

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan masyarakat saat ini yang semakin berkembang, bahasa digunakan untuk pelbagai kebutuhan dan kepentingan. Hal tersebut disebabkan karena adanya suatu perbedaan status sosial dalam masyarakat dan situasi berbahasa. Dengan demikian, diperlukan adanya perhatian khusus terhadap dimensi kemasyarakatan bahasa. Penutur akan dihadapi pada situasi yang akan menimbulkan pemilihan variasi bahasa yang akan digunakan. Pernyataan itu telah sesuai dengan pendapat Senjaya, dkk (2018) bahwasanya salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya variasi bahasa yakni pemilihan terhadap salah satu ragam bahasa yang dipengaruhi oleh faktor kebutuhan dari penutur atau penulis akan alat komunikasi yang sesuai dengan situasi. Situasi ini dapat dilihat dari bahasa yang digunakan laki-laki dan perempuan merupakan yang termasuk dalam faktor yang menyebabkan variasi bahasa. Adapun penggunaan bahasa laki-laki dan perempuan yang berbeda terbentuk oleh adanya penggunaan bahasa lintas gender memiliki karakteristik yang berbeda. (Mamentu, dkk. 2022), mengatakan bahwa gender yaitu suatu sifat dan perilaku yang melekat pada laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial dan kultural atau budaya.

Wardaugh, dalam (Mamentu, dkk. 2022) mengemukakan ada tiga klaim yang berkaitan dengan gender dan variasi bahasa. Pertama, secara biologis laki-laki dan perempuan berbeda dan perbedaan ini memiliki konsekuensi yang serius pada gender. Laki-laki cenderung mengutamakan kemandirian dan hubungannya dengan Tuhan (*vertical relationship*) daripada hubungannya dengan manusia (*horizontal relationship*). Sedangkan, pada sisi perempuan biasanya memiliki karakter non-kompetitif dan mementingkan hubungan atau relasi dengan orang lain. Kedua, bahwa tingkah laku bahasa menunjukkan mendominasi laki-laki. Laki-laki menggunakan kekuatannya untuk mendominasi, dengan cara laki-laki mencoba mengambil kontrol, menginterupsi, memilah-milah topik, dan sebagainya. Mereka menggunakan hal tersebut dalam hubungannya dengan sesama lelaki maupun dengan perempuan. Sebagai konsekuensi, perempuan lebih teliti dalam menggunakan bentuk-bentuk bahasa yang *prestigious* (berwibawa) untuk menjaga dirinya dalam hubungannya dengan orang yang lebih kuat darinya, karena perempuan memiliki kekuatan yang lebih lemah daripada laki-laki. Terakhir, bahwa laki-laki dan perempuan adalah makhluk sosial yang harus belajar untuk bertindak dengan cara tertentu. Adapun

penjelasannya yaitu tingkah laku bahasa dipelajari dari tingkah laku orang lain. Berdasarkan Maltz dan Borker (1982) melalui (Mamentu, dkk. 2002) memberikan sebuah contoh berkaitan dengan klaim ketiga diatas yaitu pada orang Amerika Utara dimana laki-laki dan perempuan yang berasal dari budaya sosiolinguistik yang berbeda melakukan komunikasi. Sehingga, pada akhirnya akan terjadi *miscommunication*. Selanjutnya Maltz dan Borker (1982) menjelaskan bahwa *mhmm* yang digunakan oleh perempuan berarti “Saya mendengarkan,” di sisi lain *mhmm* yang diucapkan laki-laki mengandung arti “Saya setuju” Sebagai konsekuensi, laki-laki menganggap bahwa perempuan selalu setuju dengan mereka dan mereka juga menyimpulkan bahwa adalah mustahil untuk memberitahu apa yang sedang dipikirkan oleh perempuan. Sebaliknya perempuan bisa sampai marah disebabkan karena mereka menganggap bahwa laki-laki cenderung tidak pernah mau mendengarkan.

