



## **PENGARUH DISFEMISME DALAM JUDUL BERITA LEMBAGA PERS MAHASISWA RETORIKA**

DITA NURMAULIDIA RIZAL

Universitas PGRI Sumenep

NUR FARICHAH AKMALIYAH

Universitas PGRI Sumenep

SARIFATUL JANNAH

Universitas PGRI Sumenep

ARJUN SUPRIYANTO

Universitas PGRI Sumenep

ABDUL WAHAB

Universitas PGRI Sumenep

Penulis Korespondensi: Nur Farichah Akmaliyah

[far.liyah020305@gmail.com](mailto:far.liyah020305@gmail.com)

**Abstract.** *Journalistic language plays a crucial role in attracting readers' attention, particularly through the utilization of language style variations such as dysphemism in news headlines. This study aims to identify the distribution of language style variations (dysphemism, euphemism, and orthophemism) in the news headlines of the Student Press Institution (LPM) Retorika at Universitas PGRI Sumenep, as well as to measure their implications for readers' attention (views). The research method employed is descriptive quantitative. The population in this study consisted of 388 news headlines published from September 2025 to May 2026, with a valid sample of 109 news headlines filtered using the Immediate Constituent Analysis (BUL) technique. Data were analyzed using a simple descriptive statistical percentage formula divided into three quarterly periods. The results indicated that accumulatively, the orthophemism style was the most dominantly used (37.6%), followed by euphemism (35.8%) and dysphemism (26.6%). However, the periodic analysis revealed an anomaly in the third quarter (March–May 2026); when the publication quantity and viewership of euphemism and orthophemism plummeted sharply, news headlines categorized as dysphemism instead demonstrated quantitative stability (9 articles) and successfully dominated readers' attention absolutely with a total of 2,127 views. These findings empirically prove that the use of dysphemism in news headlines exerts a strong psychological stimulation effect (clickbait effect) to maintain readership amidst the sluggish circulation of campus information.*

**Keywords:** *Dysphemism, News Headlines, Readership, LPM Retorika.*

**Abstrak.** Bahasa jurnalistik memiliki peran krusial dalam menarik perhatian pembaca, salah satunya melalui pemanfaatan variasi gaya bahasa disfemisme pada judul berita. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi distribusi penggunaan variasi gaya bahasa (disfemisme, eufemisme, dan ortofemisme) pada judul berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Retorika. Universitas PGRI Sumenep serta mengukur implikasinya terhadap atensi pembaca (views).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 388 judul berita yang terbit dari September 2025 hingga Mei 2026, dengan sampel sah sebanyak 109 judul berita yang disaring menggunakan Teknik Bagi Unsur Langsung (BUL). Data dianalisis menggunakan rumus persentase statistik deskriptif sederhana yang dibagi ke dalam tiga periode triwulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara akumulatif, gaya bahasa ortofemisme paling dominan digunakan (37,6%), diikuti eufemisme (35,8%), dan disfemisme (26,6%). Namun,

analisis berkala menunjukkan adanya anomali pada triwulan ketiga (Maret–Mei 2026); di saat kuantitas publikasi dan jumlah pembaca eufemisme serta ortofemisme merosot tajam, judul berita berkategori disfemisme justru menunjukkan stabilitas kuantitas (9 artikel) dan berhasil mendominasi perolehan atensi pembaca secara mutlak dengan total 2.127 views. Temuan ini membuktikan secara empiris bahwa penggunaan disfemisme dalam judul berita memiliki pengaruh stimulasi psikologis yang kuat (clickbait effect) untuk mempertahankan keterbacaan (readership) di tengah lesunya sirkulasi informasi kampus.

**Kata kunci:** Disfemisme, Judul Berita, LPM Retorika

## 1. LATAR BELAKANG

Bahasa memiliki peranan penting dalam kehidupan sosial masyarakat karena menjadi sarana utama dalam proses komunikasi dan interaksi antarmanusia (Suprihatma, 2024). Bahasa digunakan sebagai alat untuk menyampaikan gagasan, perasaan, serta maksud tertentu kepada mitra tutur. Oleh karena itu, bahasa dapat dipahami sebagai representasi pikiran dan tujuan penggunaannya. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi yang memerlukan bahasa sebagai lambang bunyi yang disepakati bersama untuk menjalin hubungan sosial dengan orang lain.

