

## PERAN BAHASA EKONOMI DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN ISU EKONOMI DI MEDIA CETAK DAN ONLINE

Faizzatun Nikmah<sup>1</sup>, Roni Subhan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, Indonesia  
E-mail: [faizzatunnikmah23@gmail.com](mailto:faizzatunnikmah23@gmail.com), [ronisubhan@uinkhas.ac.id](mailto:ronisubhan@uinkhas.ac.id)

### ABSTRAK

Bahasa ekonomi dapat memberikan informasi tentang ekonomi secara lebih spesifik, tepat, dan terstruktur. Istilah ekonomi seperti inflasi, deflasi, dan suku bunga membantu pembaca lebih memahami kondisi perekonomian. Penggunaan bahasa ekonomi, baik di media cetak maupun online, memainkan peran secara efisien untuk menyampaikan informasi, serta dapat dimengerti oleh beragam kalangan pembaca. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki tentang penggunaan bahasa ekonomi dalam media cetak dan online dengan mengidentifikasi isu-isu terkait penggunaan bahasa ekonomi, serta menggunakan framing untuk mempengaruhi opini publik terhadap isu-isu ekonomi. Metode yang diterapkan adalah analisis konten dan survei. Analisis konten dan survei yang dilakukan yaitu dengan menganalisis bahasa-bahasa ekonomi yang terdapat dalam media cetak dan online, lalu melakukan survei dengan cara mengumpulkan data dari responden melalui pertanyaan. Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan beberapa data dari artikel yang diambil secara acak dari media cetak dan online. Pembahasan tentang bahasa ekonomi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memahami isu-isu tersebut yang meliputi kebijakan fiskal, inflasi pergerakan pasar saham, dan perkembangan ekonomi global yang sering kali sulit dipahami oleh masyarakat umum. Dengan banyaknya istilah teknis dan konsep yang rumit, para penulis media kini dituntut untuk memberikan informasi dengan jelas, akurat, dan dapat dipahami oleh pembaca yang memiliki latar belakang pendidikan dan pemahaman ekonomi yang beragam. Meskipun media cetak dan online berupaya menyederhanakan bahasa dan membuatnya lebih mudah dipahami, masih terdapat beberapa tantangan terutama bagi pembaca yang tidak memiliki pengetahuan tentang bahasa ekonomi yang memadai. Kebingungan bisa muncul ketika orang memahami istilah ekonomi yang sama tapi memaknainya berbeda, dan perbedaan penggunaan istilah di media yang berbeda dapat menghilangkan makna yang disampaikan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperkuat pemahaman bahasa ekonomi di masyarakat.

**Kata Kunci;** Bahasa Ekonomi; Istilah Teknis; Komunikasi

## ABSTRACT

*Economic language can provide information about the economy in a more specific, precise, and structured manner. Economic terms such as inflation, deflation, and interest rates help readers better understand economic conditions. The use of economic language, both in print and online, plays a very important role in conveying information efficiently and understandably by a wide range of readers. This study aims to investigate the use of economic language in print and online media with a quantitative approach. The methods applied are content analysis and surveys, which are designed to find out how economic terms can be conveyed to the public. In this case, the researcher will collect some data from randomly drawn articles from print and online media. The discussion of economic language not only serves as a communication tool, but also as a means to understand these issues which include fiscal policy, inflation, stock market movements, and global economic developments that are often difficult for the general public to understand. With so many technical terms and complex concepts, media writers are now required to present information in a way that is clear, accurate, and easy to understand by readers with diverse educational backgrounds and economic understanding. Although print and online media are trying to simplify the language and make it easier to understand, there are still some challenges, especially for readers who do not have adequate knowledge of the language of economics. Confusion can arise when people understand the same economic term but interpret it differently, and the difference in the use of the term in different media can eliminate the meaning conveyed. Therefore, it is very important to strengthen the understanding of economic language in the community.*

