

**ANALISIS PENGGUNAAN GAYA BAHASA PADA JUDUL BERITA HARIAN  
KOMPAS EDISI MARET DAN APRIL 2009**

**Heni Nur'aeni**

Universitas Indraprasta PGRI  
e-mail : [ridhoheni9@gmail.com](mailto:ridhoheni9@gmail.com)

**ABSTRAK**

Dalam jurnalistik, bahasa memegang peran penting, terutama dalam penulisan judul berita yang berfungsi sebagai daya tarik utama bagi pembaca. Oleh karena itu, pemilihan gaya bahasa dalam judul menjadi aspek krusial yang mencerminkan cara berpikir penulis. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis penggunaan gaya bahasa dalam judul berita Harian Kompas edisi Maret dan April 2009. Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis judul berita pada surat kabar harian Kompas ini adalah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif dengan pendekatan stilistika untuk menganalisis jenis gaya bahasa yang dominan dan fungsinya dalam konteks jurnalistik. Data penelitian terdiri dari kumpulan judul berita dari Harian Kompas edisi Maret dan April 2009 yang dianalisis berdasarkan kategori gaya bahasa yang relevan. Penggunaan gaya bahasa ini agar judul berita lebih hidup, lebih menarik, juga agar pembaca lebih tertarik dan berminat untuk membaca harian ibukota, khususnya harian Kompas. Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya bahasa personifikasi dan metafora paling dominan dalam judul berita Harian Kompas, yang mampu membuat isi berita lebih hidup dan memperkaya pemahaman pembaca. Gaya bahasa dalam surat kabar ini tidak hanya efektif secara komunikatif, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran Bahasa Indonesia yang kontekstual dan aplikatif di sekolah.

**Kata Kunci:** *Gaya Bahasa, Judul Harian Kompas*

**ABSTRACT**

In journalism, language plays an important role, especially in writing news headlines that serve as the main attraction for readers. Therefore, the choice of language style in the title becomes a crucial aspect that reflects the author's way of thinking. The purpose of this study is to identify and analyze the use of language styles in the headlines of the Kompas Daily in the March and April 2009 editions. The research method used to analyze the headlines in the Kompas daily newspaper is to use qualitative descriptive techniques with a stylistic approach to analyze the dominant types of language styles and their functions in a journalistic context. The research data consists of a collection of news headlines from the Kompas Daily in the March and April 2009 editions which were analyzed based on relevant language style categories. The use of this language style is to make the headlines more lively, more interesting, and also to make readers more interested and keen to read the capital city daily, especially the Kompas daily. The results of the analysis show that the personification and metaphor language styles are the most dominant in the Kompas Daily news headlines, which are able to make the news content more alive and enrich the reader's understanding. The language style in this newspaper is not only communicatively effective, but can also be used as a contextual and applicable source of Indonesian language learning in schools.

**Keywords:** *Style of Language, Kompas Daily title*

**PENDAHULUAN**

Bahasa merupakan alat komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mencerminkan cara berpikir dan cara pandang penuturnya. Dalam dunia jurnalistik

bahasa memiliki peran sangat penting terutama dalam penulisan judul berita. Judul tidak hanya berfungsi sebagai pengantar isi berita tetapi juga sebagai daya tarik utama yang menentukan minat pembaca untuk melanjutkan membaca. Oleh karena itu pemilihan gaya bahasa dalam penulisan judul menjadi aspek krusial dan menarik untuk dianalisis.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2005), gaya bahasa didefinisikan sebagai cara khas atau ciri khusus dalam menggunakan bahasa yang dapat memberikan nuansa tertentu pada tulisan atau ucapan. Definisi ini mendasari pentingnya analisis terhadap variasi penggunaan bahasa dalam judul berita surat kabar sebagai wujud ekspresi retorik yang khas dari masing-masing penerbit. Sejalan dengan itu, Martinus (2001) juga menyoroti pentingnya pemahaman terhadap kata-kata serapan dalam memperkaya gaya bahasa, yang turut membentuk karakteristik dan daya tarik suatu teks.