Bahasa sebagai sarana interaksi dan ekspresi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga mampu merepresentasikan emosi dan sikap penuturnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa bahasa bersifat dinamis karena penggunaannya selalu dipengaruhi oleh situasi, kondisi, dan konteks tertentu. Dinamika bahasa dapat terlihat melalui berbagai perubahan makna, seperti penghalusan makna, pengasaran makna, perluasan makna, dan penyempitan makna. Dengan demikian, bahasa menjadi sarana yang memungkinkan seseorang mengungkapkan gagasan dan ide baik secara lisan maupun tulisan (Annur & Salamah, 2024).

Pemilihan kata dalam suatu tuturan dapat memberikan nilai rasa tertentu terhadap makna yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan hipotesis Sapir W.Frothingham juga menerakan pendapat Sapir bahwa realitas sosial masyarakat sebagian besar dibangun melalui kebiasaan berbahasa yang berkembang dalam suatu komunitas berkembang dalam suatu komunitas

Cara seseorang melihat, mendengar, dan memahami suatu peristiwa sering kali dipengaruhi oleh sistem bahasa yang digunakan dalam lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, bahasa memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang individu terhadap realitas sosial yang dihadapinya (Frothingham, 2026).

Dalam kajian semantik, Allan dan Burridge memperkenalkan konsep *X-phemism* yang terdiri atas eufemisme, disfemisme, dan ortofemisme. Eufemisme merupakan penggunaan kata atau frasa yang mengalami penghalusan makna, sedangkan disfemisme merupakan penggunaan kata atau frasa yang mengalami pengasaran makna. Adapun ortofemisme merupakan bentuk ungkapan yang bersifat netral, yaitu tidak terlalu kasar maupun terlalu halus. Ketiga konsep tersebut menunjukkan bahwa pemilihan kata dapat menghasilkan efek makna yang berbeda sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai (Allan & Burridge, 2006; Nurasih Wahyu, 2019).

Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi menjadi aspek penting

yang memengaruhi pola komunikasi masyarakat. Interaksi sosial saat ini tidak lagi terbatas pada aktivitas di luar jaringan, tetapi juga berlangsung melalui berbagai platform digital dan media sosial. Aktivitas daring, seperti membaca berita dan melakukan scrolling media sosial, telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi turut memengaruhi budaya komunikasi dan kebiasaan berbahasa masyarakat (Suprihatma, 2024)

Kontak sosial dalam jaringan (daring) memberikan dampak terhadap perkembangan kosakata dan variasi bahasa yang digunakan oleh penutur. Di satu sisi, media digital dapat memperkaya pengetahuan bahasa masyarakat. Namun, di sisi lain, paparan informasi yang sangat luas juga dapat memunculkan berbagai bentuk penggunaan bahasa yang bersifat negatif maupun positif. Akibatnya, kebiasaan berbahasa masyarakat dapat mengalami perubahan sesuai dengan intensitas interaksi yang terjadi di ruang digital (Annur & Salamah, 2024).

Masyarakat yang terdiri atas berbagai latar belakang profesi turut menjadi faktor dalam pembentukan variasi penggunaan bahasa. Dalam konteks jurnalistik, jurnalis sebagai penyampai informasi memiliki karakteristik pemilihan bahasa tersendiri. Penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam suatu pemberitaan sering kali dilakukan untuk memberikan efek makna tertentu kepada pembaca. Pemilihan kata tersebut dapat memperkuat pesan, membangun citra tertentu, serta memengaruhi cara pembaca memahami suatu peristiwa (Putri Melati & Liusti, 2025).

Karakteristik masyarakat yang memiliki rasa ingin tahu tinggi terhadap berbagai peristiwa membuat media massa menjadi salah satu sumber informasi yang penting. Media massa tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi sarana yang efektif dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap berbagai fenomena sosial. Oleh karena itu, keberadaan media massa memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat modern (Suprihatma, 2024).

Peran media dalam menghadirkan informasi yang aktual dan faktual menjadikan pemberitaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembacanya (Putri Melati & Liusti, 2025). Respons yang muncul dari pembaca sering kali dipengaruhi oleh cara media menyajikan informasi. Dalam hal ini, penggunaan bahasa yang memiliki nilai rasa tertentu menjadi salah satu strategi yang digunakan jurnalis untuk menarik perhatian dan membangun pemaknaan terhadap suatu peristiwa,

(Hasanah, 2024) Selain berpedoman pada kode etik jurnalistik, jurnalis juga dituntut untuk memiliki kreativitas dalam mengolah bahasa. Kreativitas tersebut tampak dalam kemampuan memilih diksi yang tepat sehingga informasi dapat disampaikan secara efektif sekaligus menarik perhatian pembaca. Bahasa jurnalistik pada akhirnya menjadi salah satu bentuk penggunaan bahasa yang memadukan unsur informatif dan kreatif dalam penyampaian berita.