**Keywords:** *Economic Language, Technical Terms, Communication*

## PENDAHULUAN

Pembahasan Penggunaan bahasa ekonomi dalam media cetak dan online, bahasa ekonomi dapat memberikan informasi ekonomi secara lebih spesifik, tepat, dan terstruktur. Istilah ekonomi seperti inflasi, deflasi, produk domestik bruto (PDB), dan suku bunga membantu pembaca lebih memahami kondisi perekonomian (Darmawan *et al.*, 1984). Media menggunakan bahasa ekonomi untuk menganalisis berbagai fenomena ekonomi seperti: Kebijakan pemerintah, kinerja perusahaan, dan tren pasar (Darmastuti *et al.*, 2021). Analisis ini membantu pembaca memahami penyebab dan akibat dari berbagai peristiwa ekonomi. Istilah ekonomi juga akan diprediksi berkembang di masa depan. Prediksi ini membantu pembaca membuat keputusan yang lebih baik baik dalam kehidupan pribadi maupun bisnis mereka. Bahasa ekonomi mungkin terdengar rumit, namun media mencoba menyederhanakannya sehingga orang awam pun dapat memahaminya (Munqidzah, 2016). Media menggunakan bahasa ekonomi untuk membentuk opini publik mengenai isu-isu ekonomi. Dengan memilih kata dan frasa tertentu, media dapat mempengaruhi persepsi pembaca terhadap kebijakan pemerintah dan kinerja perekonomian. Bahasa bisnis seringkali menggunakan istilah-istilah teknis yang sulit dipahami oleh kebanyakan orang. Interpretasi terhadap data ekonomi berbeda-beda, sehingga media yang berbeda mungkin memberikan informasi yang berbeda. Bahasa ekonomi dapat dimanipulasi untuk tujuan tertentu, seperti mendukung kebijakan tertentu atau mengalahkan lawan politik. Penggunaan dalam bahasa ekonomi di media cetak dan online memainkan peran yang sangat penting dalam menginformasikan, menganalisis dan memprediksi perkembangan ekonomi. Namun, penting

bagi pembaca untuk mempertanyakan secara kritis informasi yang disajikan dan tidak mudah terpengaruh oleh manipulasi linguistik.

Mengidentifikasi isu-isu terkait penggunaan bahasa ekonomi di media cetak dan online. Ilmu ekonomi mempunyai banyak istilah yang terlalu terspesialisasi dan sulit dipahami masyarakat umum, sehingga mengurangi efektivitas komunikasi informasi. Di sisi lain, masyarakat menganggap bahasa ekonomi kompleks dan sulit dipahami. Beberapa tantangan yang dipahami oleh masyarakat berdampak signifikan untuk menafsirkan dan merespons isu-isu ekonomi. Menurut Supriani dan Ida (2016:70) beberapa tantangan penggunaan bahasa ekonomi diantaranya penggunaan istilah teknis, rendahnya literasi keuangan, dan pengaruh media dan informasi yang menyesatkan. Hal tersebut, dapat dilihat berdasarkan survey pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023 mencatat bahwa 57,3% dari total kredit macet pinjaman online didominasi oleh individu berusia 19-34 tahun, banyaknya masyarakat yang kurang memahami ekonomi lebih mudah terpengaruh oleh informasi palsu atau hoaks terkait kondisi ekonomi. Media seringkali menggunakan framing (proses pembentukan sudut pandang yang mendorong orang lain menafsirkan fakta suatu situasi dengan cara tertentu) untuk mempengaruhi opini publik terhadap isu-isu ekonomi, sehingga Informasi menjadi hal yang lumrah. Diskusi mengenai topik ekonomi yang kompleks seringkali terlalu disederhanakan, menghilangkan nuansa penting dan berpotensi menyesatkan pembaca. Media dapat mempengaruhi agenda publik dengan menekankan isu-isu ekonomi tertentu dan mengabaikan isu-isu lainnya. Kurangnya kamus terminologi ekonomi yang terstandar dan komprehensif (rinci, komprehensif, menyeluruh, mencakup banyak hal) menyebabkan ketidakkonsistenan penggunaan istilah (tidak ditaatinya prinsip atau seringnya perubahan). Terjemahan istilah ekonomi dari bahasa asing yang tidak akurat seringkali tidak akurat dan menimbulkan kebingungan. Penggunaan terminologi ekonomi yang disesuaikan dengan konteks lokal masih kurang optimal sehingga menyulitkan perbandingan data dan informasi antar daerah. Jurnalis bisnis seringkali mempunyai konflik kepentingan dengan pihak-pihak terkait isu bisnis yang diliputnya (Azahra *et al.*, 2024). Ketergantungan pada sumber: Jurnalis bisnis sering kali terlalu bergantung pada sumber tertentu sehingga membatasi informasi yang disajikan. Informasi ekonomi yang disajikan seringkali tidak diverifikasi secara menyeluruh sehingga menimbulkan risiko penyebaran informasi yang tidak akurat.