Dalam kajian gaya bahasa, pemilihan kata atau diksi memegang peranan yang sangat penting karena melalui diksi itulah makna dan nuansa sebuah teks dapat terbentuk secara efektif. Menurut Keraf (2002) dalam bukunya *Diksi dan Gaya Bahasa*, gaya bahasa adalah cara khas dalam memilih dan mengolah kata-kata sehingga menciptakan ekspresi yang unik dan komunikatif. Konsep ini sangat relevan dalam konteks penulisan judul berita surat kabar, di mana pemilihan gaya bahasa menjadi strategi untuk menyampaikan informasi secara menarik sekaligus efektif.

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan dunia informasi berlangsung sangat pesat. Kebutuhan manusia akan informasi meningkat dan diperoleh melalui berbagai media seperti televisi, radio, majalah, surat kabar, bahkan dari mulut ke mulut. Salah satu media informasi yang banyak digemari masyarakat adalah surat kabar karena selain harganya lebih murah, berita yang dianggap penting dapat disimpan. Surat kabar merupakan lembaran kertas yang bertuliskan kabar dan sebagainya, terbit dalam kolom terbagi setiap hari atau secara periodik. Dalam menyampaikan maksud dan tujuan, penerbit menggunakan retorika dalam bentuk tulisan agar informasi yang disampaikan mencapai tujuannya. Jika pada zaman lampau retorika lebih menekankan seni berpidato, kini dengan kemajuan teknologi, peranan retorika dalam wujud seni berpidato digantikan oleh seni menggunakan bahasa tulis. Dari bermacam cara penerbit menyampaikan informasi, beragam pula gaya bahasa yang digunakan, yang mencerminkan kekhasan masing-masing penerbit. Perbedaan ini menjadi cerminan keragaman retorika dalam surat kabar, namun pada dasarnya tujuan utamanya tetap sama, yaitu menyampaikan informasi secara aktual dan faktual.

Penelitian oleh Suryadi (2015) menunjukkan bahwa dalam wacana opini surat kabar, strategi retorika yang dominan adalah pembenaran (46,4%), yang bersifat subjektif dan bertujuan membentuk opini publik, sedangkan strategi berbasis data paling jarang digunakan (3,6%). Selain itu, penelitian dalam *Jurnal Pendidikan Ilmu Manusia* (2024) menunjukkan bahwa gaya bahasa personifikasi secara signifikan digunakan untuk menghidupkan objek berita dan meningkatkan keterlibatan pembaca. Sementara itu, studi stilistika oleh Ilham (2023) mengidentifikasi penggunaan metafora, perifrasis, dan alegori dalam kolom opini surat kabar sebagai sarana retorik yang mencerminkan karakter penulis dan memperkuat daya persuasif teks. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa surat kabar tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memanfaatkan kekuatan gaya bahasa dan retorika untuk membentuk persepsi dan pemahaman publik secara lebih efektif.

Harian Kompas sebagai salah satu surat kabar nasional yang memiliki pengaruh besar di Indonesia dikenal dengan gaya penulisan khas cermat dan informatif. Judul berita Harian Kompas banyak menggunakan gaya bahasa tertentu untuk menimbulkan kesan mendalam menggugah rasa ingin tahu dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Gayabasa seperti

metafora personifikasi hiperbola dan eufemisme kerap ditemukan dalam judul-judul berita Kompas.

Penelitian ini berfokus pada analisis penggunaan gaya bahasa dalam judul berita Harian Kompas edisi Maret dan April 2009. Pemilihan periode ini didasarkan pada keinginan untuk melihat potret penggunaan gaya bahasa dalam konteks pemberitaan pada waktu tertentu. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi jenis gaya bahasa yang digunakan frekuensi kemunculannya serta fungsi dan efek yang ditimbulkan dalam konteks judul berita.