Fenomena tersebut dapat dilihat dari banyaknya pemberitaan daring yang memperoleh perhatian tinggi dari pembaca karena penggunaan judul yang menarik dan memiliki kekuatan makna tertentu. Salah satu bentuk penggunaan

bahasa yang banyak ditemukan dalam judul berita adalah disfemisme. Oleh karena itu, kajian mengenai penggunaan disfemisme dalam pemberitaan menjadi penting untuk dilakukan.

Penelitian mengenai disfemisme telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Hasan, Sumarwati, dan Setiawan (2014) dalam penelitian berjudul “Pemakaian Disfemisme dalam Berita Utama Surat Kabar Joglo Semar” menemukan bahwa bentuk disfemisme yang digunakan dalam berita berupa kata dan frasa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan disfemisme bertujuan untuk menarik perhatian pembaca, memperkuat makna informasi, serta memberikan dampak terhadap pola berbahasa masyarakat.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Hasanah (2024) dengan judul “Analisis Penggunaan Eufemisme dan Disfemisme pada Berita Kriminal (Kasus Pelecehan Seksual Edisi November 2023 VIVA.co.id)”. Hasil penelitian menunjukkan adanya penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam bentuk kata, frasa, dan kalimat pada berita kriminal yang dianalisis.

Selanjutnya, penelitian oleh Ulfi, Firmansyah, dan Devi (2026) berjudul “Eufemisme dan Disfemisme pada Judul Berita Kasus Pelecehan Seksual di Kompas.com Januari 2024–2025”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari 310 judul berita yang dianalisis ditemukan 61 data eufemisme dan 38 data disfemisme. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan eufemisme dan disfemisme masih menjadi strategi kebahasaan yang banyak digunakan dalam media daring

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, kajian mengenai disfemisme umumnya berfokus pada bentuk, fungsi, dan penggunaan disfemisme dalam pemberitaan. Adapun penelitian ini memiliki fokus yang berbeda, yaitu mengkaji pengaruh penggunaan disfemisme dalam judul pemberitaan pada Lembaga Pers Mahasiswa Retorika. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian semantik, khususnya mengenai penggunaan disfemisme dalam media massa dan media kampus. Adapun judul dalam artikel ini yaitu “Pengaruh Disfemisme dalam Judul Pemberitaan Lembaga Pers Mahasiswa Retorika”.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### 1. Disfemisme

Menurut Allan dan Burrige (2006) dalam Hasanah I(2024), disfemisme adalah penggunaan ekspresi yang bersifat ofensif atau tidak menyenangkan sebagai pengganti ekspresi yang netral atau lebih sopan. Penggunaan disfemisme sering ditemukan dalam komunikasi politik, media massa, maupun percakapan sehari-hari untuk memperkuat efek emosional dan membentuk persepsi tertentu terhadap suatu realitas sosial.

Menurut Putri Melati dan Liusti (2025), disfemisme merupakan bentuk penggunaan bahasa yang berfungsi untuk menegaskan kritik, menampilkan ekspresi emosional, serta memperkuat makna negatif dalam suatu pemberitaan. Dalam media daring, penggunaan disfemisme sering ditemukan pada judul maupun

isi berita karena dianggap mampu meningkatkan daya tarik retorik dan membangun persepsi tertentu pada pembaca.

Berdasarkan pendapat Allan dan Burrige (2006) dalam Hasanah (2024) serta Putri Melati dan Liusti (2025), disfemisme dapat dipahami sebagai penggunaan kata atau ungkapan yang lebih kasar, tegas, atau bernilai negatif dibandingkan ungkapan yang netral. Penggunaan disfemisme bertujuan untuk memperkuat makna, menyampaikan kritik, menimbulkan efek emosional, serta memengaruhi cara pembaca atau pendengar memandang suatu peristiwa maupun objek tertentu.

## **2. Berita**

Menurut Effendy, Zakaria, dan Anggarana (2023), berita adalah bentuk penyajian informasi yang dipublikasikan kepada khalayak melalui media massa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, pendidikan, dan hiburan. Berita memuat fakta atau peristiwa yang dianggap penting sehingga layak diketahui oleh publik.

