

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Hadirnya situs jejaring sosial di dunia maya mempermudah akses seseorang untuk mengetahui perkembangan bahasa yang ada, contohnya seperti perkembangan macam gaya bahasa baru dalam kehidupan (Azizah, 2019). Bahasa baru ini sering kali disebut sebagai bahasa “gaul” (Rahmadhani dan Syaputra, 2022). Bahasa gaul ini merupakan sebuah fenomena yang mempengaruhi padanan penggunaan bahasa terutama di kalangan pelajar. Bahasa gaul memiliki ciri khas dengan mencampurkan bahasa, mulai dari bahasa daerah, bahasa Indonesia, dan bahasa asing (Anggini et al., 2022). Bahasa gaul ini awalnya hanya digunakan oleh kelompok-kelompok tertentu karena tujuan awalnya hanyalah sebagai kode atau sandi yang hanya dapat dimaknai oleh kelompok pengguna bahasa gaul tersebut (Azizah, 2019). Namun, sejalan dengan berkembangnya media sosial, bahasa gaul menjadi amat populer di kalangan generasi Z karena kerap kali digunakan sebagai media komunikasi untuk percakapan sehari-hari dan dapat dijumpai dalam bentuk verbal atau nonverbal (Harahap dan Alfikri, 2023).

Biasanya, berbagai variasi bahasa disatupadukan untuk berkomunikasi sehari-hari, baik interaksi yang dilakukan di dunia nyata maupun dunia maya (Rahmah & Khasanah, 2023). Penggunaan bahasa gaul ini sangat marak dilakukan oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya kepada teman sebaya tetapi juga ketika berinteraksi dengan dosen (Putra dan Hartanto, 2020). Pada siswa SMA, bahasa gaul juga masuk ke dalam identitas sehari-hari dalam kalangan sendiri maupun dalam lingkungan formal seperti sekolah (Wirawan dan Nancy, n.d.). Remaja merasa nyaman ketika menggunakan bahasa gaul di kalangan mereka karena hal ini dianggap sebagai ciri khas dan pembeda dengan kelompok lain (Sarah et al., n.d.).

Bahasa gaul dianggap sebagai bahasa informal yang digunakan para remaja untuk mengekspresikan diri (Pane dan Marpaung, 2022). Maka dari itu, pemakaiannya dapat terlihat di iklan televisi, lirik lagu remaja, novel remaja, jejaring sosial dan lain-lain (Suminar, 2016). Salah satu contohnya adalah film “Charlie’s Angels” yang banyak menggunakan bahasa gaul dalam seluruh *scene* filmnya (Situmorang, 2021). Film lainnya yang juga menggunakan bahasa gaul adalah “The Duff” dengan enam

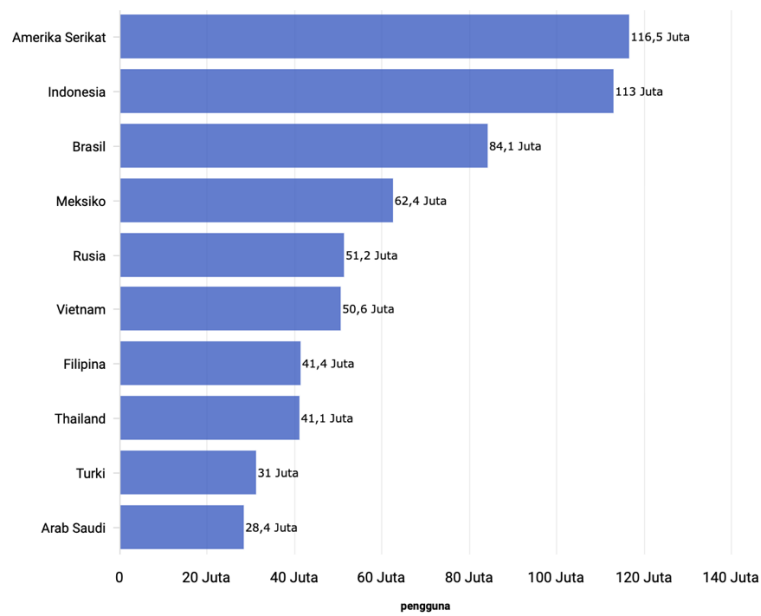
tipe bahasa gaul di dalamnya (Sinaga et al., 2020). Sebanyak 73 ucapan bahasa gaul ditemukan pada film “Juno” (Rachmijati, 2015). Selain film, ditemukan juga karya novel berjudul “Analogy Cinta Berdua” oleh Dara Prayoga yang hampir seluruhnya menggunakan bahasa gaul (Sulaeman et al., 2021). Unggahan iklan di grup FB Sukoharjo Makmur juga menerapkan tujuh teknik berbeda dalam pembentukan kosakata bahasa gaul (Sudadi, 2021). Bahasa gaul dimanfaatkan sebagai sarana untuk menawarkan produk kepada masyarakat secara praktis, mudah, efektif, dan gratis, sehingga tak aneh apabila penggunaan bahasa gaul ini terus berkembang dalam percakapan di media sosial sesuai dengan keperluan komunikasi berbagai pihak.

