BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa abreviasi yang digunakan oleh masyarakat pengguna media sosial akun *Path* dan *Line* banyak menggunakan pola pembentukan yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Adapun simpulan peneliti sebagai berikut.

1. Data abreviasi dengan bentuk singkatan berjumlah 3 dengan satu macam pola pembentukan, bentuk kontraksi berjumlah 7 data dengan 5 pola pembentukan, dan bentuk akronim berjumlah 57 data dengan 27 pola pembentukan kata.
2. Adanya kekhasan bentuk pola abreviasi pada nama-nama daerah di media sosial, salah satunya yang berpola sukar dirumuskan. Pola yang berjenis akronim paling banyak mendominasi. Hal ini bertujuan hanya untuk membutuhkan pelafalan saja, dan ketidaklogisan pada singkatan berpotensi untuk membangun sebuah humor atau kata-kata cinta.
3. Terdapat 37 nilai rasa yang terkandung dalam abreviasi nama-nama daerah di media. Dari 37 nilai rasa yang didapat nilai rasa tabu/negatif yang mendominasi data abreviasi nama-nama daerah di media sosial.
4. Data yang mengalami perubahan makna berjumlah 67 data. Data leksikal diambil dari KBBI dan www.id.wikipedia.org. Makna leksikal yang ada dalam KBBI edisi keempat ada 18 data tersebut yaitu, *Aceh, Bali, Bandung, Bogor, Cianjur, Cimahi (1), Cimahi (2), Cimahi (3), Garut, Jakarta, Kalimantan, Lampung, Makasar, Malang, Padang, Sumedang, dan Surabaya*.
5. Data dari abreviasi nama-nama kota di media sosial khususnya akun *Path* dan *Line* berjumlah 67 data yang diambil dari bulan September 2015 hingga Februari 2016. Data berupa bentuk singkatan, akronim, dan kontraksi. Pada abreviasi nama-nama daerah tidak ditemukan data dalam bentuk penggalan dan lambang huruf.

6. Berdasarkan hasil persepsi masyarakat dari 50 responden terhadap data bahasa abreviasi nama-nama daerah di media sosial, pada usia 18-25 diperoleh sebanyak 90%, sedangkan pada usia 26-32 hanya 59% yang mengetahui abreviasi nama-nama daerah. Sedangkan pada bagian hasil indikator kesesuaian nilai rasa (*feeling*), skala usia 18-25 tahun sebanyak 62,33% setuju dengan hasil analisis peneliti, usia 26-32 didapat 58,53%. Adapun pada indikator terakhir mengenai penilaian diperoleh simpulan, bahwa bahasa abreviasi nama-nama daerah di media sosial akun *Path* dan *Line* cenderung melihat target pembaca atau pengguna *Path* dan *Line*.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi sebagai sumbangan pemikiran. Adapun saran-saran yang penulis sampaikan sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti abreviasi dengan objek yang berbeda, abreviasi dengan bentuk akronim seperti nama-nama daerah di media sosial juga dapat berpotensi menggunakan pisau analisis sosiolinguistik menggunakan teknik *speaking* dari setiap komentar-komentar yang terdapat dalam data tersebut agar makna yang terkandung dapat diteliti lebih dalam lagi.
2. Bagi tim kreatif dapat membuat abreviasi-abreviasi lainnya yang lebih kreatif untuk sebuah data bahasa yang lebih logis lagi dimasyarakat.