

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara sederhana, bahasa dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan sesuatu yang terlintas di dalam hati. Namun, lebih jauh bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi, dalam arti alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep atau perasaan (Sri Murti, 2015 : 177). Menurut Kridalaksana bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh manusia untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasikan diri (Kridalaksana dalam Chaer, 2012: 32).

Bahasa bersifat dinamis karena selalu mengikuti perubahan dan perkembangan zaman. Seiring dengan sifat bahasa tersebut, masyarakat pengguna bahasa selalu berupaya untuk mencari, menciptakan, memproduksi, dan membentuk kata-kata yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna bahasa/penulis berit (Noviatri, 2015: 1). Bahasa juga bersifat dinamis, artinya bahasa tidak terlepas dari kemungkinan perubahan yang sewaktu-waktu dapat terjadi. Perubahan itu bisa terjadi pada tataran fonologis, morfologis, sintaksis, semantik dan leksikon. Perubahan ini terlihat pada tataran leksikon, misalnya ada kosakata baru muncul, namun ada juga kosakata lama yang tidak digunakan lagi. Sebagai contoh kata: kerja paksa, kerja rodi, kerja bakti tidak dipakai lagi, yang dipakai adalah gotong royong. (Tipu Sitepu & Rita, 2017)

Chaer (2014: 17) juga menjelaskan bahwa dalam sebuah proses komunikasi terdapat beberapa komponen, yakni (1) adanya pihak yang berkomunikasi sebagai pengirim dan penerima informasi yang dikomunikasikan, yang lazim disebut *partisipan*; (2) informasi yang dikomunikasikan; dan (3) alat yang digunakan dalam komunikasi tersebut. Sebuah proses komunikasi tentunya memiliki informasi yang berupa ide, gagasan, keterangan, atau pesan serta alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Perbuatan yang dilakukan secara sadar dan terdapat pihak lain yang bertindak sebagai penerima pesan maka dikatakan kegiatan tersebut bersifat komunikatif. Dalam interaksi sosial melalui komunikasi pun terdapat alat yang digunakan, yakni bahasa. Bahasa merupakan sistem yang dibentuk oleh sejumlah komponen dengan berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan. Gorys Keraf (1994: 1) menjelaskan bahwa bahasa adalah sebagai alat ucap manusia. Bahasa juga mencakup dua bidang, yakni bunyi vokal yang dihasilkan oleh alat ucap manusia berupa bunyi dan arti atau makna yang menjelaskan mengenai makna yang terkandung sehingga menyebabkan reaksi atau tanggapan dari mitra tutur.

Menurut Chaer (2010:62), keragaman bahasa muncul berdasarkan keragaman sosial dan fungsi kegiatan di dalam masyarakat. Masyarakat dengan usia, profesi, tingkat pendidikan dan status sosial memiliki ragam tersendiri dalam berkomunikasi dengan kelompok yang sama dan kelompok yang berbeda. Penutur akan berbicara formal atau tidak formal berdasarkan lawan bicara dan kebutuhan. Variasi bahasa juga muncul karena adanya perbedaan tentang berbagai hal, mulai dari daerah, suku bangsa, agama hingga kehidupan

sosialnya. Variasi bahasa disebabkan oleh adanya kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat atau kelompok yang sangat beragam. Menurut Fishman (dalam Chaer dan Agustina, 2010: 36), masyarakat tutur merupakan masyarakat yang setidaknya mengenal satu variasi bahasa dan norma yang sesuai penggunaannya.

Variasi bahasa dalam media sosial adalah salah satu fenomena yang sedang terjadi di Indonesia. Penggunaan variasi bahasa di dalam media sosial memiliki banyak ragam, keragaman itu muncul dikarenakan beberapa faktor yang muncul dan menjadi latar belakang terjadinya variasi bahasa pada setiap penutur. Kegiatan yang beragam juga menjadi munculnya variasi bahasa.