Pembahasan pentingnya penggunaan bahasa bisnis yang tepat dan efektif baik di media massa cetak maupun online mempunyai peranan yang sangat penting (penting atau esensial dalam penyelesaian masalah) pada aspek-aspek berikut: Bahasa bisnis yang tepat menjamin informasi yang diberikan. Akurat dan obyektif. Terminologi yang digunakan harus sesuai dengan definisi yang disepakati di bidang ekonomi. Hal ini membantu mencegah kesalahpahaman dan penyebaran informasi palsu. Penggunaan bahasa yang jelas dan lugas meningkatkan transparansi dalam penyediaan informasi ekonomi. Istilah-istilah yang kompleks dapat dijelaskan dengan analogi dan contoh sederhana agar latar belakang ekonomi mudah dipahami oleh para pembaca (Gunawan, 2017). Terminologi ekonomi yang mudah dipahami membuat informasi ekonomi lebih mudah diakses oleh lebih banyak orang dibandingkan sekedar profesional ekonomi. Hal ini penting untuk meningkatkan literasi ekonomi masyarakat. Informasi ekonomi yang akurat dan mudah dipahami membantu masyarakat, pengusaha, dan pengambil kebijakan dalam mengambil keputusan yang lebih baik. Misalnya, informasi tentang inflasi membantu masyarakat mengelola pengeluarannya,

dan informasi tentang suku bunga membantu pelaku bisnis mengambil keputusan investasi. Media massa mempunyai peranan penting dalam pendidikan bangsa. Penggunaan terminologi ekonomi dengan benar dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap konsep ekonomi yang kompleks seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan deflasi. Informasi ekonomi yang akurat dan mudah diakses membantu membangun demokrasi yang sehat. Masyarakat yang memiliki pengetahuan ekonomi yang baik dapat berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan publik. Sebagian besar terminologi ekonomi sangat teknis dan sulit dipahami oleh kebanyakan orang. Situasi kerangka ekonomi terus berkembang sejalan dengan tren perekonomian global. Media sering kali mencoba menyajikan informasi ekonomi dengan cara yang menarik, terkadang dengan mengorbankan keakuratannya. Penggunaan bahasa ekonomi yang tepat di media cetak dan online sangat penting untuk memastikan bahwa informasi ekonomi yang disampaikan akurat, transparan, dan dapat dipahami oleh masyarakat. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih berperan aktif dalam diskusi mengenai isu-isu ekonomi dan membuat keputusan yang lebih bijak (Suryawati & Alam, 2022).

Pembahasan mengenai relevansi penggunaan bahasa ekonomi dalam media cetak dan online. Penggunaan bahasa ekonomi yang akurat dan efektif dalam media massa, baik yang berbentuk cetak maupun online, memainkan peranan yang sangat penting dalam konteks saat ini. Berikut adalah beberapa alasan mengapa hal ini sangat sesuai. Di era informasi sekarang ini, akses masyarakat terhadap informasi ekonomi semakin mudah. Penggunaan bahasa ekonomi yang jelas dan mudah dipahami memungkinkan masyarakat luas untuk turut terlibat dalam diskusi publik seputar isu-isu ekonomi yang tengah berlangsung. Pengambilan keputusan baik bagi individu, pelaku bisnis, maupun pemerintah memerlukan informasi ekonomi yang akurat untuk mengambil keputusan yang tepat (Sekar Wangi, 2007). Pemahaman yang baik mengenai konsep-konsep ekonomi di antara masyarakat dapat mendorong perilaku konsumsi dan investasi yang lebih rasional, sehingga turut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Media massa berperan sebagai pengawas terhadap kebijakan pemerintah dan aktivitas pelaku bisnis. Penggunaan bahasa ekonomi yang tepat memungkinkan media untuk menyajikan informasi secara objektif dan akuntabel, sehingga menumbuhkan transparansi dan good governance (Nugraha *et al.*, 2024). Media online kini semakin mendominasi dan memerlukan penggunaan bahasa yang lebih ringkas, menarik, dan mudah dipahami melalui berbagai platform digital. Penggunaan bahasa ekonomi yang tepat dalam media cetak dan online sangat penting untuk menjembatani kesenjangan antara dunia ekonomi yang kompleks dengan masyarakat luas. Dengan demikian, masyarakat dapat berpartisipasi lebih aktif dalam pembangunan ekonomi dan mengambil keputusan yang lebih baik.

