuti perkembangan zaman, dengan mengadopsi gaya bahasa generasi baru yang dominan di platform tersebut. Pendekatan ini dapat dipandang sebagai bagian dari transformasi jurnalisme digital yang mulai menekankan aspek keterlibatan dan interaktivitas penonton.

Penyajian berita yang lebih komunikatif dan menghibur tidak serta-merta mengurangi nilai informasi, melainkan justru membuka peluang agar isu-isu penting dapat diakses dan dipahami oleh lebih banyak orang, terutama generasi muda yang selama ini cenderung menjauh dari berita serius. Dengan kata lain, pendekatan ini merupakan bentuk kompromi antara penyampaian informasi yang bertanggung jawab dan upaya menarik minat audiens digital.

MetroTV melalui kontennya di TikTok tidak hanya menjalankan fungsi informatif, tetapi juga fungsi hiburan dan edukasi secara bersamaan. Pendekatan ini menggambarkan adaptasi media arus utama terhadap perubahan karakter audiens dan perkembangan teknologi. Penyampaian berita tidak lagi kaku dan satu arah, melainkan bersifat interaktif, emosional, dan mudah dicerna, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong keterlibatan publik dalam memahami isu-isu sosial secara kritis namun menyenangkan.

Dengan melihat tren ini, dapat disimpulkan bahwa MetroTV sedang melakukan reposisi identitas medianya di ranah digital, dengan tetap mempertahankan nilai-nilai jurnalistik namun dalam kemasan yang lebih sesuai dengan selera zaman. Pendekatan tersebut menjadi bukti bahwa media massa kini tidak hanya bersaing dalam hal kecepatan dan akurasi, tetapi juga dalam kreativitas dan kemampuan membaca karakter penonton digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148. <https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286>
- Adittyanto, Putra, F. A., Alim, F. N., Suseno, M. T., Yudha, S., & Thohir, I. A. (2021). Dampak perkembangan teknologi internet dalam pembelajaran jarak jauh bagi siswa pada masa pandemi Covid-19. *Journal of Education and Technology*, 1(2), 93–103. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/jet/article/view/65>
- Azhari, D., Alifahsyahri, L., Sinaga, R. T., Bintang, S. D., Priscilla, V., Sipayung, B., Maulani, W. R., & Wahyu, A. (2024). Dampak Positif Edukasi Masyarakat di Era Digital. *Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 76–79. <https://doi.org/10.58812/sish.v1.i02>
- Dewi, N., & Nasution, D. A. D. (2023). Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pijar*, 1(3), 566–577. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/570%0Ahttps://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/download/570/179>
- Dianastiti Evi, F., & Mardikantoro Bakti, H. (2016). Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Harian Suara Merdeka, Harian Republika, Harian Kompas, dan Tabloid Derap Guru dalam Pembentukan Citra Guru. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 136–147. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka/article/view/13075/7156>
- Dito, S. B., & Pujiastuti, H. (2021). Dampak Revolusi Industri 4.0 Pada Sektor Pendidikan: Kajian Literatur Mengenai Digital Learning Pada Pendidikan Dasar dan Menengah. *Jurnal Sains dan Edukasi Sains*, 4(2), 59–65. <https://doi.org/10.24246/juses.v4i2p59-65>
- Efendi, E., Raefaldhi, M., & Al Farisi, M. S. (2023). Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Berdakwah. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 12–20. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3218>
- Gasa, F. M. (2019). Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pada Pernyataan Kontroversial Viktor Laiskodat. *Jurnal Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 8–14. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i1.16>
- Hermawanto, A., & Anggrani, M. (2020). Globalisasi, Revolusi Digital Dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik di Era Borderless World. *LPPM UPN VY Press*.
- Kulsum, U., & Muhid, A. (2022). Pendidikan Karakter melalui Pendidikan Agama Islam di Era Revolusi Digital. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 12(2), 157–170. <https://doi.org/10.33367/ji.v12i2.2287>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Madiistriyatno, H. (2023). *Jurnal Mentari: Manajemen Pendidikan dan Teknologi Informasi Media Sosial dalam Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan : Eksplorasi Masa Depan*. 2(1), 31–42.
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250–264. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i3.98>
- Marwah, M. (2022). Analisis Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Peserta Didik Kelas VIII Di MTs Muhammadiyah Wuring. *Holistic Science*, 2(1), 5–8. <https://doi.org/10.56495/hs.v2i1.107>
- Masyhuri, A. A., Pamulang, U., & Selatan, T. (2024). *Revolusi Digital Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia : Dampak Perkembangan Teknologi*. 2, 41–48.
- Nahdi, F., & Dhika, H. (2021). Analisis Dampak Internet of Things (IoT) Pada Perkembangan Teknologi di Masa Yang Akan Datang. *Integer: Journal of Information Technology*, 6(1), 33–40. <https://doi.org/10.31284/j.integer.2021.v6i1.1423>
- Parasetya, M. T. (2024). *Dampak Ekonomi Corporate Internet Reporting*. 4, 9677–9683.