Sementara itu, Kompas (2024) menjelaskan bahwa berita merupakan teks yang berisi informasi mengenai peristiwa yang aktual, faktual, penting, dan menyangkut kepentingan khalayak luas yang dipublikasikan melalui media massa. Berita juga harus disajikan secara objektif, kronologis, serta menggunakan bahasa yang singkat, padat, dan jelas.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan mengenai suatu peristiwa atau fakta yang aktual, faktual, dan memiliki nilai penting bagi masyarakat, yang disampaikan melalui media massa dengan tujuan memberikan informasi secara cepat, jelas, dan objektif kepada khalayak.

## **3. Lembaga Pers Retorika Universitas PGRI Sumenep**

Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Retorika, Universitas PGRI Sumenep, berdiri pada tanggal 14 Februari 2000, yang diprakarsai oleh Abd. Kadir, mahasiswa STKIP PGRI Sumenep, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (Prodi PBSI) angkatan 1998.

LPM Retorika, merupakan Organisasi Mahasiswa (Ormawa) intra kampus tertua kedua di Universitas PGRI Sumenep, setelah UKM Sanggar Lentera. Pada awalnya LPM Retorika bernama LPM STKIP PGRI Sumenep, yang pada akhirnya berubah nama menjadi LPM Retorika. Abd. Kadir menjabat sebagai Pimpinan Umum dari tahun 2000-2003.

Guna mengiringi dinamisasi kehidupan, LPM Retorika sebagai media Pers Mahasiswa bergelut dalam berbagai bentuk media, seperti halnya Koran Kampus. (Koran Retorika), Buletin Lugas, Majalah Retorika, Media Online ([mediaretorika.com](http://mediaretorika.com)), LPM Retorika menerima segala bentuk tulisan yang akan ditayangkan diwebsite [mediaretorika.com](http://mediaretorika.com) bagi yang lolos seleksi.

Adapun struktur kepengurusan LPM Retorika, periode 2025-2026, terdiri dari: Pembina, Dewan Pertimbangan Organisasi (DPO), Pimpinan Umum

Sekretaris Jenderal, Bendahara, Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana, Editor, Reporter, Desain Grafis, Fotografer/Videografer, Manager Keorganisasian, Divisi Jaringan & Komunikasi, Divisi Kaderasi, Divisi Podcast.

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menghitung, dan mendeskripsikan secara objektif distribusi frekuensi atau persentase kemunculan unsur kebahasaan tertentu tanpa melakukan pengujian hipotesis kausalitas.

Hal ini sejalan dengan pandangan Sugiyono (2022) yang menyatakan bahwa metode deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya melalui penyajian statistik sederhana.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh judul berita yang diterbitkan dalam dua rentang waktu, yaitu periode akhir empat bulan di tahun 2025 (September-Desember) dan periode fase awal tahun 2026 (Januari-Mei), dengan total populasi sebanyak 388 judul berita. Data kebahasaan yang berwujud kata atau frasa dari seluruh judul berita tersebut nantinya ditransformasikan ke dalam satuan numerik berupa frekuensi angka agar dapat diolah secara statistik deskriptif.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dirancang secara terstruktur melalui kombinasi teknik dokumentasi, teknik simak bebas libat cakap, dan teknik studi pustaka. Pertama, teknik dokumentasi diterapkan untuk menghimpun, mengarsipkan, dan merekam seluruh data tertulis berupa 388 judul berita pada rentang periode yang telah ditentukan.

Kedua, teknik simak bebas libat cakap dilakukan karena objek penelitian ini berupa judul berita tertulis di media massa, di mana peneliti bertindak sebagai pengamat murni tanpa terlibat langsung dalam peristiwa tutur. Berdasarkan teori

Mahsun (2021), dalam teknik simak bebas libat cakap (SBLC), peneliti hanya memosisikan diri sebagai penyimak penggunaan bahasa tanpa ikut terlibat dalam proses pembicaraan yang melahirkan data tersebut, sehingga keaslian data tekstual dapat terjaga secara objektif.

Ketiga, teknik studi pustaka diaplikasikan untuk mengumpulkan landasan teoretis dan konsep kebahasaan mutakhir yang relevan guna mendukung akurasi analisis data. Setelah data dikumpulkan, keabsahan dan validitas klasifikasi data kebahasaan yang akan dihitung secara kuantitatif diuji menggunakan teknik dasar Bagi Unsur Langsung (BUL).