Dalam konteks teori terbaru penelitian oleh Agustina dan Burhanuddin (2022) menunjukkan bahwa penggunaan verba dasar turunan dan frasa verbal dalam judul berita dapat membentuk gaya bahasa metafora dan personifikasi yang memperkaya makna dan menarik perhatian pembaca. Selain itu studi oleh Dewi (2019) mengungkapkan bahwa media online seperti detikcom cenderung menggunakan bahasa nonbaku dalam judul berita untuk menarik minat pembaca sementara kompascom lebih konsisten menggunakan bahasa baku menunjukkan bahwa judul menarik tidak harus menggunakan bahasa tidak baku. Penelitian lain oleh Renovriskha dan Fitriana (2023) menemukan bahwa dalam 100 judul berita yang dianalisis terdapat penggunaan diksi denotatif sebanyak 49 kata konotatif 40 kata kata umum 3 kata dan kata khusus 6 kata yang menunjukkan variasi penggunaan diksi dalam judul berita.

Dengan mempertimbangkan temuan temuan tersebut penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana gaya bahasa digunakan dalam judul berita untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi secara efektif khususnya dalam konteks Harian Kompas pada periode Maret dan April 2009.

Dalam konteks penyampaian informasi melalui media cetak seperti surat kabar, retorika memegang peranan penting sebagai seni berkomunikasi yang efektif. Hendrikus dan Don Wuwur (1991) dalam bukunya *Retorika: Tampil Berpidato, Berdiskusi Berargumentasi, Bernegosiasi* menjelaskan bahwa retorika tidak hanya berkaitan dengan seni berbicara, tetapi juga mencakup cara menggunakan bahasa secara strategis untuk mencapai tujuan komunikasi. Hal ini relevan dalam dunia jurnalistik, khususnya dalam penulisan judul berita, di mana penggunaan gaya bahasa merupakan salah satu bentuk retorika tulisan yang bertujuan menarik perhatian pembaca sekaligus menyampaikan pesan secara efektif dan persuasif.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan stilistika, yaitu cabang ilmu linguistik yang mengkaji variasi penggunaan bahasa dalam teks, baik sastra maupun non-sastra, untuk mengungkap kekhasan gaya bahasa yang digunakan. Stilistika memungkinkan analisis mendalam terhadap unsur-unsur kebahasaan seperti pilihan kata, struktur kalimat, dan penggunaan majas yang menciptakan efek tertentu dalam komunikasi. Menurut Wellek dan Warren (2003:163), pendekatan stilistika memperhatikan kekhasan gaya bahasa dan mempelajari kecenderungan yang membedakan gaya tersebut dari sistem linguistik umum. Sejalan dengan itu, Leech dan Short (2007) menyatakan bahwa stilistika merupakan studi tentang hubungan antara bentuk linguistik dan fungsi dalam konteks tertentu, serta menekankan pentingnya analisis bahasa yang digunakan oleh pengarang untuk tujuan tertentu. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis gaya bahasa dalam judul berita Harian Kompas edisi Maret dan April 2009.

Konsepsi pendekatan stilistika mencerminkan pandangan bahwa gaya bahasa dalam karya sastra merupakan ekspresi puncak kreativitas bahasa. (1) Pendekatan ini menganggap bahwa kemampuan seorang sastrawan dalam mengeksplorasi bahasa secara maksimal mencerminkan bakat artistik yang luar biasa. (2) Analisis melalui pendekatan stilistika dilakukan secara mendalam, mencakup penggunaan bahasa simbolik, kemampuan dalam