Di zaman yang modern atau milenial ini media sosial sangatlah berpengaruh dalam masyarakat, mulai dari orang dewasa hingga anak-anak menggunakan media sosial. Hal ini dikarenakan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat. Dengan media sosial dan internet masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi apapun yang dibutuhkan tanpa harus berpergian untuk mendapat informasi. Dalam hal ini juga harus diperhatikan apakah informasi yang didapatkan dari media sosial benar-benar valid atau hanya sekedar *hoax*.

Menurut Ellison (dalam Triastuti, 2017 : 17) sebagian besar media sosial dapat membuat orang-orang untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi, mengenal dan berhubungan dengan orang lain berdasarkan ketertarikan yang sama. Pengguna dapat saling berkomunikasi melalui fitur-fitur yang disediakan di

dalamnya, seperti *chatting* mengirimkan pesan pribadi, berkomentar pada kolom yang tersedia dan dapat berbagi foto maupun video. Informasi yang dibagikan dalam media sosial tidak hanya bersifat umum seperti berita dan hiburan, tetapi juga informasi yang bersifat pribadi seperti foto, video dan bahkan identitas pribadi. Dalam hal ini informasi pribadi yang dibagikan sudah memasuki ranah publik yang dapat dengan mudah diakses oleh orang lain dan tidak ada privasi lagi.

Tiktok adalah salah satu media sosial yang sedang viral di dunia, aplikasi *tiktok* sudah ada sejak tahun 2016 tetapi aplikasi tersebut kurang diminati oleh masyarakat Indonesia, bahkan aplikasi *tiktok* ini dulunya diklaim sebagai aplikasi yang *alay*, karena penggunaanya hanya anak-anak kecil dan kurang bermanfaat.

Sejak adanya pandemi Covid-19 pada akhir tahun 2019 yang menyerang dunia menyebabkan masyarakat mulai tertarik dengan media sosial *tiktok*. Seiring berjalannya waktu isi atau konten-konten dari *tiktok* sudah sangat bermanfaat, bukan hanya menari-nari dan video saja yang ditampilkan tetapi banyak pembelajaran yang dapat diambil, seperti tentang memasak, berdandan hingga pelajaran sekolah juga ada. Bahkan menurut Viv Gong, *Head of Marketing tiktok* mengatakan, Indonesia mendapatkan peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. *Tiktok* merupakan aplikasi yang dibuat oleh perusahaan ByteDance asal China yang bergerak dalam bidang teknologi kecerdasan buatan yang sudah terkenal di dunia dalam hal distribusi informasi melalui media atau produk elektronik. *Tiktok* sendiri dapat diunduh oleh penggunaanya melalui

aplikasi android *googleplay* dan *appstore*. Secara global, aplikasi *tiktok* telah diunduh lebih dari 500 juta kali dengan penonton video harian mencapai 10 milyar serta 150 juta pengguna dengan negara kontributor tertinggi adalah Amerika Serikat dan Inggris.

Media sosial *tiktok* memang sebuah media audio visual yang kebanyakan berupa video dan foto yang dibuat dengan disandingkan berbagai musik tetapi media sosial *tiktok* ini dapat menghibur banyak masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Strategi *Influencer Marketing* yang dilakukan oleh *tiktok* dengan menggaet beberapa *public figure* muda untuk mempromosikan perilisannya. Cara ini pun cukup berhasil diterapkan dan terbukti *tiktok* menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak penggunanya di Indonesia. Pada dasarnya target pengguna *tiktok* di Indonesia ditujukan pada para remaja, akan tetapi banyak generasi yang terhitung masih anak-anak juga memiliki rasa ingin tahu terhadap *tiktok*. Bisa dikatakan pengguna *tiktok* sendiri lebih banyak digunakan oleh anak-anak yang berusia sekitar 7-15 tahun.