Di bawah payung metodologi linguistik menurut Sudaryanto (2015), teknik BUL difungsikan sebagai instrumen validitas struktural untuk menguji ketepatan penggalan satuan lingual dengan cara membagi satuan bahasa menjadi beberapa bagian atau unsur langsung pembentuknya. Pengujian ini memastikan bahwa setiap data kebahasaan dari 388 judul berita telah

dikategorikan ke dalam tabel pengkodean secara tepat dan ajeg sebelum dihitung persentasenya.

Tahapan akhir dari metode ini adalah analisis data, yakni seluruh data dihitung frekuensi kemunculannya menggunakan rumus persentase statistik deskriptif sederhana, untuk kemudian hasilnya diuraikan secara deskriptif-naratif guna memaparkan kecenderungan fenomena penggunaan bahasa yang dominan pada media massa tersebut.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan data empiris hasil pengolahan mengenai penggunaan variasi gaya bahasa (disfemisme, eufemisme, dan ortofemisme) pada judul berita Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Retorika Universitas PGRI Sumenep, serta implikasi langsungnya terhadap minat baca mahasiswa yang diukur melalui akumulasi jumlah tayangan (views). Seluruh data dalam penelitian ini diklasifikasikan secara kronologis ke dalam tiga periode pementasan triwulan, yang mencakup rentang waktu dari bulan September 2025 hingga Mei 2026. Pendekatan berkala ini diterapkan untuk melihat pola pergeseran kecenderungan redaksi dan respons psikologis pembaca secara objektif.

##### 1. Penerapan Teknik Bagi Unsur Langsung (BUL) Dalam Klasifikasi Data

Sebelum data diolah ke dalam bentuk statistik deskriptif kuantitatif, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian validitas struktural terhadap sediaan data kebahasaan menggunakan Teknik Bagi Unsur Langsung (BUL). Langkah ini krusial untuk mengisolasi diksi (kata atau frasa) spesifik yang bermuatan gaya bahasa *X-phemism* (disfemisme, eufemisme, atau ortofemisme) dari keseluruhan struktur kalimat judul berita.

Proses pemotongan satuan lingual dilakukan secara bertahap berdasarkan urutan unsur langsung pembentuknya hingga mencapai satuan terkecil yang menjadi inti makna. Berikut disajikan contoh konkret penerapan teknik BUL pada ketiga kategori gaya bahasa yang ditemukan dalam data penelitian:

###### a. Analisis BUL pada Kategori Disfemisme

Analisis diterapkan pada judul berita: "*Polemik Tugas Publikasi di Jurnal Sinta 4, Kaprodi PGSD UPI Sumenep Tanggapi dengan Hati-hati*" (Total: 814 Views).

Tahapan Teknik BUL:

- a) Pemotongan Tahap 1 (membagi kalimat menjadi unsur klausa masalah dan unsur klausa respon tokoh): [Polemik Tugas Publikasi di Jurnal Sinta 4] [Kaprodi PGSD UPI Sumenep Tanggapi dengan Hati-hati].
- b) Pemotongan Tahap 2 (memotong unsur klausa masalah menjadi satuan kata pembentuknya): [Polemik] [Tugas Publikasi] [di Jurnal Sinta 4].
- c) Kata "*Polemik*" dipilih oleh redaksi sebagai bentuk disfemisme untuk menggantikan kata yang bermakna netral seperti "*perbedaan pendapat*" atau "*diskusi*". Secara semantis, penggunaan kata "*polemik*" memberikan efek pengasaran makna yang dramatis,

seolah-olah telah terjadi konflik besar atau ketegangan yang serius di lingkungan prodi. Strategi pemilihan diksi tajam ini terbukti sangat memengaruhi psikologis massa, menjadikan judul ini sebagai artikel disfemisme yang paling dominan dengan raihan 814 views.

#### **b. Analisis BUL pada Kategori Eufemisme**

Analisis diterapkan pada judul berita: "*Dosen UPI Sumenep Tanggapi Persepsi Publik soal Pembelajaran via TikTok*" (Total: 734 Views).

Tahapan Teknik BUL:

- a) Pemotongan Tahap 1 (membagi kalimat menjadi unsur subjek pelaku dan unsur predikat tindakan): [Dosen UPI Sumenep] [Tanggapi Persepsi Publik soal Pembelajaran via TikTok].
- b) Pemotongan Tahap 2 (memotong klausa tindakan untuk mengisolasi objek frasa makna): [Tanggapi] [Persepsi Publik] [soal Pembelajaran via TikTok].

