

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa yang digunakan saat ini sangatlah bervariasi terutama bahasa yang digunakan oleh warganet dalam media sosial, seperti contoh bahasa yang digunakan dalam media sosial Twitter. Bahasa yang digunakan oleh warganet pada media sosial tersebut cenderung menggunakan bahasa yang baru bagi orang awam dan juga adanya percampuran dengan bahasa asing. Bisa dilihat juga sering munculnya *trending topic* yang padahal ditujukan untuk Indonesia akan tetapi bervariasi bahasa yang digunakannya. Hal itu yang melatarbelakangi munculnya variasi bahasa warganet dalam *trending topic* Twitter khususnya di Indonesia.

Variasi bahasa itu sendiri disebabkan oleh para penuturnya yang tidak homogen dan kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam. Variasi bahasa itu dilihat sebagai akibat adanya keberagaman sosial penutur bahasa itu dan keragaman fungsi bahasa tersebut. Hal itu bisa dilihat di media sosial, banyaknya keberagaman bahasa yang digunakan dari mulai bahasa gaul, bahasa yang bercampur antara dua bahasa dan bahasa warganet Twitter yang mempunyai kekhasan dan hanya diketahui oleh para penggunanya saja.

Penggunaan variasi bahasa umumnya lebih sering ditemukan di kalangan remaja. Hal ini timbul karena remaja merupakan penutur yang kompeten dalam bahasanya dan tidak tertutup dalam pilihan bahasanya (Harimansyah, 2012). Di samping itu, remaja juga cenderung menggunakan kata-kata yang berbeda dengan orang tua dan menciptakan sebuah pola komunikasi khusus untuk membedakan kelompok usia remaja dengan kelompok usia lainnya (Harimansyah, 2012).

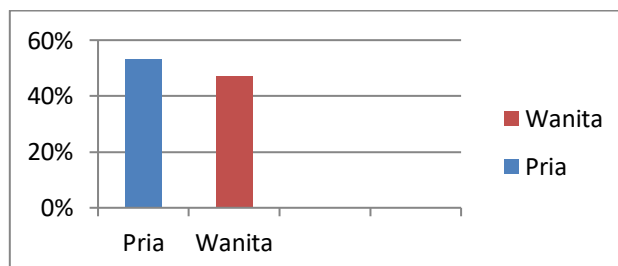


Diagram 1.1 Pengguna Media Sosial Twitter di Indonesia

Salah satu fenomenanya ialah bahasa yang digunakan pada media sosial Twitter yang kebanyakan digunakan usia 16-24 tahun. Pria sebanyak 53 persen dan wanita sebanyak 47 persen menurut data demografi dari Twitter untuk Indonesia itu sendiri, data ini diambil pada tanggal 24 April 2019 dalam laman infokomputer.grid.id.

Media sosial yang pertama kali masuk ke Indonesia ialah *sixdegree.com* akan tetapi masyarakat kurang mengenalnya dan lebih mengenal Friendster. Friendster sendiri muncul pada tahun 2002. Media sosial ini lebih dikenal sebagai media untuk mencari jodoh. Akan tetapi media sosial Friendster ditutup pada tahun 2015. Lalu, setelah itu media sosial Facebook yang seakan-akan menggantikan Friendster.

Seiring dengan munculnya media sosial lainnya, lalu muncullah Twitter pada tahun 2006. Twitter sendiri mengalami fase naik-turun dan fase stabil, akan tetapi sekarang ini Twitter banyak digunakan oleh semua orang sesuai dengan data pada tahun 2012 menyebutkan ada 200 juta pengguna aktif, diambil dari <https://money.kompas.com/read/2012/12/20/10263776/twitter.punya.200.juta.pengguna.aktif>. Saat ini, media sosial Twitter ramai digunakan kembali oleh generasi z hal itu disebabkan dari media sosial Twitter lah banyak informasi yang didapat dan itu dilihat melalui *trending topic*, diambil dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read252785/2-media-sosial-ini-paling-dipercaya-milenial-dan-gen-z-bisa-tebak.html>.

Trending topic atau dalam bahasa Indonesia disebut topik yang sedang tren ialah suatu hal yang sedang hangat, terkenal dan populer pada saat itu. *Trending topic* juga selalu berganti-ganti tergantung seberapa populer topik tersebut. Akan tetapi maksimal topik tersebut berada dalam *trending topic* ialah selama 24 jam. Dalam *trending topic* di Twitter ada persyaratan agar topik tersebut menjadi tren di antaranya kata yang digunakan untuk merepresentasikan topik atau tagar tidak boleh mengandung kata-kata kotor. Selain itu kontennya juga tidak mengandung umpatan dan yang menyinggung SARA. Isi posting-an haruslah yang berhubungan dengan kata kunci topik atau tagar yang digunakan.