Pembahasan penelitian sebelumnya mengenai penggunaan bahasa ekonomi dalam media telah menjadi tema yang cukup menarik minat kalangan akademisi. Beberapa aspek yang sering diteliti antara lain: Penelitian sering kali berfokus pada sejauh mana media massa, terutama media online, menyajikan informasi ekonomi secara akurat dan objektif (Hasan, 2006). Beberapa penelitian menganalisis penggunaan istilah teknis, data statistik, dan sumber informasi yang ada dalam berita ekonomi. Pengaruh framing penelitian lain meneliti bagaimana media mengatur bingkai isu ekonomi tertentu. Framing ini dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu isu dan berdampak pada kebijakan publik. Penelitian juga menganalisis sejauh mana informasi ekonomi yang disajikan dapat diakses dan dipahami oleh masyarakat umum. Aspek yang diteliti mencakup kompleksitas bahasa, penggunaan visual,

dan interaktivitas. Beberapa penelitian membandingkan penggunaan bahasa ekonomi dalam media cetak dibandingkan dengan yang online untuk melihat perbedaan dan tren yang muncul (Karman, 2013).

## **KAJIAN TEORI**

Penggunaan bahasa dalam ekonomi, baik di media cetak maupun online, memainkan peran penting untuk penyampaian informasi dengan efisien dan dapat dimengerti oleh beragam khalayak pembaca (Aryusmar, 2011). Dalam dunia jurnalistik, bahasa juga harus memenuhi karakteristik tertentu. Kunjana Rahardi menyatakan bahwa komunikatif, spesifik, hemat kata, dan jelas makna merupakan karakteristik ideal untuk bahasa jurnalistik. Karakteristik-karakteristik ini menjadi sangat krusial dalam berita ekonomi yang seringkali kompleks dan teknis, mencakup data statistik, istilah finansial, serta kebijakan pemerintah. Hal tersebut dapat dicontohkan misalnya, dalam laporan keuangan perusahaan, jurnalis akan menyajikan data penting seperti pendapatan, laba bersih, dan pertumbuhan dalam bentuk tabel atau grafik ringkas yang mudah dipahami. Dalam hal ini bertujuan memungkinkan tidak perlu membaca seluruh laporan yang panjang untuk mendapatkan gambaran secara keseluruhan bagi para pembaca media cetak dan online (Carson, 1978).

Media cetak biasanya memiliki struktur yang lebih teratur karena diberikan waktu yang lebih lama untuk proses penyuntingan. Sementara itu, media online seringkali menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas bahasa karena tuntutan kecepatan dalam menyampaikan berita. Penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2020) menunjukkan bahwa pemanfaatan bahasa jurnalistik dalam berita ekonomi belum sepenuhnya mematuhi prinsip-prinsip yang disarankan oleh Rahardi, dengan adanya penggunaan istilah asing tanpa penjelasan yang memadai serta kalimat yang bertele-tele. Di era digital, tantangan utama bagi media online adalah mempertahankan penggunaan bahasa yang komunikatif dan spesifik sambil memenuhi kebutuhan untuk menyampaikan berita dengan cepat.

Bahasa jurnalistik yang baik harus bersifat lugas, sederhana, dan langsung menuju inti informasi, tanpa menggunakan istilah yang sulit dipahami oleh pembaca awam. Selain itu, penjelasan mengenai akronim atau istilah teknis harus disertakan untuk menghindari ambiguitas. Prinsip hemat kata juga sangat penting, karena pembaca lebih cenderung menyukai teks yang ringkas namun tetap informatif, sehingga makna yang disampaikan harus jelas agar berita mampu menjembatani kompleksitas informasi dengan kebutuhan pembaca untuk memahami konteks secara keseluruhan (Suprihatma, 2024). Kajian ini menegaskan bahwa baik media cetak maupun online mempunyai tanggung jawab yang besar dalam penyampaian informasi ekonomi dengan cara yang dapat dipahami oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, perhatian lebih terhadap penerapan prinsip-prinsip bahasa jurnalistik sangat diperlukan, termasuk pelatihan bagi jurnalis dan pengawasan editorial yang lebih ketat. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan kualitas pemberitaan ekonomi dapat meningkat, sehingga pembaca lebih mudah dipahami dari berbagai kalangan latar belakang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki penggunaan bahasa ekonomi dalam media cetak dan online dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang diterapkan adalah analisis konten dan survei, yang dirancang untuk menemukan bagaimana istilah dan jargon ekonomi disampaikan kepada masyarakat (Nur, 2021). Dalam studi ini, peneliti akan

mengumpulkan beberapa data dari artikel yang diambil secara acak dari surat kabar dan majalah, serta media online seperti situs berita yaitu *Kompas.com*. Proses pengumpulan data meliputi analisis konten untuk mengidentifikasi istilah ekonomi, struktur kalimat, dan gaya penulisan yang diterapkan dalam artikel tersebut.