Tak hanya ditemukan di dunia nyata, penggunaan bahasa gaul ini juga merambah ke dunia maya. Perihal ini diakibatkan oleh kemajuan teknologi yang melahirkan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, dan TikTok sebagai faktor perkembangan bahasa gaul pada generasi Z (Anindya dan Rondang, 2021). Salah satu media sosial yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk menggunakan bahasa gaul pada saat ini adalah TikTok. Diketahui bahwa pada aplikasi TikTok, masyarakat bebas untuk mengekspresikan dirinya sendiri melalui pilihan musik yang mereka sesuaikan (Itsniattin et al., 2023). TikTok memiliki kemampuan untuk membuat video menjadi lebih menarik dengan menyediakan berbagai macam musik, filter, stiker, dan juga beberapa musik kreatif yang kemudian bisa dikreasikan secara bebas oleh para penggunanya. Di samping itu, para pengguna TikTok juga berkesempatan untuk berkomentar pada setiap video yang ditontonnya (Bahri et al., 2022). Komentar-komentar yang diberikan oleh para pengguna TikTok memiliki ciri khas, yakni bahasa gaul (Y. S. Putri et al., 2021a). Adapun bahasa gaul di TikTok diserap dari berbagai bahasa, seperti bahasa daerah, bahasa asing, atau plesetan dari bahasa Indonesia dalam bentuk dan makna yang berbeda-beda, tergantung bagaimana video yang ditayangkan. Bahasa gaul yang muncul pada kolom komentar TikTok ini akan lebih dulu populer di TikTok sendiri ketimbang di media sosial lain.

TikTok memiliki kemampuan untuk membuat video menjadi lebih cepat viral, sehingga terdengar masuk akal apabila Bahasa gaul juga akan berkembang lebih cepat (Seariac, 2023). Salah satu contohnya adalah istilah “rizz”. Dilansir dari Business Insider, istilah “rizz” berasal dari singkatan kata “karisma” yang kemudian populer sebagian karena video TikTok. Adapun beberapa istilah umum Bahasa gaul generasi Z, yakni *glow-up*, *vibing*, *simp*, *valid*, dll (Seariac, 2023). Penelitian oleh (K. Putri, 2022) menemukan bahwa bentuk-bentuk Bahasa gaul yang terdapat di media sosial di

antaranya, yaitu *gans*, *membagongkan*, *salting*, *ngab*, *bund*, dsb. Temuan dari penelitian (Tasyarasita et al., 2023) mengenai penggunaan Bahasa slang oleh para remaja Gen Z pada media sosial TikTok, ditemukan beragam bentuk dan makna bahasa slang yang digunakan untuk berkomunikasi. Beberapa di antaranya adalah *gabut*, *tidak habis fikri*, *kek*, *cuaks*, dll. (Harahap dan Alfikri, 2023) juga turut meneliti fenomena penggunaan bahasa gaul oleh generasi z sebagai alat komunikasi. Hasil dari penelitiannya adalah ditemukannya beberapa bentuk kata gaul berdasarkan pembentukannya, seperti singkatan, akronim, pembalikan kata, dan pembentukan kata baru.