Perbedaan bahasa dalam gender telah diteliti oleh peneliti terdahulu Misalnya, Zulkarnain & Fitriani (2018) membahas tentang “Perbedaan Gaya Bahasa Laki-laki dan Perempuan pada Penutur Bahasa Indonesia dan Aceh”, penelitian ini membuktikan bahwa bahasa laki-laki dan perempuan berbeda pada beberapa aspek yaitu dalam keadaan pemilihan topik, dalam pemilihan ucapan seperti intonasi, selanjutnya perbendaharaan kata, dan sintaks, dalam menggunakan sumpah serapah dan bahasa vulgar, dalam gaya percakapan serta dalam mendominasi percakapan. Di samping itu, karakter bahasa yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dimana laki-laki dan perempuan bergaul di ruang lingkup yang berbeda. Dengan demikian, bahasa yang dimiliki para lelaki dan perempuan jelas berbeda karena perkembangan bahasa sangat dipengaruhi oleh kehidupan sosial. Selanjutnya, penelitian dari Moon (2018) “Keragaman Berbahasa Berdasarkan Jenis Kelamin pada Bahasa Manggarai Dialek Ruteng”. Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa terdapat keragaman bahasa berdasarkan jenis kelamin dalam bahasa Manggarai. Keragaman yang dimaksud disini dalam wujud kata sapaan karena sistem kekerabatan, kata nama diri karena sejarah, kata seru, partikel, kata sapaan, serta gramatikal kalimat berdasarkan ekspresi. Kemudian, penelitian dari Lestari & Ramadhaniati (2022) membahas tentang penggunaan bahasa ragam santai berdasarkan gender pada orang dewasa di Kelurahan Baturaja Permai Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten OKU Adapun topik-topik yang dibicarakan laki-laki mengarah kepada urusan publik seperti urusan ekonomi, olahraga, sosial, dan pembangunan serta pembicaraan tentang membicarakan orang lain atau pembicaraan seputar masalah orang lain. Di sisi lain, topik pembicara yang dibicarakan perempuan berkisar pada masalah

domestik misalnya cara memasak, masalah anak-anak, makanan dan baju. Masalah lainnya adalah yang menjadi topik pembicaraan adalah menceritakan orang lain.

Dalam kajian sosiolinguistik cenderung berfokus pada variasi bahasa yang muncul di masyarakat yang dapat ditelusuri karena keberadaan berbagai stratifikasi sosial dalam masyarakat (Kushartanti, 2005). Pada proses berkomunikasi dalam masyarakat sering terjadinya perubahan bahasa yang digunakan dengan bahasa yang pada umumnya dalam masyarakat. Penggunaan bahasa mempunyai peranan yang juga mempengaruhi adanya variasi bahasa atau ragam bahasa yang digunakan dalam kehidupan bermasyarakat. Penggunaan bahasa laki-laki dan perempuan memiliki variasi bahasa yang berbeda serta cara merealisasikan makna yang dimaksud dari penggunaan bahasa tersebut.

Variasi bahasa dapat di eksplorasi melalui penggunaan bahasa dalam sebuah konteks sosial baik secara komunikasi non-verbal berlangsung tanpa suara serta komunikasi verbal yakni komunikasi yang menggunakan bahasa sebagai alatnya baik secara lisan maupun tulisan, misalnya dalam sosial media. Secara penggunaan sosial media saat ini memiliki berbagai fungsi seperti, sebagai salah satu alternatif untuk mempromosikan sebuah produk, menyampaikan sebuah informasi, opini, pernyataan, atau penilaian dengan cara yang cenderung bervariasi.