Frasa "*Persepsi Publik*" diklasifikasikan sebagai eufemisme karena berfungsi sebagai bentuk penghalusan kata untuk menggantikan istilah yang lebih kasar atau konfrontatif seperti "*kritik pedas*", "*keluhan netizen*", atau "*protes mahasiswa*". Redaksi secara sadar menggunakan eufemisme ini untuk memitigasi kesan negatif dan menjaga martabat institusi perguruan tinggi di ruang digital. Penghalusan judul yang dikemas secara elegan ini terbukti tetap mampu memicu rasa penasaran khalayak hingga mencapai 734 views.

#### **c. Analisis BUL pada Kategori Ortofemisme**

Analisis diterapkan pada judul berita: "*Kuota KIP Terbatas, Pimpinan UPI Sumenep Tegaskan Tetap Cari Jalan bagi Mahasiswa*" (Total: 1.066 Views).

Tahapan Teknik BUL:

- a) Pemotongan Tahap 1 (membagi kalimat menjadi unsur klausa kondisi dan unsur klausa solusi): [Kuota KIP Terbatas] [Pimpinan UPI Sumenep Tegaskan Tetap Cari Jalan bagi Mahasiswa].
- b) Pemotongan Tahap 2 (memotong klausa solusi berdasarkan frasa-frasa pembentuk fungsi kalimat): [Pimpinan UPI Sumenep] [Tegaskan] [Tetap Cari Jalan] [bagi Mahasiswa].

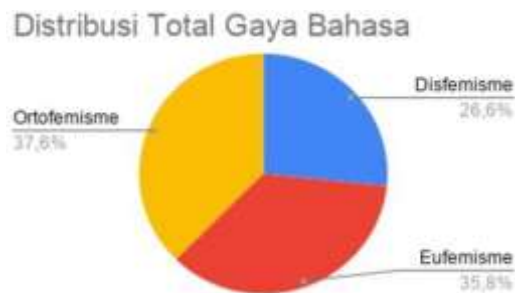
Kata "Terbatas", "Tegaskan", dan frasa "Cari Jalan". Kata dan frasa yang berhasil diisolasi dikategorikan sebagai bentuk ortofemisme karena sifat pengungkapannya yang sangat literal, jujur, denotatif, dan sepenuhnya netral. Redaksi sama sekali tidak berupaya memperhalus fakta (eufemisme) maupun memperkasar situasi (disfemisme). Penggunaan bahasa yang apa adanya dan objektif ini justru mendapatkan respons tertinggi dari seluruh data penelitian, yakni menembus 1.066 views, karena pembaca membutuhkan kejelasan informasi yang valid terkait hak beasiswa mereka.

## **2. Distribusi Akumulatif Kategori Gaya Bahasa pada Judul Berita**

Berdasarkan analisis tekstual komprehensif terhadap keseluruhan judul berita yang diterbitkan oleh LPM Retorika selama periode sembilan bulan penelitian, teridentifikasi sebanyak 109 artikel yang secara jelas memenuhi kriteria tipologi gaya bahasa disfemisme, eufemisme, maupun ortofemisme. Distribusi frekuensi beserta persentase dari masing-masing kategori gaya bahasa tersebut secara akumulatif dipaparkan pada Tabel 1 di bawah ini:

Kategori Gaya Bahasa	Jumlah Berita (Frekuensi)	Persentase (%)
Disfemisme	29	26,6%
Eufemisme	39	35,8%
Ortofemisme	41	37,6%
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100,0%</b>