Selain itu penggunaan bahasa jurnalistik dalam teori Carter (2018) menyatakan bahwa, keduanya berbeda antara media cetak ataupun online. Bahasa dalam media cetak memiliki kata deskripsi yang lebih jelas dan penjelasan yang lebih konkret. Berbeda dengan bahasa dalam media online, mereka lebih banyak menggunakan bahasa yang singkat, namun terkadang ada beberapa yang ambigu. Oleh karena itu bahasa jurnalistik memiliki berbagai macam karakteristik untuk dicantumkan media masa cetak ataupun online.

Di samping itu, peneliti akan mendistribusikan kuesioner kepada pembaca untuk mengevaluasi pemahaman mereka mengenai istilah-istilah ekonomi yang terdapat dalam artikel (Anggit Pramesti, 2021). Istilah-istilah tersebut diambil dalam beberapa kategori diantaranya diambil melalui gambar-gambar yang berisikan peristiwa ekonomi, grafik, ataupun diagram. Di sisi lain, teknik survey dilakukan dengan mengisi kuisonaire bagi para pembeli surat kabar dan majalah dan para pengguna media online. Para responden masing-masing akan diambil sebanyak 10 orang untuk surat kabar dan majalah serta pengguna media online.

Variabel yang diselidiki meliputi jenis media (cetak vs. online) sebagai variabel independen dan tingkat pemahaman masyarakat mengenai bahasa ekonomi sebagai variabel dependen. Data akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan frekuensi penggunaan istilah ekonomi serta analisis inferensial untuk membandingkan pemahaman antara pembaca media cetak dan online (Tri Asti, 2019). Hasil dari penelitian ini dapat lebih dalam untuk dipahami, tentang bagaimana bahasa ekonomi disampaikan melalui berbagai jenis media dan dampaknya terhadap pemahaman masyarakat mengenai isu-isu ekonomi. Penelitian ini juga memiliki relevansi dengan kemajuan teknologi komunikasi yang telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, sehingga penting untuk memahami pergeseran ini dalam konteks bahasa ekonomi.

## **PEMBAHASAN**

Penggunaan bahasa ekonomi dalam media cetak dan online memiliki peran yang penting dalam penyampaian informasi kompleks kepada masyarakat. Dengan banyaknya istilah teknis dan konsep yang rumit, para penulis media kini dituntut untuk menyiapkan informasi dengan jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh pembaca yang memiliki latar belakang pendidikan dan pemahaman ekonomi yang beragam. Dalam media cetak, seperti surat kabar dan majalah, penting untuk menggunakan bahasa yang formal dan terstruktur guna menciptakan kesan kredibilitas dan otoritas sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Bahasa yang digunakan dalam media cetak cenderung lebih baku, dengan penekanan pada penyajian analisis mendalam dan laporan terperinci. Misalnya, saat membahas kebijakan moneter, media cetak seringkali menyajikan data statistik, analisis dampak kebijakan tersebut terhadap inflasi dan pertumbuhan ekonomi, serta pendapat dari para ahli di bidangnya. Menurut Desjardins (2017) dalam artikelnya menyatakan bahwa, kedua media ini memiliki perbedaan dalam menggunakannya dikarenakan yang pertama, adanya perbedaan teknologi dan platform, salah satu contohnya Media cetak cenderung lebih formal dan terbatas dalam penggunaan visualisasi data, sementara media online lebih

fleksibel dengan infografis interaktif dan multimedia. Yang kedua, kecepatan penyebaran informasi yang bisa dicontohkan dengan berita ekonomi perubahan harga saham atau kebijakan pemerintah dibandingkan media cetak yang hanya terbit dalam periode tertentu (harian, mingguan, atau bulanan). Yang ketiga, karakteristik audiens dan pola konsumsi informasi seperti penggunaan bahasa yang berbeda ketika digunakan pada kedua media tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi pemahaman pembaca karena akan lebih banyak yang memilih membaca bahasa ekonomi melalui media online, daripada harus mencari beberapa berita dalam media cetak. Penyajian informasi yang terstruktur ini membantu pembaca memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai isu-isu ekonomi yang kompleks. Namun, tantangan besar muncul ketika media cetak berusaha menjangkau pembaca yang lebih luas. Banyak pembaca yang tidak memiliki pengetahuan mendalam tentang bahasa ekonomi sering merasa asing saat dihadapkan pada istilah yang sulit dipahami (Khaer, Khoir, and Hidayati 2021).