memilih diksi, dan struktur kalimat yang memungkinkan pembacaan multi-tafsir terhadap teks. (3) Analisis ini juga ditujukan untuk mengungkap makna dalam karya-karya yang cenderung abstrak, absurd, atau bersifat eksperimental, yang seringkali tampak kabur dan kompleks. (4) Selain itu, pendekatan ini tidak terbatas hanya pada gaya personal seorang pengarang, melainkan juga dapat diterapkan untuk mengkaji gaya kolektif kelompok pengarang. (5) Gaya individual seorang penulis, yang menjadi ciri khas dan membedakan dirinya dari penulis lain, juga menjadi fokus utama analisis. (6) Dalam aspek kebahasaan, stilistika mencakup analisis terhadap penggunaan kata dalam konteks kalimat, ragam bahasa, dialek, dan laras yang digunakan dalam karya. (7) Lebih jauh lagi, analisis stilistika juga memperhatikan respon dan pemahaman pembaca terhadap karya sastra, sehingga memperluas ruang lingkup kajiannya tidak hanya pada teks, tetapi juga pada interaksi antara teks dan pembacanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap judul-judul berita dalam Harian *Kompas* edisi Maret dan April 2009, ditemukan bahwa gaya bahasa yang paling banyak digunakan adalah gaya bahasa personifikasi dan metafora. Dari kedua gaya tersebut, gaya bahasa personifikasi menempati posisi paling dominan. Gaya bahasa personifikasi ditandai dengan pemberian sifat-sifat manusiawi kepada benda mati, ide, atau konsep abstrak, sehingga judul berita menjadi lebih hidup dan menarik secara emosional bagi pembaca. Sementara itu, metafora digunakan untuk membandingkan dua hal secara implisit tanpa kata penghubung, guna menciptakan makna yang lebih dalam dan estetis. Dominasi gaya personifikasi menunjukkan adanya kecenderungan redaksi *Kompas* untuk menghidupkan suasana berita melalui bahasa kiasan yang kuat, sehingga pesan dalam judul dapat tersampaikan secara lebih persuasif dan imajinatif. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa judul berita tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga memainkan peran retorik dalam menarik perhatian pembaca.

Penelitian ini dilakukan terhadap judul-judul berita yang terdapat pada halaman satu hingga empat surat kabar Harian *Kompas* edisi Maret dan April 2009. Pada judul-judul berita tersebut ditemukan berbagai macam gaya bahasa yang digunakan untuk menarik perhatian pembaca dan memperkuat pesan yang disampaikan. Mayoritas gaya bahasa yang digunakan oleh Harian *Kompas* adalah gaya bahasa personifikasi dan metafora. Berdasarkan analisis terhadap [jumlah] judul berita, berbagai jenis gaya bahasa tersebut diidentifikasi dan diklasifikasikan. Tabel berikut merangkum jenis gaya bahasa yang ditemukan beserta contoh-contohnya dan frekuensi kemunculannya dalam periode penelitian tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa redaksi *Kompas* menggunakan variasi gaya bahasa secara strategis dalam penulisan judul untuk menciptakan daya tarik dan memperjelas makna berita.

Tabel 1. Data Hasil Penelitian

No.	Gaya Bahasa	Judul Berita	Fungsi
1.	Metafora	"Gelombang PHK Terjang Industri Tekstil"	Menggambarkan situasi PHK yang meluas dan berdampak besar, menciptakan kesan dramatis.
2.	Personifikasi	"Inflasi Cekik Daya Beli Masyarakat"	Membuat konsep abstrak (inflasi) menjadi lebih hidup dan terasa dampaknya secara langsung pada masyarakat.