Merujuk pada data yang tersaji pada Tabel 1, gaya bahasa **Ortofemisme**

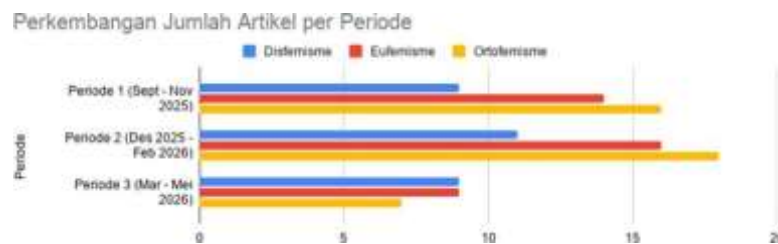


merupakan kategori yang paling dominan digunakan dalam formulasi judul berita oleh LPM Retorika, dengan kontribusi mencapai 37,6% atau setara dengan 41 artikel. Kategori **Eufemisme** menempati posisi kedua dengan selisih yang sangat tipis, yaitu sebesar 35,8% (39 artikel). Sementara itu, penggunaan gaya bahasa Disfemisme berada pada posisi paling rendah dengan porsi sebesar 26,6% atau sebanyak 29 artikel. Konfigurasi data makro ini mengindikasikan bahwa secara umum, jajaran redaksi LPM Retorika masih cenderung memprioritaskan penyampaian informasi dengan diksi standar yang objektif (ortofemisme) serta upaya penghalusan istilah (eufemisme) guna menjaga kesantunan bahasa dan stabilitas sirkulasi informasi di lingkungan akademik kampus.

### 3. Fluktuasi Kuantitas Penerbitan Artikel per Periode Triwulan

Untuk memetakan dinamika produktivitas serta kecenderungan editorial jurnalis mahasiswa secara berkala, data volume artikel dipecah ke dalam tiga segmen waktu triwulan. Perkembangan kuantitas dari masing-masing kategori gaya bahasa tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 2 berikut:

Periode Analisis	Disfemisme	Eufemisme	Ortofemisme
<b>Periode 1</b> (September - November 2025)	9	14	16
<b>Periode 2</b> (Desember 2025- Februari 2026)	11	16	18
<b>Periode 3</b> (Maret- Mei 2026)	9	9	7



Data pada Tabel 2 menyingkap adanya pola fluktuasi produksi yang dinamis dan terstruktur dari waktu ke waktu:

a. Transisi Periode 1 ke Periode 2

Terjadi tren peningkatan volume penerbitan di seluruh lini kategori gaya bahasa. Peningkatan tertinggi dicatat oleh kategori Ortofemisme yang melonjak dari 16 artikel menjadi 18 artikel, disusul oleh peningkatan eufemisme dan disfemisme yang masing-masing naik sebanyak 2 artikel. Hal ini mencerminkan tingginya iklim aktivitas kemahasiswaan dan dinamika peristiwa kampus pada rentang waktu tersebut.

b. Transisi Periode 2 ke Periode 3

Iklim produktivitas artikel secara umum mengalami penurunan drastis di semua kategori. Penurunan paling tajam terjadi pada kategori Ortofemisme yang merosot dari 18 artikel menjadi hanya 7 artikel, serta Eufemisme yang berkurang dari 16 menjadi 9 artikel. Penurunan ini diasumsikan berkorelasi dengan siklus akhir tahun akademik atau masa jeda kegiatan organisasi kampus.

c. Anomali Kategori Disfemisme

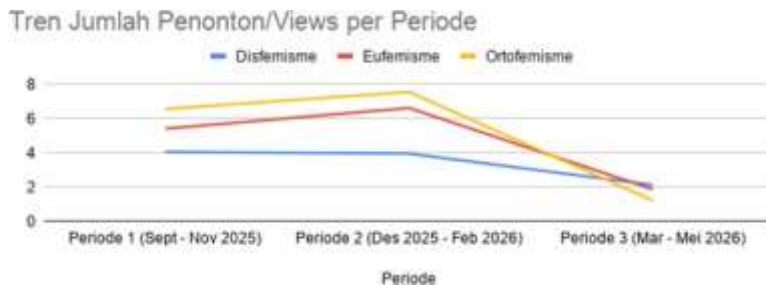
Kemerosotan tajam produksi artikel ortofemisme dan eufemisme pada Periode 3, volume artikel berbasis disfemisme terbukti menunjukkan stabilitas yang tinggi. Jumlah artikel disfemisme pada Periode 3 tetap bertahan di angka 9 artikel, menyamai kuantitas produksi awal pada Periode 1. Fenomena ini menunjukkan adanya keputusan editorial yang sengaja mempertahankan diksi tajam ketika kuantitas isu mulai berkurang.