Oleh karena itu, penulis di media cetak perlu mencari cara untuk menyederhanakan bahasa tanpa mengorbankan substansi informasi yang disampaikan. Hal ini menjadi sangat penting dalam generasi milenial, yang cenderung lebih menyukai informasi yang padat dan mudah dicerna (Saputri and Elfiandri 2020). Upaya untuk menyajikan informasi dengan jelas dan sederhana saat memberikan pemahaman yang diperlukan sangat penting agar isu-isu ekonomi dapat dimengerti oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, media cetak juga harus beradaptasi dengan perubahan cara masyarakat mengakses informasi, mengingat keterbatasan ruang dan waktu dapat membuat informasi yang disajikan menjadi usang sebelum pembaca sempat mengaksesnya. Dalam dunia yang bergerak cepat, di mana informasi dapat berubah dalam sekejap, media cetak kerap kesulitan untuk memberikan pembaruan secara cepat. Pembaca yang mencari berita terbaru mengenai perkembangan ekonomi atau perubahan kebijakan pemerintah mungkin mendapati bahwa informasi yang mereka terima dari media cetak sudah kadaluarsa. Ini menjadi masalah yang signifikan, terutama ketika pembaca memerlukan informasi terkini untuk mengambil keputusan yang tepat, baik dalam hal investasi maupun dalam memahami situasi ekonomi secara keseluruhan.

Di sisi lain, media online menawarkan fleksibilitas yang lebih besar dalam penggunaan bahasa ekonomi. Dengan kemampuan untuk memanfaatkan berbagai format seperti grafik, video, dan elemen interaktif media online yang dapat menjelaskan tentang konsep-konsep ekonomi yang kompleks (Bahiyah *et al.*, 2024). Misalnya, penggunaan infografis untuk menyajikan data dalam bentuk visual dapat membantu pembaca memahami tren ekonomi dengan lebih cepat. Video penjelasan yang dilengkapi narasi juga bisa membuat topik yang rumit, seperti analisis pasar atau prediksi ekonomi, pembaca dapat lebih mudah memahami bagi yang memiliki ekonomi latar belakang yang kuat. Di platform digital, penggunaan bahasa yang lebih santai dan terjangkau sering kali diutamakan, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami isu-isu ekonomi terkini dan berinteraksi dengan konten yang ada. Interaktivitas adalah salah satu aspek terpenting dari media online. Dalam hal ini, pembaca tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif informasi, tetapi juga dapat aktif terlibat dalam diskusi melalui kolom komentar atau forum. Ini membuka peluang bagi pembaca bisa berbagi pendapat untuk apa yang belum mereka pahami, dan memberikan perspektif tambahan terhadap isu-isu yang sedang dibahas (Lubis 2018). Dengan demikian, media online dapat membangun komunitas di sekitar topik-topik ekonomi, yang memungkinkan terjadinya pertukaran ide dan informasi yang lebih hidup. Interaksi ini juga

memberikan penulis umpan balik berharga, yang dapat digunakan untuk menyempurnakan cara penyampaian informasi di masa mendatang.

Akan tetapi, di balik berbagai keunggulan media online, terdapat tantangan yang tidak dapat diabaikan. Salah satunya adalah risiko penyebaran misinformasi akibat penggunaan istilah-istilah ekonomi yang tidak tepat atau ambigu. Jika penulis gagal memberikan kejelasan dan akurasi dalam menyampaikan informasi, hal ini dapat menimbulkan kebingungan di kalangan pembaca. Contohnya, penggunaan istilah ekonomi yang berlebihan tanpa penjelasan yang detail dapat membuat pembaca merasa asing dan kesulitan memahami informasi yang disajikan. Oleh karena itu, sangat penting bagi semua media baik cetak maupun online untuk mematuhi kaidah bahasa yang baik dan benar, serta mempertimbangkan konteks sosial dan budaya pembaca (Artamira and Riyandari 2019). Perkembangan teknologi informasi juga mendorong perubahan dalam cara penyampaian bahasa ekonomi. Di era digital ini, jurnalis dan penulis dituntut untuk lebih kreatif dalam menyajikan informasi agar tetap menarik bagi pembaca yang lebih muda, dan lebih familiar dengan konten visual. Penggunaan istilah ekonomi yang kompleks sebaiknya disederhanakan tanpa menghilangkan makna aslinya, sehingga pembaca dapat mengakses pemahaman yang lebih luas. Selain itu, penulis harus menyadari bahwa pembaca kini memiliki berbagai cara untuk mengakses informasi, baik lewat perangkat mobile maupun desktop. Hal ini mengharuskan mereka untuk menyajikan konten yang responsif dan mudah dijangkau. Kecepatan dalam penyampaian informasi di media online juga membutuhkan penyesuaian bagi penulis. Mereka harus sigap dalam menyampaikan berita terbaru sekaligus memastikan bahwa informasi yang disajikan tetap akurat dan relevan. Dalam berbagai kasus, perlu melakukan pembaruan konten secara berkala dan memberikan analisis yang mendalam ketika situasi ekonomi berubah. Misalnya, ketika terjadi krisis ekonomi, media online harus segera memberikan informasi terkini tentang dampaknya serta analisis. Agar situasi dapat dipahami oleh pembaca dan bisa membuat keputusan.