Perkembangan media sosial di Indonesia sangat begitu pesat termasuk di era digital seperti sekarang ini sangat menarik untuk diteliti. Media sosial yang banyak digunakan sebagai wadah interaksi antara sesama pengguna melalui internet ini memiliki tujuan untuk menjalin komunikasi, berbagi informasi serta wawasan dan juga sebagai ajang menambah pertemanan. Tidak hanya itu perkembangannya bukanlah sebatas pergaulan sosial, bahkan sebagai media promosi era digital dan bisnis online. Perkembangan sosial media begitu signifikan tahun ke tahun. Sejalan dengan berkembangnya media sosial dan keberadaannya pula yang semakin menyita waktu dan perhatian publik ini dimulai saat berdirinya pada tahun 2002 yang bernama *Friendster* diikuti dengan kemunculan *MySpace* di tahun 2003. Selanjutnya di tahun 2004 jejaring sosial bernama *Facebook* yaitu bias menulis tulisan terkini, atau status pembaharuan yang bias digunakan oleh setiap penggunanya. Dari tahun ke tahun, maraknya *Facebook* yang telah *membooming* di khalayak umum para pengguna *Friendster* pun mulai berpindah haluan ke *Facebook*. Di tahun selanjutnya yakni tahun 2005 merupakan titik awal dari lahirnya situs video *upload Youtube.com* yang didukung oleh 3

(tiga) karyawan dari perusahaan *finance online Paypal* di Amerika Serikat. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen, and Jawed Karim. Adapun terciptanya nama *Youtube* sendiri terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California (Chandra 2018).

Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengakses video dengan cara menonton, mengunggah serta berbagi video. Dewasa ini, semakin meningkatnya kemampuan intelektual dan inovasi perkembangan teknologi, berbagai media sosial lahir dan bertumbuh subur. Sosial media telah menjadi bagian dari hidup kekinian, yang menciptakan karakter dan keunggulannya masing-masing telah lahir sebagai sarana yang dianggap mampu membantu kehidupan masyarakat pada masa kini. Sosial media yang lagi *hype* sampai sekarang dari tahun 2010 yaitu *Instagram*. *Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua sarjana dari Stanford University di Amerika Serikat. *Instagram* menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data We Are Social, pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) *Instagram* di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022 (Rizaty, 2022)

*Instagram* memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto serta kemudian mengunggahnya. Foto tersebut merupakan bentuk komunikasi secara visual lebih mudah diterima oleh masyarakat atau pengguna lain sebab informasi yang mereka dapatkan pada saat itu adalah keadaan yang sebenarnya diabadikan oleh pengguna lain sehingga ada ikatan lebih antara pengguna dibandingkan dengan media sosial lain. *Instagram* kini menjadi konsumsi wajib masyarakat masa kini, Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi pengikut anda maupun muncul secara *random* di beranda atau di kolom *search*. *Instagram* merupakan media sosial yang digunakan untuk mengunggah sebuah foto dan menuliskan sebuah *Caption* untuk mengekspresikan maupun menyampaikan sebuah pendapat yang berhubungan dengan foto yang diunggah. *Caption* yakni sebuah keterangan yang biasanya di tempatkan di bawah foto (Indriasari, 2009:37)

*Caption Instagram* dapat memberikan informasi berbentuk berita, aktivitas, bisnis, maupun menyampaikan opini, argumen, penilaian, dan sebagainya. Selanjutnya, pengguna *Instagram* juga dapat memberikan komentar terhadap sebuah *unggahan* foto yang dibagikan oleh pengguna *Instagram* lain. *Caption Instagram* berbentuk sebuah teks atau kalimat untuk