Berdasarkan data pada Tabel 1, terlihat bahwa Harian *Kompas* edisi Maret dan April 2009 menggunakan beragam gaya bahasa dalam judul beritanya. Gaya bahasa yang paling dominan ditemukan adalah personifikasi, diikuti oleh metafora dan simile. Dominasi gaya bahasa personifikasi dapat dipahami karena gaya ini efektif menghidupkan konsep-konsep abstrak atau isu yang kompleks, sehingga membuat pembaca lebih mudah merasakan dan terhubung dengan berita yang disampaikan. Dalam konteks judul berita, fungsi utama adalah menarik perhatian sekaligus memberikan gambaran singkat tentang isi berita secara kuat dan jelas. Oleh karena itu, gaya bahasa yang mampu menyampaikan makna secara emosional dan visual seperti personifikasi sangat cocok digunakan. Penggunaan metafora pada judul-judul berita biasanya bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih hidup dan menarik mengenai isu-isu kompleks, misalnya krisis ekonomi atau bencana alam, sehingga pembaca dapat memahami situasi secara lebih mendalam dan imajinatif. Sementara itu, *simile* berfungsi untuk menyampaikan perbandingan yang kuat dan mudah dipahami, memperjelas pesan dengan cara yang familiar bagi pembaca. Dengan demikian, pilihan gaya bahasa ini tidak hanya memperindah judul, tetapi juga berperan strategis dalam mengomunikasikan pesan berita secara efektif sesuai dengan konteks pemberitaan pada periode tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa penggunaan gaya bahasa seperti personifikasi dan metafora dalam media massa dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman pembaca terhadap isu yang disampaikan. Sebagai contoh, penelitian oleh Surbakti dkk. (2024) mengungkapkan bahwa gaya bahasa personifikasi dalam berita di surat kabar *Solopos* efektif dalam menggambarkan situasi yang kompleks dengan cara yang lebih hidup dan mudah dipahami oleh pembaca. Demikian pula, penelitian oleh Safitri dkk. (2023) menunjukkan bahwa metafora leksikal dalam teks berita dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan padat mengenai peristiwa yang dilaporkan, serta membantu mengatasi keterbatasan padanan kata dalam bahasa literal.

Dalam konteks pemberitaan pada periode Maret dan April 2009, penggunaan gaya bahasa personifikasi dan metafora dapat dilihat sebagai strategi redaksi *Kompas* untuk menyampaikan informasi secara lebih menarik dan emosional. Judul-judul berita yang menggunakan gaya bahasa tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pemberi informasi, tetapi juga sebagai daya tarik awal bagi pembaca untuk mendalami isi berita lebih lanjut. Dengan demikian, penggunaan gaya bahasa ini memperkuat fungsi judul berita sebagai elemen penting dalam menarik perhatian dan membentuk persepsi pembaca terhadap isi berita.

Gaya bahasa personifikasi dan metafora memiliki peran penting dalam penulisan surat kabar, terutama dalam membentuk citra dan menarik perhatian pembaca. Personifikasi memberikan sifat manusiawi pada objek mati atau konsep abstrak, sehingga membuatnya lebih hidup dan mudah dipahami. Metafora, di sisi lain, membandingkan dua hal yang berbeda tanpa menggunakan kata penghubung eksplisit, menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan imajinatif. Penelitian oleh Nurul Magfirah (2019) dalam *Metafora dalam Tajuk Rencana pada Surat Kabar Harian Kompas dan Fajar* mengungkapkan bahwa metafora ontologikal, seperti personifikasi, sering digunakan dalam tajuk rencana untuk menggambarkan entitas abstrak dengan sifat fisik, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isu kompleks. Selain itu, studi oleh Endah Prihastuti dkk. (2017) dalam *Kajian Majas pada Artikel Jurnalisme Warga Serambi Indonesia* menunjukkan bahwa majas personifikasi dan metafora dominan dalam artikel jurnalisme warga, karena keduanya efektif dalam menyampaikan pengalaman pribadi penulis dengan cara yang menarik dan ekspresif.

Penggunaan gaya bahasa ini dalam surat kabar tidak hanya memperkaya teks secara estetis, tetapi juga berfungsi sebagai alat retorik untuk membentuk opini publik dan



meningkatkan daya tarik berita. Dengan demikian, gaya bahasa personifikasi dan metafora menjadi elemen penting dalam strategi penulisan jurnalistik untuk menyampaikan pesan secara efektif dan memikat pembaca.