Dalam media sosial *tiktok* terdapat akun yang bernama @Adhityayayappeo yang mengangkat konten mengenai penggunaan bahasa Indonesia dicampur dengan bahasa Korea. Bahasa tersebut dilontarkan saat ia sedang membuat konten di akun *tiktoknya* saja. Bahasa Indonesia dan bahasa Korea yang dilontarkan dalam kontennya tersebut jika diartikan tidak sesuai dengan SPOK bahasa Indonesia benar. Tidak hanya itu variasi bahasa yang ditemukan juga terdapat campuran dari bahasa Indonesia dan bahasa Inggris,

bahasa Inggris hingga bahasa slang. Oleh karena itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti konten dari akun @Adhityayayappeo.

Adhityayayappeo ini adalah seorang mahasiswa Universitas Indonesia yang bertempat tinggal di Jakarta. Dia mulai bermain *tiktok* sejak tahun 2019 dan namanya mulai terkenal sejak tahun 2020. Masyarakat mulai suka dengan konten yang dibuatnya di awal pandemi. Konten yang ada di *tiktok* di akun @Adhityayayappeo tidak hanya pencampuran bahasa Indonesia dan bahasa Korea saja, tetapi terdapat berbagai macam variasi bahasa lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut : Bagaimanakah variasi bahasa Indonesia dalam media sosial *tiktok* pada akun @Adhityayayappeo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah : Mendeskripsikan bentuk penggunaan variasi bahasa Indonesia pada akun @Adhityayayappeo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan wawasan pengetahuan mengenai teori linguistik pada kajian sosiolinguistik. Penelitian ini juga

bermanfaat bagi penelitian selanjutnya khususnya yang membahas mengenai variasi bahasa di dalam media sosial dan juga dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu kebahasaan untuk pegguan sosial media lainnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberi informasi kepada pengguna media sosial khususnya *tiktok* mengenai variasi bahasa sesuai dengan situasi dan keadaan yang ada, serta dapat dimanfaatkan untuk lembaga-lembaga pendidikan yang menggunakan sebagai bahan ajar .

1.5 Oprasionalisasi Konsep

Penelitian ini diharapkan mencapai satu titik fokus yang mudah untuk dipahami oleh pembaca. Istilah yang ada di dalam penelitian ini tentunya akan dikerucut lebih dalam untuk mengetahui maksud yang akan disampaikan. Operasional konsep dibutuhkan dalam penelitian agar tidak adanya kesalahapahaman dalam menafsirkan penelitian ini.

Variasi Bahasa Indonesia : : Bahasan pokok yang ada di dalam media sosial *tiktok* berupa kalimat-kalimat yang mengandung variasi bahasa Indonesia berdasarkan warna suara, berdasarkan usia, berdasarkan pendidikan, berdasarkan usaha, berdasarkan kesantiaian, berdasarkan media lisan dan berdasarkan media tulis.

Media Sosial : Sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi menggunakan jaringan internet untuk tetap terhubung dengan pengguna lainnya.

Tiktok : media sosial baru yang memberi wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi mengasah bakat melalui konten video.

@Adhityayayappeo : nama salah satu akun *tiktok* yang dimiliki oleh mahasiswa yang bernama adhit.

Sosiolinguistik : Sosiolinguistik merupakan kajian kontekstual terhadap variasi penggunaan bahasa masyarakat dalam sebuah komunikasi yang alami.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan hasil penelitian akan dimasukkan kedalam lima bab, antara lain :

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, operasional konsep dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori dan Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan tentang landasan teori sosiolinguistik, teori variasi bahasa, dan teori alih kode dan campur kode.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode penelitian yang akan digunakan, metode pengambilan pengumpulan data, metode analisis data, dan metode pemaparan hasil analisis data.

Bab IV Analisis Data

Bab ini berisikan tentang analisis data yang ada dalam penelitian ini meliputi analisis variasi bahasa dari segi penutur, segi pemakaian, segi saran yang ada pada akun @Adhityayayappeo dengan memperhatikan variasi bahasa sesuai dengan kajian Sociolinguistik.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang simpulan keseluruhan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.