menjelaskan sebuah foto yang diunggah. Topik yang sering dibahas orang dalam media sosial *Instagram* saat ini yaitu *beauty*. *Instagram* mempunyai fungsi yang beragam, diantaranya yang pertama, *Instagram* dapat berfungsi sebagai sebuah catatan berbentuk *quote*. Selanjutnya, *Instagram* berfungsi sebagai media yang memberikan sebuah berita atau informasi tentang dunia politik. Ketiga, *Instagram* berfungsi alat untuk berbagi foto maupun video tentang kesehatan kulit dengan bijak dalam pemilihan *skincare* atau bersolek ria menggunakan *make up*. Beragamnya fungsi tentang *Instagram* tersebut menyebabkan adanya variasi bahasa yang digunakan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Rochmadi (2016:134), bahwa *Instagram* dapat menjadi alternatif untuk *sharing* maupun eksistensi diri, antara lain: 1. Memanfaatkan *Instagram* untuk *sharing* hal-hal menarik, yang berisi kata-kata lucu atau berbagi inspirasi lewat *caption*. 2. Memanfaatkan *Instagram* untuk *portfolio*, berupa hasil karya yang berhasil melakukan pencapaian tertentu atau mengikuti kegiatan penting, pengguna dapat mempublikasikannya di *Instagram*. 3. Menawarkan *endorsement*, apabila pengguna merupakan akun personal yang mempunyai *follower* yang banyak dan interaktif (*selebgram*) dapat menawarkan jasa *endorsement*, yaitu mempromosikan produk, jasa, agenda penting, dan sebagainya dari pihak lain *endorsement* pengguna tersebut. 4. Menawarkan *paid promote* (promosi berbayar), menawarkan jasa kepada pihak yang ingin dipromosikan dan membayar dengan sejumlah nominal tertentu. Setiap orang dalam menuliskan *caption* di *Instagram* untuk mengekspresikan atau mendeskripsikan sebuah foto memiliki variasi bahasa yang berbeda-beda.

Sejauh ini ada beberapa penelitian yang membahas tentang bahasa / gender / genre di *weblog* dengan pendekatan sosiolinguistik dalam menentukan variasi bahasa, menggunakan analisis *Computer Mediated Communication* (CMC) (Herring dan Paolillo, 2006), menganalisis feminitas yang dibangun melalui bahasa iklan kosmetik (Tanweer, 2018). Mengetahui representasi identitas gender terhadap *streamer live game Twitch.tv* yang ditampilkan melalui pesan-pesan verbal dan nonverbal (Danumaya et al. 2020). Mengidentifikasi identitas gender dan seksualitas ditampilkan dalam *weblog* lesbian Indonesia (Setyorini 2011).

Selain itu, beberapa penelitian yang membahas tentang bahasa dan gender menggunakan sosial media, diantaranya penelitian yang membahas perbedaan respon dan karakteristik gender maskulin dan feminin dalam kolom komentar *Instagram* @d\_kadoor

(Syahida 2019). Menganalisis pengaruh tiktok terhadap Variasi Bahasa Kolokial pada remaja dan teman sejawat (Andriyana, Iswatiningsih et al. 2021). Menentukan perbedaan pilihan topik pembicaraan antara pria dan Wanita di media *Facebook* (Fitriyani et al. 2019). Mendeskripsikan variasi penggunaan bahasa *caption* di *Instagram* baik dilihat dari segi penutur maupun dari segi pemakaian, serta mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi adanya variasi bahasa *caption* di *Instagram* baik dilihat dari segi internal maupun segi eksternal (Istiqomah, 2018). Selanjutnya penelitian dari (Wardana dan Sabardila 2022) meneliti tentang bentuk-bentuk gaya gaul yang ditemukan pada *caption Instagram @cindercella* dan dampak penggunaannya terhadap eksistensi bahasa Indonesia. Dari beberapa penelitian diatas belum ada yang membahas secara spesifik variasi bahasa yang digunakan laki-laki dan perempuan dalam *caption Instagram* bertemakan *skincare* dan *beauty* serta membahas bagaimana merealisasikan maksud atau tujuan dalam *caption Instagram*. Dengan demikian, penelitian ini akan berfokus pada variasi bahasa dan gender dalam *caption Instagram* serta merealisasikan makna yang dimaksud.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini membahas Variasi Bahasa Dalam Caption Instagram Beauty Influencer: Analisis Bahasa Dan Gender Dengan Kajian Sociolinguistik. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan variasi bahasa itu digunakan untuk merealisasikan makna yang dimaksud. Alat analisis atau teori yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah teori Lakoff (1975) fitur bahasa yang digunakan perempuan yang dimodifikasi atau di *supplykan* dengan data yang diperoleh, fitur bahasa yang digunakan laki-laki Mulac, dkk (2001)

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan sebagai berikut.