Penggunaan bahasa ekonomi yang tepat juga sangat penting dalam konteks kebijakan publik. Penyampaian informasi yang akurat salah satu tanggung jawab media dan informatif kepada masyarakat, sehingga publik dapat mengambil keputusan yang lebih baik terkait kebijakan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Misalnya, ketika pemerintah mengumumkan kebijakan baru mengenai pajak atau subsidi, media harus mampu menjelaskan dengan jelas dampak kebijakan tersebut terhadap masyarakat, termasuk potensi keuntungan dan kerugian (Ayu *et al.*, 2023). Dengan demikian, media dapat berfungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, memastikan bahwa informasi yang relevan dan bermanfaat dapat diakses oleh semua orang. Secara keseluruhan, baik media cetak maupun online memainkan peran vital dalam menyampaikan informasi ekonomi kepada masyarakat. Meskipun memiliki pendekatan dan gaya penyampaian yang berbeda, keduanya diharuskan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pembaca agar tetap relevan. Dalam proses ini, penggunaan bahasa yang jelas, akurat, dan kontekstual sangatlah penting untuk meningkatkan pemahaman publik tentang isu-isu ekonomi yang berdampak pada kehidupan sehari-hari. Upaya ini tidak hanya dapat meningkatkan minat baca generasi milenial terhadap konten ekonomi, tetapi juga berkontribusi positif pada SDA di Indonesia. Menghadapi era informasi yang terus berubah, kedua jenis media ini perlu merespons perubahan dalam cara masyarakat mengonsumsi informasi. Dengan demikian, mereka dapat menjembatani kesenjangan literasi ekonomi di

kalangan generasi muda, mendorong partisipasi masyarakat dalam diskusi yang lebih luas mengenai kebijakan dan perkembangan bahasa ekonomi. Pada akhirnya, peningkatan kesadaran tentang isu-isu ekonomi akan berimplikasi pada tingginya partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Masyarakat yang lebih paham tentang bahasa ekonomi tidak hanya menjadi lebih terinformasi, tetapi juga mampu berkontribusi secara aktif dalam peningkatan bahasa atau istilah ekonomi (Nisa and Subhan 2024).

## **KESIMPULAN**

Analisis tentang penggunaan bahasa ekonomi di media cetak dan online menunjukkan bahwa bahasa ini sangat penting dalam membantu masyarakat memahami permasalahan ekonomi yang kompleks. Meskipun media berupaya menyederhanakan bahasa dan membuatnya lebih mudah dipahami, masih terdapat tantangan, terutama bagi pembaca yang tidak memiliki pengetahuan bisnis yang memadai. Kebingungan bisa muncul ketika orang memahami istilah yang sama secara berbeda, dan perbedaan penggunaan istilah di media yang berbeda dapat menghilangkan makna yang disampaikan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperkuat pemahaman bahasa ekonomi di masyarakat. Pendidikan yang lebih baik dalam konsep dasar ekonomi akan membantu masyarakat memahami isu-isu yang mempengaruhi kehidupan mereka sehari-hari dan berpartisipasi aktif dalam diskusi dan pengambilan kebijakan ekonomi. Selain itu, pelatihan juga diperlukan agar jurnalis atau penulis dapat menyajikan informasi dengan cara yang lebih komunikatif dan mudah dipahami.

