

Efektivitas Judul Hardnews dan Softnews dalam Media Prancis = The Effectiveness of Hardnews and Softnews Headlines in French Media

Nabila Nurunnisa Frendra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524881&lokasi=lokal>

Abstrak

Perbedaan kategori berita yang terdiri dari hardnews dan softnews menghadirkan perbedaan penulisan dalam berita. Sebagai salah satu bagian penting dalam berita, judul memiliki perannya masing-masing. Dalam menguraikan struktur judul, aspek sintaksis digunakan untuk melihat efektivitas kalimat dalam judul berita. Penelitian ini membahas aspek sintaksis sebagai strategi yang digunakan dalam penjudulan berita hardnews dan softnews dalam media Prancis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi kepustakaan sebagai teknik pengumpulan data dengan korpus berupa berita mengenai pembubaran gerakan *Génération Identitaire* (GI). Tujuan penelitian ini adalah untuk memperlihatkan peran aspek sintaksis dalam strategi penjudulan berita hardnews dan softnews terkait isu *Génération Identitaire* dalam media Prancis. Penelitian ini mengkaji judul-judul berita dari media kiri dan kanan di Prancis, yaitu *Libération* dan *Le Figaro* dengan menggunakan konsep kategori berita Reinemann et al., teori sintaksis Le Querler, konsep fungsi judul Gattani. Kategori berita softnews ditemukan lebih banyak pada *Le Figaro* yang menunjukkan strategi menghadapi isu pembubaran. Efektivitas ditemukan pada judul berita hardnews melalui penggunaan bahasa yang lugas. Pada judul softnews terdapat beberapa strategi seperti ketiadaan pivot (inti kalimat) dan pelepasan verba sebagai sarana untuk memikat pembaca, sebab softnews adalah berita dengan relevansi rendah. Pada judul hardnews, keseragaman ditemukan berupa penggunaan phrase simple. Tidak ditemukan perbedaan judul antara *Libération* dan *Le Figaro*. Dengan demikian, ideologi media tidak memengaruhi strategi penjudulan, tetapi berpengaruh dalam cara pemberitaan.

.....The variation of news categories consisting of hardnews and softnews presents news writing differences. As an important part of the news, the title has its own role. In describing the structure of the title, the syntactic aspect is used to see the effectiveness of the sentence in the news title. This article discusses syntactic aspects as a strategy that is used in the headline of hardnews and softnews in French media. This research uses qualitative methods with literature study as data collection technique. The corpus of this research is the news about the dissolution of *Génération Identitaire* (GI) movement. The purpose of this study is to show the role of syntactic aspects in the strategy of headlines for hardnews and softnews related to the issue of GI in the French media. This study examines news titles from the left and right media in France, namely *Libération* and *Le Figaro* by using the concept of news categories by Reinemann et al., Le Querler's syntactic theory, the concept of the function of titles by Gattani. The softnews category is found more in *Le Figaro* which shows strategies to deal with the issue of disbandment. Effectiveness is found in hardnews headlines through the use of straightforward language. In the title of softnews there are several strategies such as the absence of pivots (core sentences) and the elimination of verbs as a means to attract readers, because softnews related with low relevance. In the hardnews title, uniformity is found in the use of simple phrases. No title differences were found between *Liberation* and *Le Figaro*. Thus, the ideology of the media does not affect the title strategy but influences the way it is reported.