1. Apa fitur variasi bahasa yang digunakan oleh *beauty influencer* laki-laki dan *beauty influencer* dalam membicarakan topik kecantikan?
2. Bagaimana fitur variasi bahasa tersebut digunakan untuk merealisasikan makna yang dimaksud?
3. Bagaimana bentuk lingual dalam komentar *netizen* dalam postingan *Instagram beauty influencer*?

4. Bagaimana faktor sosial yang mempengaruhi variasi bahasa komentar *netizen* dalam postingan *Instagram beauty influencer*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disesuaikan dengan masalah yang telah dirumuskan diatas sebagai berikut.

1. Untuk menemukan apa saja fitur variasi bahasa variasi bahasa dalam *caption Instagram beauty influencer* laki-laki dan perempuan di *Instagram*.
2. Untuk mengungkapkan dan menemukan bagaimana variasi bahasa tersebut digunakan untuk merealisasikan makna yang dimaksud.
3. Untuk mendeskripsikan bentuk lingual dalam komentar *netizen* dalam postingan *Instagram beauty influencer*.
4. Untuk mengungkapkan faktor sosial yang mempengaruhi variasi bahasa komentar *netizen* dalam postingan *Instagram beauty influencer*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dalam hal berikut.

- a. Manfaat teoritis penelitian ini adalah diharapkan bisa memberikan manfaat terhadap perkembangan dan pemahaman tentang ilmu dalam linguistik tentang variasi bahasa dan gender, agar menambah informasi teori atau konsep dalam bidang kajian sociolinguistik.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait penggunaan bahasa dalam sosial media, khususnya *instagram*.
- c. Manfaat dari segi sosial, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat secara luas sebagai referensi pemakaian bahasa di media sosial.

### 1.5 Definisi Operasional

- a. Sociolinguistik merupakan bidang ilmu antardisiplin yang mempelajari bahasa dalam kaitannya dengan penggunaan bahasa, ciri khas variasi bahasa, dan fungsi-fungsi variasi bahasa. Penggunaan bahasa karena ketiga unsur ini selalu berinteraksi, berubah, dan saling mengubah satu sama lain dalam satu masyarakat tutur.
- b. Variasi bahasa merupakan perbedaan-perbedaan yang terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor geografis, umur, sosial, dan gender.

- c. Gender yaitu karakteristik laki-laki dan perempuan yang dibentuk secara sosial dan budaya.
- d. Media Sosial merupakan sebuah media *online* yang menggunakan teknologi berbasis web sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna satu dengan pengguna lainnya, dengan cakupan wilayah yang luas.
- e. *Caption Instagram* merupakan fitur yang ada pada Instagram yang dapat memudahkan pengguna membuat catatan kecil dan dapat meng-highlight hal penting atau keterangan tentang sebuah foto yang diunggah dalam sosial media *Instagram*.
- f. *Beauty Influencer* yaitu orang yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain dalam bidang kecantikan melalui berbagai platform media sosial yang tersedia, seperti *Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok, dan Facebook*.
- g. Realisasi merupakan wujud sebuah teks dalam bentuk *caption Instagram*.

## 1.6 Struktur Organisasi Tesis

Laporan hasil penelitian ini disampaikan dalam 5 (lima) Bab. Setiap bab berisi beberapa subtopik yang memberikan informasi rinci mengenai topik yang dibahas. Bab I berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi tesis. Bab II berisi kerangka teori dan posisi teoritis penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti sebagai landasan yang digunakan untuk menganalisis data penelitian. Bab III berisi prosedur dan metode penelitian berdasarkan Batasan dan kerangka analisis. Bab IV berisi laporan hasil temuan dan pembahasan analisis data penelitian. Bab V berisi tentang interpretasi dari hasil penelitian dalam bentuk simpulan dan saran yang relevan dengan penelitian ini.