Sementara itu, popularitas TikTok sendiri di Indonesia didukung oleh survey Jakpat yang dapat dilihat pada ilustrasi grafik di bawah. Dari 10 negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak pada April 2023, negara Indonesia berada pada peringkat kedua setelah Amerika Serikat. Tercatat bahwa jumlah pengguna TikTok di Indonesia hanya selisih 3.52 juta pengguna dibandingkan dengan Amerika Serikat. Jumlah pengguna TikTok per April 2023 tercatat ada 112,97 juta pengguna. Laporan tersebut juga menyatakan bahwa per April 2023, pengguna TikTok terbanyak berasal dari usia 18-24 tahun dengan proporsi 20.9% perempuan dan 17,5% laki-laki.

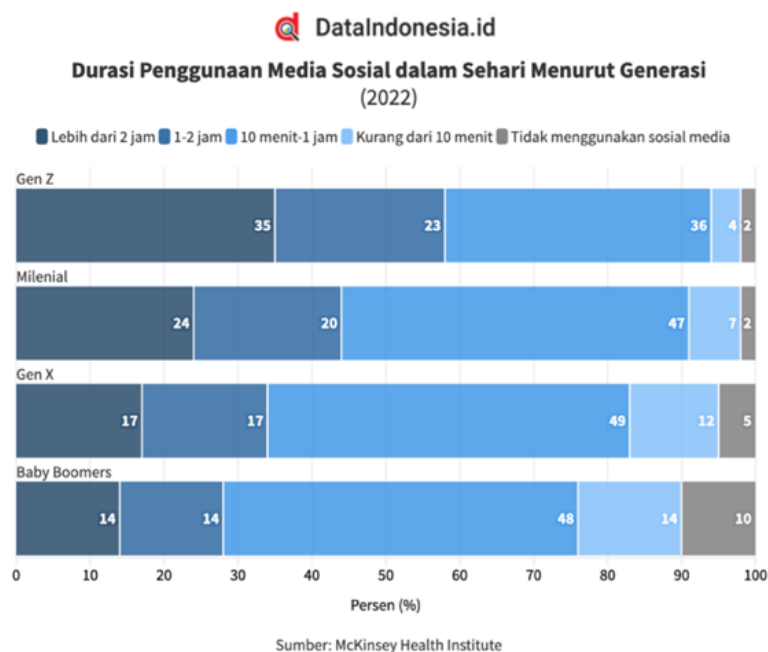


Gambar 1. 1 Daftar 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak

Sumber : Katadata

Angka di atas mengindikasikan bahwa penggunaan dan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap aplikasi TikTok adalah cukup tinggi. Penggunaanya berasal dari berbagai kalangan, salah satunya adalah generasi Z (Novita et al., 2020). Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada rentang 1995 – 2010 (Lina et al., 2021). Rentang waktu tersebut bersamaan dengan awal mulanya pertumbuhan internet, maka dari itu generasi Z dinilai sebagai komunitas yang tidak asing dengan teknologi. Mereka amat akrab dan mahir dengan kemutakhiran teknologi, sehingga tak merasa asing dengan media sosial (Pichler et al., 2021).

Keadaan ini juga didukung oleh hasil survey McKinsey & Company pada 5 Mei hingga 2 November 2022 terhadap 41.960 responden di 26 negara berbeda termasuk Indonesia, didapatkan data bahwa generasi Z merupakan generasi yang paling banyak menghabiskan waktu di media sosial apabila dibandingkan dengan generasi milenial, generasi X, dan generasi *baby boomers*. Survey tersebut menyajikan data bahwa sebanyak 58% generasi Z menghabiskan waktu lebih dari satu jam untuk bermain media sosial dibanding generasi lainnya. Angka 58% tersebut terdiri dari 35% mengakses media sosial lebih dari dua jam dan sisanya sebanyak 1-2 jam per hari.



