

BAB I

BUBUKA

1.1 Kasang Tukang

Basa nyaéta pakakas komunikasi dina kahirupan manusa. Prosés komunikasi dipikabutuh ku manusa pikeun ngedalkeun eusi uteuk tur haté dina kahirupan sapopoé. Lantaran manusa nya éta mahluk sosial anu teu bisa hirup sosorangan, jadi ayana basa dibutuhkeun pisan pikeun bisa hirup kumbuh dina kahirupan masarakat. Basa anu dipaké dina kahirupan sapopoé teu ngan saukur basa ucapan wungkul, tapi ogé basa tulis. Maksud basa tulis nya éta eusi haté atawa pikiran anu dikedalkeun ngaliwatan tulisan, saluyu jeung Sudaryat (2004, kc. 1) anu nélakeun yén basa nyaéta sistem lambang omongan nu dihsilkeun ku pakakas ucap manusa kalawan puguh eunteup seureuhna (sistematis) tur ragem (konvensional) antar anggota masarakatna pikeun tujuan patali marga atawa komunikasi.

Zaman kiwari alat komunikasi tulisan lain ngan ukur tina surat atawa kertas, tapi nuturkeun kamajuan jaman, nu tadina ngan ukur ngaliwatan kertas, ayeuna komunikasi tulisan bisa ngaliwatan media éléktronik, saperti *SMS*, *e-mail*, *fax*, atawa media sosial. Maksud diayakeunna komunikasi ngagunakeun média éléktronik nyaéta supaya bisa leuwih gampang, atawa manusa bisa leuwih *praktis* dina nepikeun maksud atawa pamikiran anu ngaliwatan tulisan. Salah sahiji conto, nalika manusa rék ngirimkeun hiji karya tulis atawa eusi pamikiran nu aya dina wangun tulisan sarta kudu ditepikeun ka jalma anu jauh ti manéhna, ayeuna mah bisa ngaliwatan *e-mail* atawa media anu séjén. Kitu deui dina prosés komunikasi anu sipatna dua arah, nu baheula mah ngaliwaan surat anu nepina bisa mangpoé-poé, ayeuna mah bisa ngaliwatan *chatting*, *SMS*, *MMS*, *Blackberry Messenger (BBM)*, jrrd.

Ayana kamajuan téknologi dina widang komunikasi utamana dina média tulisan, lain mantuan keur komunikasi papada jalma hungkul, tapi bisa jadi salah sahiji média pikeun ngungkarakeun eusi haté atawa pikiran nu harita keur kaalaman. Ku ayana

média sosial, manusa bisa nepikeun pamaksudan haté atawa naon waé nu keur dirasakeun harita ngaliwatan *status* tina média sosial. Média anu dipiboga ku tiap jalma éta disebutna *akun*. Media sosial teu kawatesnan ngan sarupa. Beuki kadieukeun beuki loba wangun média sosial téh. Baheula mah aya nu disebut ‘FS’ atawa *Friendster*, tuluy media *Chating* di antarana *Mig33*, *Yahoo Messenger*, *Nimbuzz*, *mIRC*. Ayeuna média sosial jadi nambahan loba, saperti ayana *Facebook* (satuluyna disengget FB), dina FB urang bisa ngirim jeung neundeun potu, bisa nyieun grup nu tadina teu wawuh jadi wawuh, jeung pangpangna mah bisa ngaraketkeun silaturahmi nu baheula geus anggang. Aya deui média *Twitter*, *Line*, *WhatsApp*, *Wechat*, jsb. Nurutkeun *palingseru.com*, média nu paling loba digunakeun mah nya éta FB (700 Juta nu ngaksés unggal bulan) jeung *Twitter* (250 juta nu ngaksés unggal bulan). Dina pamakéanna dua média sosial éta bisa disebut leuwih bisa nepikeun pamaksudan nu rék ditepikeun nu boga *akun*. Kaayeunakeun mah FB téh rada ditinggalkeun ku barudak ngora, lantaran geus loba deui *jejaring sosial* (saterusna disebut patali marga) anu leuwih anyar, salasihijina patali marga *Twitter*.