**4. Implikasi Pemilihan Gaya Bahasa terhadap Atensi**

### Pembaca (Views)

Analisis paling krusial dalam penelitian ini diarahkan untuk menguji efektivitas empiris dari variasi diksi judul terhadap minat baca mahasiswa. Akumulasi total tayangan (views) pembaca untuk setiap kategori gaya bahasa pada tiap periode dijabarkan melalui Tabel 3 berikut:

Kategori Gaya Bahasa	Periode 1 (Sept-Nov 2025)	Periode 2 (Des 2025-Feb 2026)	Periode 3 (Mar-Mei 2026)
Disfemisme	4.055	3.953	2.127
Eufemisme	5.408	6.614	1.874
Ortofemisme	6.555	7.551	1.221



Melalui paparan data statistik pada Tabel 3, ditemukan konfirmasi hubungan kausalitas yang sangat signifikan antara pemilihan model judul berita dengan tingkat keterbacaan (readership):

Pada Periode 1 dan Periode 2, akumulasi penonton tertinggi secara konsisten diraih oleh judul berita dengan gaya bahasa Ortofemisme (mencapai puncaknya di angka 7.551 views) dan Eufemisme (6.614 views). Tingginya perolehan ini berbanding lurus dengan tingginya kuantitas publikasi artikel pada kedua periode tersebut, yang didominasi oleh pemberitaan formal, prestasi, dan kegiatan struktural universitas. Namun, sebuah temuan inti (key finding) yang sangat menarik muncul pada Periode 3. Ketika iklim produktivitas artikel merosot dan jumlah penonton artikel eufemisme serta ortofemisme jatuh ke titik terendah (masing-masing hanya memperoleh 1.874 dan 1.221 views), judul berita dengan kategori Disfemisme justru sukses memimpin pasar secara mutlak dengan total tayangan 2.127 views.

Fakta ini membuktikan bahwa gaya bahasa disfemisme memiliki daya pikat atau stimulasi psikologis yang jauh lebih kuat untuk mempertahankan atensi massa di tengah minimnya ketertiban membaca isu-isu umum. Penggunaan diksi yang bernada kritis, konfrontatif, kasar, atau tajam terbukti mampu memicu efek rasa ingin tahu pembaca secara instan, sehingga berfungsi efektif sebagai instrumen penarik perhatian (clickbait effect) yang mengungguli gaya penyajian konvensional lainnya.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun redaksi LPM Retorika secara akumulatif lebih dominan menggunakan judul berita berkategori ortofemisme (37,6%) dan eufemisme (35,8%) dibandingkan disfemisme (26,6%), terdapat anomali signifikan pada triwulan ketiga. Di saat kuantitas publikasi serta jumlah pembaca artikel eufemisme dan ortofemisme merosot tajam, judul berkategori disfemisme menunjukkan stabilitas kuantitas yang konsisten dengan tetap memproduksi 9 artikel. Lebih lanjut, kategori disfemisme terbukti sukses memimpin pasar secara mutlak dengan raihan 2.127 views. Temuan ini menegaskan bahwa pemilihan diksi disfemisme pada judul berita memiliki pengaruh stimulasi psikologis yang kuat berupa efek penarik perhatian (clickbait effect) dalam mempertahankan tingkat keterbacaan (readership) khalayak di tengah lesunya sirkulasi informasi kampus.

## DAFTAR REFERENSI

- Hasanah, I. (2024). *Analisis penggunaan eufemisme dan disfemisme pada berita kriminal (kasus pelecehan seksual edisi November 2023 VIVA.co.id)* (Disertasi doktoral). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ulfi, F., Firmansyah, D., & Devi, A. A. K. (2026). EUFEMISME DAN DISFEMISME PADA JUDUL BERITA KASUS PELECEHAN SEKSUAL DI KOMPAS.COM JANUARI (2024–2025). *Jurnal Bastra (Bahasa dan Sastra)*, 11(1), 321-330.
- Putri Melati, S., & Liusti, S. A. (2025). Eufemisme dan disfemisme dalam berita online Kompas.id periode 2024. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3), 30455–30460. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i3.32376>
- Effendy, E., Zakaria, Z., & Anggarana, A. (2023). Dasar dasar penulisan berita. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 4041–4044. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.13888>
- Nurasih Wahyu. (2019). *Penggunaan X Femisme dalam debat pilkada DKI 2017*. Lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta
- Kompas.com. (2024, December 3). *Pengertian teks berita, ciri-ciri, unsur, dan contohnya*. Kompas.com.
- Frothingham, M. B. (2026, May 18). *Sapir–Whorf hypothesis (linguistic relativity hypothesis)*. Simply Psychology.
- Suprihatma. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Jurnalistik pada Media Massa Online. *Journal on Education*, 6(2), 11011–11018.
- Mahsun. (2021). *Metode penelitian bahasa: Tahapan, strategi, dan tekniknya*. Depok: Rajawali Pers.