Gambar 1. 2 Durasi Penggunaan Media Sosial dalam Sehari Berdasarkan Generasi

Sumber: DataIndonesia.id (2023)

Melambungnya perkembangan teknologi dan dunia maya mengakibatkan budaya asing masuk ke Indonesia, yang kemudian budaya asing tersebut mudah dan

cepat masuk ke dalam pikiran dan hati generasi Z (Fitriah et al., 2023). Kemunculan bahasa gaul ini juga sebagai bukti bahwa adanya perkembangan zaman yang dinamis, sebab suatu bahasa harus menyesuaikan dengan masyarakat penggunanya agar tetap eksis (Muliana dan Sumarni, n.d.). Hariadi (2014, dalam Mailani et al., 2022) mengatakan bahwa Bahasa berkembang sesuai dengan masyarakat penggunanya. Namun, sayangnya penggunaan bahasa gaul ini memicu adanya disparitas kompetensi antara kaum muda dan kaum tua sehingga timbul mispersepsi yang menjadi akar miskomunikasi di antara mereka (Zein dan Wagianti, 2018). Sebab, bahasa ini hanya dimengerti oleh anak-anak muda yang aktif bersosial, tidak dengan para orang tua karena adanya perbedaan usia, lingkungan, serta latar pendidikan (Fitriah et al., 2023). Beberapa orang yang tidak menggunakan bahasa gaul pun akan dianggap kuno atau jadul (Aditya et al., n.d.). Saputra, (2022) juga mengungkapkan bahwa munculnya kosakata baru dalam bahasa gaul dapat membuat penutur kebingungan memahami maknanya. Di samping itu, penggunaan bahasa gaul juga mempersulit penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, sehingga sulit dipahami bagi yang tidak mengerti bahasa gaul dan butuh waktu yang lama untuk memahaminya (Suleman dan Islamiyah, 2018).

Bahasa merupakan dimensi penting dari kebudayaan (Sugiawan, 2022). Porter dan Samovar (dalam Ridwan, 2016) menyebut bahwa proses verbal merupakan salah satu unsur dari komunikasi antarbudaya yang terdiri dari bahasa verbal dan pola pikir. Bahasa merupakan instrumen utama pada budaya untuk menyalurkan kepercayaan, nilai, dan norma. Banyaknya budaya di Indonesia dan masyarakat yang majemuk memungkinkan untuk membentuk ciri khas bahasa yang digunakan sebagai cermin dari perbedaan situasi, kondisi, realitas yang diamati, pengetahuan, pengalaman, dan lain sebagainya (Tanuwidjaja et al., 2021). Variasi bahasa yang lahir dari kreativitas remaja mengalami proses masuk yang kemudian diterima oleh komunikan dan komunikator untuk berinteraksi. Selain kreativitas, praktik komunikasi menggunakan bahasa gaul juga sebagai cerminan kemampuan remaja untuk mengelola potensi bahasa yang ada dan kemudian menjadi sarana komunikasi budaya yang efektif di kalangannya (Mulyani et al., 2022).

Namun, De Vito (dalam Liliweri, 2001) mengungkapkan bahwa konsep akan efektivitas komunikasi sangat ditentukan oleh sikap seseorang, yaitu dengan bersifat terbuka yang berarti membuka semua informasi tentang pribadinya terhadap komunikan dan menerima semua informasi yang relevan tentang komunikasi dan

komunikasikan dalam rangka interaksi antarpribadi. Kemudian, komunikator juga harus berempati untuk menerima dan memahami orang lain.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang berjudul “Fenomena Bahasa Gaul Sebagai Komunikasi Generasi Z di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bandar Perdagangan” oleh Harahap dan Alfikri (2023), dalam penelitian tersebut terdapat hasil bahwa generasi Z menggunakan bahasa gaul untuk berkomunikasi secara langsung ataupun melalui media sosial kepada teman-temannya sesuai dengan tingkat keakraban. Kemudian, penelitian selanjutnya yang berjudul “Penggunaan Bahasa Gaul pada Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja” oleh Gunawan dan Susanti (2023) menyebut bahwa penggunaan bahasa gaul makin menjamur, tak hanya di kalangan remaja tetapi juga di kalangan dewasa. Lalu penelitian oleh Mariyam Farzand pada tahun 2023 yang berjudul “*Evolution of Internet Slang and Its Impact on English Language Communication*” menjelaskan bagaimana internet dan *platform* komunikasi digital membantu penyebaran dari penggunaan *internet slang* yang mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi *online*.