Twitter mangrupa média patali marga anu keur meujeuhna dipigandrung ku budak ngora sanggeus média patali marga *facebook*. Nurutkeun *surey Semicast* (salasihiji pausahaan anu nyadiaan data jeung panalungtikan média sosial anu basisna di nagara Perancis), salila tujuh taun *twitter* ngadeg, geus leuwih ti 200 juta *akun* di saalam dunya. Di Indonésia, nu maké *twitter* geus ngahontal angka 19,5 juta anu nempatkeun Indonésia dina tempat kalima minangka pamaké *twitter* panglobana saalam dunya sabada Inggris Raya di tempat kaopat anu jumlahna 23,8 juta *akun*. Di tempat katilu dieusian ku nagara Jepang kalayan 29,9 juta jumlah *akun*, di posisi kadua ditempatan ku Brasil anu jumlah pamakéna nepi ka 33,3 juta *akun*, jeung ari nagara anu pamake *twitter* panglobana saalam dunya nyaéta Amérika Serikat anu miboga 107,7 juta *akun twitter*. (blog.com)

Tangtuna waé *Twitter* loba méré pangaruh ka nu makéna anu unggal poé ngundeur ieu situs, boh pangaruh hadé boh pangaruh goréng, ieu dilantarankeun nu

boga akun *Twitter* téh teu sakabéhna méré informasi anu mangpaat pikeun nu nempona. Jadi masih kudu bisa milih-milih mana anu kudu *difollow* mana nu henteu.

Loba conto akun twitter anu méré informasi ka *followerna*, boh éta informasi ngeunaan pangaweruh atawa atikan, boh informasi anu séjénna, saperti akun twitter @lokerID anu méré info ngeunaan lowaongan pagawéan, @1000guru anu eusina méré informasi ngeunaan kahirupan sakola-sakola anu aya di Indonesia, atawa akun-akun informasi unggal kota saperti @infobandung, @infogarut, @infosukabumi, jsb. Anu eusina méré sagala informasi nu aya di éta kota.

Dina ngagunakeun *twitter* sok aya bahan obrolan atawa topik nu harita keur réa diomongkeun atawa *ditweet*keun. Anu engké na bisa jadi *Trending Topic* atawa topik anu pang populérna nu loba di tulis ku nu make *twitter*. Sangkan bisa jadi *Trending Topic*, saratna *tweet* anu dikirimkeun kudu ngagunakeun tanda atawa *hashtag* (#) dina unggal *tweet* anu dikirim.

Dumasar kana Perda No. 2 Taun 2013 Kota Bandung anu ngawajibkeun pamakéan basa Sunda unggal poé Rebo, nu make akun *twitter* ogé jadi loba ngagunakeun basa Sunda unggal poé Rebo. Salasahiji bukti masarakat Bandung resep *twitteran* ngagunakeun basa Sunda nyaéta ayana topik anu ngagunakeun *Hashtag* (#) RandaKembang (Rebo Nyunda di Kota Kembang) jeung *Hashtag* (#)ReboNyunda. Anu ngamimitian nyieun topik #RandaKembang jeung #ReboNyunda nya éta akun *twitter* @infobandung jeung @infobdg.

Kiwari, basa Sunda geus jarang dipaké dina kahirupan sapopoé utamana ku budak ngora, lantaran geus dianggap kampungan tur teu saluyu jeung kamajuan jaman. Kiwari, ku lobana pamaké *twitter* anu maké #RandaKembang jeung #ReboNyunda méré bukti yén urang Bandung geus kahudang deui kasadaran jeung kareueusna sangkan teu éra ngagunakeun basa Sunda dina média patali marga anu teu bisa dipungkir geus jadi cicirén jelema modérn.

Alatan lobana masarakat anu dadak sakala ngagunakeun basa Sunda dina média patali marga, teu dipungkir loba kapanggih kalimah-kalimah anu teu saluyu jeung

kaédah basa Sunda sabab dina hirup kumbuh sapopoéna geus langka ngagunakeun basa Sunda.

Geus aya sababraha hiji panalungtikan ngeunaan adegan kalimah basa Sunda, tapi panalungtikan adegan kalimah basa Sunda dina akun *twitter* mah can kungsi aya nu nalungtik. Panalungtik kairut pikeun nalungtik adegan kalimah basa Sunda anu dikirimkeun ku warga Bandung unggal poé Rebo kalayan maké tanda #ReboNyunda. Ku kituna, ieu panalungtikan anu dibéré judul “Adegan Kalimah Basa Sunda dina Twitter” perlu dilaksanakeun.