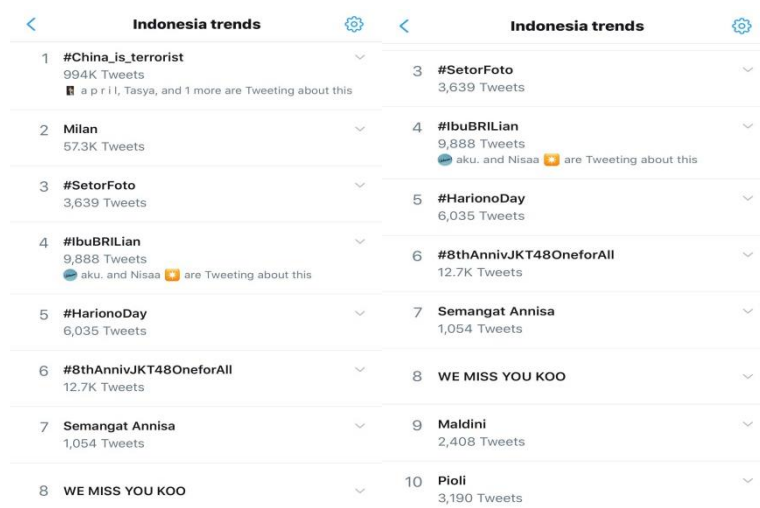
Jihan Fakhria Baehaqi, 2020

VARIASI BAHASA WARGANET DALAM TRENDING TOPIC TWITTER DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tidak diperbolehkan memposting isi yang sama berulang-ulang tanpa adanya tambahan informasi atau diskusi baru.

Trending topic Twitter pun bisa dibeli, yaitu layanan yang dinamakan *Twitter Ads*, yakni pengguna dapat mempromosikan trending topik yang diinginkan agar lebih banyak orang yang melihatnya. Topik yang dipromosikan oleh pengiklan akan diletakkan pada bagian teratas dari daftar *trending topic* dan diberikan keterangan topik tersebut dipromosikan oleh pihak mana, bisa berupa nama merek/produk perusahaan atau oleh pemerintah. Berikut adalah contoh *trending topic* Twitter di Indonesia pada tanggal 22 Desember 2019 pukul 21.12 WIB.



Gambar 1.1 Trending topic Twitter di Indonesia

Berdasarkan gambar di atas, dapat penulis asumsikan bahwa dalam 10 *trending topic* Twitter untuk Indonesia tersebut mengandung banyaknya frasa yang bervariasi. Topik-topik di atas pun dikemukakan oleh warganet yang berbeda, misalnya pada tanda pagar nomor 5 #HarionoDay. Tanda pagar tersebut mengandung topik olahraga yaitu Persib Bandung, hal itu didasari dengan pada tanggal 22 Desember 2019 Persib menang 5-2 atas PSM Makassar. Sementara itu, untuk tanda pagar nomor 4 #IbuBRILian ini mengemukakan mengenai hari ibu yang jatuh pada hari tersebut dan tweet mengenai itu banyak dipenuhi oleh ungkapan selamat hari ibu.

Fenomena tersebut memang bukan hal yang baru, akan tetapi jika dilihat pada 10 tagar tersebut sebelum membukanya tagar-tagar tersebut mengandung ambiguitas bagi netizen yang awam akan hal tersebut dan terdapatnya campur kode pada tagar-tagar. Pada fenomena itulah penulis dapat mengklasifikasikan topik berdasarkan netizen yang terdapat dalam *trending topic* Twitter untuk Indonesia, dengan banyaknya *tweet* pada tagar-tagar.

Sementara itu, penulis mengambil data tujuh hari di minggu pertama bulan Januari 2020 dengan waktu yang telah ditentukan yaitu pukul 08.00 WIB, 12.00 WIB, 16.00 WIB dan 20.00 WIB. Dengan mengambil 5 *trending topic* Twitter pada jam-jam tersebut. Demikian data yang akan terkumpul selama tujuh hari dengan waktu yang telah ditentukan ialah sekitar 140 data atau kicauan atau *tweet*.

Penelitian sebelumnya oleh Riska (2017) yang membahas mengenai variasi bahasa *kpopers* di jejaring sosial Line yang mempunyai tujuan untuk melihat variasi bahasa yang digunakan oleh *kpopers* di jejaring sosial Line. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Yunistita (2015) menganalisis variasi dan fungsi bahasa dalam jejaring sosial Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi bahasa yang terdapat dalam jejaring sosial Twitter, bentuk bahasa yang digunakan dalam jejaring sosial Twitter, dan fungsi yang diemban dalam penggunaan bahasa jejaring sosial Twitter. Adapun penelitian oleh Maharani (2013) meneliti ragam bahasa remaja dalam situs jejaring sosial Facebook. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan ciri ragam bahasa yang digunakan oleh pengguna Facebook, faktor penyebab terjadinya ragam bahasa campuran yang digunakan, dan fungsi penggunaan ragam bahasa remaja di situs jejaring sosial Facebook.