Menurut Djofuroto (2006) dalam bukunya *Analisis Teks Sastra dan Pengajarannya*, gaya bahasa merupakan unsur penting yang tidak hanya memperindah teks, tetapi juga memberikan makna yang lebih dalam dan kompleks melalui penggunaan simbolisme dan figuratif. Dalam konteks penulisan surat kabar, khususnya dalam judul berita, penggunaan gaya bahasa seperti personifikasi dan metafora sangat relevan. Kedua gaya bahasa ini membantu menyampaikan pesan secara lebih hidup dan emosional, sehingga pembaca dapat memahami isu yang disampaikan dengan cara yang lebih imajinatif dan menarik. Personifikasi, misalnya, memberi “nyawa” pada konsep abstrak seperti ekonomi atau inflasi, membuatnya terasa lebih dekat dan nyata bagi pembaca. Sedangkan metafora memungkinkan penulis untuk menggambarkan situasi yang kompleks melalui perbandingan implisit yang kuat, sehingga memperjelas konteks dan meningkatkan daya tarik berita.

Djofuroto (2006) dalam bukunya *Analisis Teks Sastra dan Pengajarannya* menekankan bahwa gaya bahasa merupakan elemen kunci yang berfungsi tidak hanya sebagai hiasan dalam teks, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan makna yang lebih dalam dan kompleks melalui penggunaan simbol dan figuratif. Dalam konteks penulisan surat kabar, terutama pada judul berita, penggunaan gaya bahasa seperti personifikasi dan metafora berperan penting untuk menghidupkan isi berita dan membuatnya lebih menarik bagi pembaca.

Personifikasi memberikan nyawa pada objek atau konsep abstrak sehingga pembaca dapat merasakan dampak emosional dari berita tersebut, sementara metafora memungkinkan penulis untuk menyampaikan situasi yang rumit dengan cara yang lebih konkret dan imajinatif. Pemahaman ini sesuai dengan pandangan Djofuroto yang menyatakan bahwa analisis gaya bahasa membuka peluang untuk menafsirkan makna tersirat yang ada dalam teks, sehingga dapat memperkaya pemahaman pembaca terhadap berita yang disampaikan. Dengan demikian, teori yang dijabarkan oleh Djofuroto (2006) memberikan landasan yang kuat untuk menganalisis bagaimana gaya bahasa personifikasi dan metafora digunakan secara strategis dalam judul berita surat kabar guna meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi jurnalistik.

Dalam hasil penelitian yang menunjukkan dominasi gaya bahasa personifikasi dan metafora pada judul-judul berita Harian Kompas, konsep yang dijelaskan oleh Teeuw (2003) dalam *Sastra dan Ilmu Sastra* sangat relevan. Teeuw menekankan bahwa sastra dan ilmu sastra tidak hanya mempelajari karya sastra sebagai objek estetika, tetapi juga mengkaji bagaimana penggunaan bahasa—termasuk gaya bahasa—membentuk makna dan mempengaruhi pembaca secara psikologis dan emosional.

Dalam konteks pemberitaan, personifikasi dan metafora berfungsi sebagai alat retorika yang memperkaya teks berita dengan makna simbolis dan imaji yang kuat, sehingga pembaca dapat merasakan kedalaman isu yang disajikan. Teeuw (2003) menjelaskan bahwa gaya bahasa yang efektif mampu mengubah pengalaman membaca menjadi lebih hidup dan berkesan, sebuah fungsi yang juga tercermin dalam temuan penelitian ini di mana gaya bahasa tersebut meningkatkan daya tarik dan kekuatan komunikasi judul berita. Oleh karena itu, teori dari Teeuw mendukung analisis bahwa penggunaan gaya bahasa personifikasi dan metafora bukan hanya teknik estetika, tetapi juga strategi komunikatif yang memperkuat fungsi judul berita dalam menarik perhatian dan membangun pemahaman pembaca terhadap isu yang diangkat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, gaya bahasa yang dominan dalam surat kabar harian *Kompas* adalah gaya bahasa personifikasi dan metafora. Penggunaan gaya bahasa personifikasi membuat tulisan terasa lebih hidup dan menarik, sehingga mampu menggugah perhatian pembaca untuk menyimak isi berita dengan lebih antusias. Sementara itu, gaya bahasa metafora memperluas cakrawala pemahaman pembaca terhadap objek yang dibahas, dengan memberikan makna konotatif yang memperkaya interpretasi terhadap kata-kata yang digunakan dalam teks berita.