1.2 Identifikasi jeung Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Média sosial *twitter* mangrupa media sosial nu keur loba dipigandrung. Dijerona loba pisan informasi anu tepi ka pamakéna nu lolobana rumaja. Média sosial *twitter* miboga gaya tulisan bebas kumaha kahayang pamakéna anu ngabalukarkeun beuki jauhna pamakéan basa Sunda tina aturan. Conto kasalahan nu loba kapanggih diantarana kasalahan éjahan, fonologis jeung morfologis dina ngawangun kecap, sarta kasalahan sintaksis dina nyieun kalimah. Dina ieu panalungtikan panulis ngawatesanan masalah nyaéta pikeun mikanyaho adegan basa Sunda dina postingan *twitter* anu ngagunkeun topik atawa *hashtag* (#)ReboNyunda salila bulan Desember 2013 nepi ka Januari 2014. Unsur anu ditalungtik nyaéta kalengkepan jeung adegan kalimahna.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dumasar kana kasang tukang jeung identifikasi masalah, masalah dina ieu panalungtikan dirumuskeun dina wangun kalimah panya ieu dihandap.

- a. Kumaha kalengkepan kalimah dina *postingan twitter* anu ngagunakeun *hashtag* (#)ReboNyunda salila bulan Desember 2013 – Januari 2014?

- b. Kumaha adegan kalimah dina *postingan twitter* anu ngagunakeun *hashtag* (#)ReboNyunda salila bulan Desember 2013 – Januari 2014?

1.3 Tujuan Panalungtikan

Luyu jeung masalah anu dirumuskeun di luhur, ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun ngadéskripsikeun :

- a. kalengkepan kalimah dina *postingan twitter* anu ngagunakeun *hashtag* (#)ReboNyunda salila bulan Desember 2013 – Januari 2014?
- b. kalengkepan adegan kalimah dina *postingan twitter* anu ngagunakeun *hashtag* (#)ReboNyunda salila bulan Desember 2013 – Januari 2014?

1.4 Mangpaat Panalungtikan

1.4.1 Mangpaat Tioritis

Sacara tioritis, ieu panalungtikan miboga mangpaat pikeun

- a. Méré informasi ngeunaan adegan kalimah basa Sunda dina ragam tulis akun *twitter*.
- b. Ngahasilkeun atawa nyumbangkeun hiji panalungtikan dina widang linguistik utamana dina elmu sintaksis ngeunaan adegan kalimah pamakéan basa Sunda dina akun *twitter*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sacara praktis, ieu panalungtikan miboga mangpaat pikeun

- a. Panalungtik jeung umum sangkan méré pangaweruh dina widang katatabasaan hususna dina analisis sintaksis.
- b. Pikeun panalungtik jeung umum bisa mikanyaho adegan basa Sunda tur maham kumaha bentuk basa Sunda anu bener luyu jeung kaédah makéna basa Sunda.
- c. Méré pangaweruh ngeunaan adegan kalimah basa sunda dina kiriman twitter #ReboNyunda.

1.5 Raraga Tulisan

Ieu tulisan dipidangkeun dina lima bab, nyaéta; bab I dijudulan “Bubuka”. Dina bab I dijéntrékeun masalah jeung tujuan panalungtikan anu pakait jeung adegan kalimah basa Sunda, anu ngawengku: kasang tukang, idéntifikasi jeung rumusan masalah, tujuan panalungtikan, mangpaat panalungtikan jeung raraga tuisan. Bab II dijudulan “Ulikan Tiori”. Tiori-tiori anu dipaké dina ieu panalungtikan nyaéta adegan kalimah basa Sunda, jeung wangenan *twitter*. Bab III dijudulan “Metode Panalungtikan”. Dina bab III diguar ngeunaan data jeung sumber data, desain panalungtikan, métode panalungtikan, wangenan operasional, instrumén panalungtikan, téhnik ngumpulkeun data, jeung téhnik ngoah data. Bab IV dijudulan “Hasil Panalungtikan jeung Pedaran”. Dina bab IV dijéntrékeun analisis adegan kalimah basa Sunda tina kiriman *twitter* anu ngagunakeun topik atawa *hashtag* (#)ReboNyunda salila bulan Desember 2013. Pamungkas nyaéta bab V anu dijudulan “Kacindekan jeung Saran” anu eusina mangrupa kacindekan hasil panalungtikan jeung saran ti panyusun.