Berdasarkan dari penelitian di atas yang mengenai variasi bahasa, yang hampir relevan yaitu Yunistita (2015) meneliti mengenai variasi dan fungsi bahasa dalam jejaring sosial Twitter. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Yunistita (2015) yaitu penulis memfokuskan pada variasi bahasa netizen dalam *trending topic* Twitter di Indonesia. Alasannya karena penulis melihat pada *trending topic* Twitter di Indonesia sangatlah beragam bahasa yang menjadi sebuah tren, dan juga penelitian mengenai hal ini belum ada hal itu membuat

Jihan Fakhria Baehaqi, 2020

VARIASI BAHASA WARGANET DALAM TRENDING TOPIC TWITTER DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penulis meneliti lebih lanjut mengenai variasi bahasa *trending topic* Twitter di Indonesia.

B. Masalah

Dalam bagian ini akan dijelaskan masalah utama yang menjadi fokus penelitian. Penjelasan tersebut meliputi (1) identifikasi masalah, (2) batasan masalah, dan (3) rumusan masalah.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari penelitian ini diuraikan seperti di bawah ini.

- (1) Bahasa warganet sangat bervariasi khususnya dalam media sosial Twitter.
- (2) Terdapat kosakata atau istilah yang hanya diketahui oleh warganet yang menggunakan media sosial Twitter.

2. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, penelitian ini akan dibatasi pada hal-hal berikut ini.

- (1) Penelitian ini akan difokuskan pada variasi bahasa warganet di media sosial Twitter.
- (2) Penelitian ini akan berlangsung tujuh hari di minggu pertama bulan Januari 2020 yang dilakukan pada waktu pagi hari, siang hari, sore hari dan malam hari.
- (3) Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiolinguistik.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, masalah utama dalam penelitian ini ialah “Bagaimana variasi bahasa warganet dalam media sosial Twitter di Indonesia?”. Masalah tersebut dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut.

- (1) Bagaimana bentuk variasi bahasa warganet dalam *trending topic* Twitter di Indonesia?

Jihan Fakhria Baehaqi, 2020

VARIASI BAHASA WARGANET DALAM TRENDING TOPIC TWITTER DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- (2) Bagaimana klasifikasi topik dalam *trending topic* Twitter di Indonesia berdasarkan teori medan makna?
- (3) Bagaimana kecenderungan variasi bahasa warganet dalam *trending topic* Twitter di Indonesia selama tujuh hari?
- (4) Bagaimana faktor sosial budaya yang melatarbelakangi munculnya *trending topic* Twitter di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) mengidentifikasi bentuk variasi bahasa warganet dalam *trending topic* Twitter di Indonesia;
- (2) mengidentifikasi klasifikasi topik berdasarkan *trending topic* Twitter di Indonesia;
- (3) mendeskripsikan kecenderungan variasi bahasa warganet dalam *trending topic* Twitter di Indonesia selama tujuh hari;
- (4) mendeskripsikan faktor sosial budaya yang melatarbelakangi munculnya *trending topic* Twitter untuk Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya harus memiliki manfaat bagi penulis dan orang lain. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan analisis bagi perkembangan disiplin ilmu sociolinguistik, khususnya dalam bidang variasi bahasa warganet di media sosial Twitter. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam penelitian dengan kajian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini ialah sebagai berikut.

- (1) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan untuk mengkaji variasi bahasa, khususnya variasi bahasa warganet yang ada di media sosial Twitter.
- (2) Bagi umum, penelitian ini diharapkan dapat memberi hal positif dalam menggunakan media sosial terutama Twitter.
- (3) Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai variasi bahasa warganet dalam *trending topic* Twitter untuk Indonesia.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Pada subbab ini dipaparkan mengenai sistematika penulisan skripsi. Adapun sistematika tematik penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Pada Bab I diurutkan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis. Selanjutnya, pada Bab II dipaparkan mengenai kajian pustaka yang memuat tentang kerangka teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, dan penelitian terlebih dahulu. Kemudian, pada Bab III dipaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan, desain penelitian, data dan sumber data yang diteliti, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta instrumen penelitian.

Selanjutnya, pada Bab IV diuraikan mengenai hasil temuan dan pembahasan dari analisis variasi bahasa warganet dalam *trending topic* Twitter di Indonesia menggunakan teori sociolinguistik. Adapun Bab V terdiri atas simpulan, implikasi, dan rekomendasi.