Selain menyajikan data dan fakta, jurnalis perlu membahas tentang istilah dalam ekonomi, menggunakan metafora, dan memberikan contoh yang relevan. Mengembangkan kamus tentang istilah ekonomi juga akan membantu menghindari kebingungan akibat penggunaan istilah yang tidak konsisten. Kamus ini berfungsi sebagai alat referensi bagi jurnalis dan pembaca untuk memahami istilah-istilah ekonomi umum. Selain itu, media harus menggunakan visualisasi data seperti grafik dan infografis untuk menjelaskan istilah ekonomi. Gambar dan grafik dapat membuat informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami. Selain itu, penting bagi media untuk meminta umpan balik dari pembaca tentang pemahaman mereka dalam penggunaan bahasa ekonomi. Dengan melakukan survei, organisasi berita dapat menilai seberapa efektif mereka mengkomunikasikan informasi dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Langkah-langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelaporan tentang bahasa ekonomi sehingga masyarakat dapat lebih aktif berpartisipasi dalam debat publik dan mengambil keputusan yang lebih baik mengenai isu-isu ekonomi. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan pemahaman masyarakat tetapi juga mendorong perilaku konsumsi dan investasi yang lebih cerdas, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang lebih stabil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggit Pramesti, I. (2021). FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT DAN CARA MEMBACA MASYARAKAT INDONESIA DI ERA DIGITAL, SERTA DAMPAKNYA PADA BISNIS MEDIA CETAK. *Jurnal Ilmu Humaniora*, 05(1), 117–131.
- Aryusmar. (2011). KARAKTERISTIK BAHASA JURNALISTIK DAN PENERAPANNYA PADA MEDIA CETAK. *Jurnal Humaniora*, 2(45), 1209–1218.
- Azahra, I. P., Wardhani, V. J., Devinta, L. C., Khaliyala, N., Rohma, V. B., Bahanan, A. A. G., Fitrianto, T. A., & Arya D, M. F. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Promosi Online Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Kelas Menengah. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2670>
- Carson, R.B. (1978). *Economic Issues Today*. M.E. Sharpe: Armonk, NY. USA
- Carter, A.G. Creedy, D.K. & Sidebotham, M. (2018). Measuring Critical Thinking in Pre-registration Midwifery students: A Multi-method Approach. *Nurse Education Today*, 61, 169-174. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.11.026>
- Darmastuti, S., Juned, M., Ali, S., & Satrio, J. (2021). Pengenalan Media Sosial Untuk Menciptakan Peluang Ekonomi di Karang Taruna Desa Panyirapan Kabupaten Serang. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 2(2), 75–90. <https://doi.org/10.33753/ijse.v2i2.32>
- Darmawan, D., Wignyadisastra, M., Amran, N., Djuartika, T., Wirakusumah, A., Mubin, A., Abdulkadir, K., & Suwandono, S. (1984). Kamus Istilah Ekonomi. *Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan Jakarta*, 1–216.
- Desjardins, R. (2017). *Political Economy of Adult Learning Systems: Comparative study of strategies, policies and constraints*. London: Bloomsbury.
- Gunawan, G. (2017). Aplikasi Kamus Istilah Ekonomi (Inggris-Indonesia) Menggunakan Metode Sequential Searching. *Pseudocode*, 3(2), 122–128. <https://doi.org/10.33369/pseudocode.3.2.122-128>
- Hasan, B. (2006). Ekonomi Media: Perlukah? *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 7(2), 329–334. <https://doi.org/10.29313/mediator.v7i2.1279>
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini - Researches on Media Uses And Its Development. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 103–121.
- Munqidzah, Z. (2016a). Proses Morfologi Pada Ekonomi Bahasa Dalam Bahasa Jepang. *Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 122. <https://doi.org/10.21067/jibs.v3i2.1464>
- Nugraha, D., Naftaki, S., & Dkk. (2024). RELASI EKONOMI MEDIA DAN KEPENTINGAN POLITIK PEMILIK MEDA DI INDONESIA. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 04(3), 2988–1986.

- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online the Role of Mass Media in Facing Online Media Attacks. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUIKASI MASSA Section*, 2(1), 51–64.
- Putri, A. (2020). Penerapan bahasa Jurnalistik pada media online: Studi deskriptif mengenai penggunaan bahasa Jurnalistik dalam Berita Ekonomi Bisnis. com edisi April 2022. *Ilmu Jurnalistik*, 6(November 2020), 393–412.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. <https://www.ojk.go.id>
- Reni Supriani, I. R. (2016). Penelitian Analisis Kesalahan Berbahasa. *Jurnal Edukasi Kultura*, 3(2), 67-76
- Sekar Wangi, M. (2007). KOMODITI SOSIAL DALAM INDUSTRI MEDIA MASSA Maya Sekar Wangi Fakultas ISIP Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(1), 62–68.
- Suprihatma, S. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Jurnalistik pada Media Massa Online. *Journal on Education*, 6(2), 11011–11018. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4892>
- Suryawati, I., & Alam, S. (2022). TRANSFORMASI MEDIA CETAK KE PLATFORM DIGITAL (Analisis Mediamorfosis Harian SOLOPOS). *Jurnal Signal*, 10(2), 177–361. <https://doi.org/10.33603/signal.v10i2.7240>
- Tri Asti, I. (2019). PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP EKONOMI. *Jurnal Hikmah*, 13(1), 75–88.