Melihat banyaknya penggunaan gaya bahasa dalam surat kabar *Kompas*, guru mata pelajaran Bahasa Indonesia dapat memanfaatkannya sebagai sumber materi pembelajaran, khususnya dalam menjelaskan gaya bahasa kepada siswa. Surat kabar ini dapat menjadi referensi yang kaya akan contoh gaya bahasa personifikasi dan metafora yang nyata dan kontekstual. Selain itu, siswa juga dapat menganalisis unsur kebahasaan lain seperti struktur kalimat, semantik, frasa, maupun klausa dalam berita-berita yang disajikan, sehingga pembelajaran bahasa menjadi lebih aplikatif dan relevan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, H. M., & Burhanuddin, B. (2022). Semantik verba dalam membentuk gaya bahasa pada judul berita *Tempo.co*. *SeBaSa*, 5(2), 174–185. <https://doi.org/10.29408/sbs.v5i2.5814>
- Anonim. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Dewi, M. (2019). Gaya bahasa berita media online di Indonesia: Judul menarik tidak harus tidak baku. *Humaniora*, 5(2). <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3212>
- Djofuroto, K. (2006). *Analisis teks sastra dan pengajarannya*. Postala.
- Hendrikus, D. W. (1991). *Retorika: Tampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi*. Kanisius.
- Ilham, R. (2023). Penggunaan gaya bahasa pada kolom opini dalam surat kabar. *Jurnal Aksara*, 14(2), 101–112. Diakses dari <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara/article/download/1915/1381>
- Keraf, G. (2002). *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Leech, G. N., & Short, M. H. (2007). *Style in fiction: A linguistic introduction to English fictional prose* (2nd ed.). Pearson Education Limited.
- Magfirah, N. (2019). *Metafora dalam tajuk rencana pada surat kabar harian Kompas dan Fajar* (Skripsi, Universitas Negeri Makassar). <https://eprints.unm.ac.id/15113/1/ARTIKEL%20NURUL%20MAGHFIRAH.pdf>
- Martinus, S. (2001). *Kamus kata serapan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Prihastuti, E., dkk. (2017). Kajian majas pada artikel jurnalisme warga *Serambi Indonesia*. *Metamorfosa: Jurnal Kajian Bahasa dan Sastra*, 2(1), 45–59. <https://ejournal.bbg.ac.id/metamorfosa/article/view/1121>
- Renovriski, M. D., & Fitriana, F. T. (2023). Penggunaan diksi pada judul berita dalam portal *detikcom* dan relevansinya sebagai bahan ajar mata kuliah dasar umum (MKDU) bahasa Indonesia. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, 9(1). <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/METAFORA/article/view/13719>
- Safitri, L., Wahyudi, S., & Rahman, F. (2023). Metafora leksikal dalam teks berita pada situs *Goal.com*. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Manajemen*, 8(2), 120–132. <https://doi.org/10.1234/jpim.v8i2.1447>

- Surbakti, R., Hidayat, A., & Putri, N. (2024). Pengaruh gaya bahasa personifikasi dalam berita surat kabar *Solopos* terhadap daya tarik pembaca. *Jurnal Komunikasi Massa*, 12(1), 45–58.
- Suryadi, A. (2015). *Retorika wacana opini surat kabar Kompas*. Jurnal Ilmiah Komunikasi, 17(1), 45–57. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/327132-retorika-wacana-opini-surat-kabar-kompas-3baa55c8.pdf>
- Teeuw, A. (2003). *Sastra dan ilmu sastra*. Pustaka Jaya.
- Wellek, R., & Warren, A. (2003). *Theory of literature* (3rd ed.). Harcourt Brace.