Pada perihal ini, peneliti melihat adanya beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yakni peneliti pada penelitian ini berfokus kepada bahasa gaul yang ada di aplikasi TikTok dengan sebuah kajian etnografi virtual. Pemilihan metode etnografi virtual ini didasari oleh empat level dalam analisis media siber, seperti level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman. Peneliti juga akan mewawancarai beberapa *content creator* TikTok yang merupakan generasi Z secara virtual. Di samping itu, penelitian ini juga meneliti dengan populasi yang berbeda, yaitu generasi Z yang aktif menggunakan aplikasi TikTok dan menggunakan bahasa gaul sebagai alat komunikasi yang belum pernah ditemukan pada penelitian sebelumnya, sehingga ini menjadi pondasi penelitian yang harus diteliti sebagai sebuah kebaruan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Kemudian, hasil dan pembahasan pada penelitian ini akan dibahas dengan budaya di media siber (*cyberculture*) oleh Nasrullah.

Peneliti ingin membahas lebih lanjut mengenai penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z pada aplikasi TikTok dengan sudut pandang budaya di media siber (*cyberculture*). Bahasa gaul yang kerap kali digunakan oleh generasi Z pada aplikasi TikTok memunculkan bahasa dan budaya baru dalam ruang siber. Dengan demikian, dapat membantu peneliti menjawab pertanyaan yang muncul dalam peristiwa budaya di media siber penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z pada aplikasi TikTok.

Penelitian-penelitian terdahulu mengantarkan penulis kepada sebuah permasalahan bahwa belum banyak penelitian di bidang ilmu komunikasi mengenai etnografi bahasa gaul. Mayoritas penelitian-penelitian terdahulu berasal dari bidang sastra atau linguistik dan tidak berfokus kepada penggunaan bahasa gaul sehari-hari dan bagaimana proses bahasa gaul menjadi bahasa sehari-hari oleh masyarakat terutama oleh generasi Z. Di samping itu, belum banyak juga penelitian-penelitian terdahulu yang mengangkat fenomena bahasa gaul pada aplikasi TikTok karena kebanyakan penelitian sebelumnya mengkaji penggunaan bahasa gaul pada aplikasi WhatsApp, Twitter, dan Instagram. Berangkat dari permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “BUDAYA DI MEDIA SIBER: STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PENGGUNAAN BAHASA GAUL OLEH GENERASI Z PADA APLIKASI TIKTOK”.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui budaya siber pada penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z di level ruang media pada aplikasi TikTok
2. Untuk mengetahui budaya siber pada penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z di level dokumen media dan objek media pada aplikasi TikTok
3. Untuk mengetahui budaya siber pada penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z di level pengalaman pada aplikasi TikTok

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana budaya siber pada penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z di level ruang media pada aplikasi TikTok?
2. Bagaimana budaya siber pada penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z di level dokumen media dan objek media pada aplikasi TikTok?
3. Bagaimana budaya siber pada penggunaan bahasa gaul oleh generasi Z di level pengalaman pada aplikasi TikTok?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat menjadi sarana informasi dan acuan perkembangan di bidang ilmu komunikasi, sosiologi, sastra, maupun pendidikan. Diharapkan penelitian ini juga bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai penggunaan bahasa gaul dengan objek atau subjek penelitian yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi manfaat bagi ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan mengenai penggunaan bahasa yang baik dan benar. Peneliti selanjutnya juga bisa memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengembangkan dan mengeksplorasi bidang komunikasi termediasi komputer (CMC) hingga komunikasi antarbudaya.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Oktober 2023 hingga Maret 2024. Adapun lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah di kota Bandung, Jawa Barat.

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No	Tahapan	Tahun 2023			Tahun 2024					
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pengajuan topik penelitian									
2	Penyusunan Proposal Bab 1-3									
3	<i>Desk Evaluation</i>									
4	<i>Revisi Desk Evaluation</i>									
5	Pengerjaan proposal bab 4-5									
6	Pendaftaran Sidang Skripsi									
6	Sidang skripsi									

Sumber : Olahan Peneliti (2023)