

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bahasa dan masyarakat akan selalu menjadi pasangan yang mengisi satu sama lain, karena adanya interaksi sosial yang menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi. Komunikasi tersebut terjalin di antara individu satu dengan individu lainnya yang bersifat heterogen. Keheterogenan penutur dan lawan tutur yang ditunjang dengan sifat bahasa yang arbitrer sangat memungkinkan untuk melahirkan bahasa tersebut. Bahasa adalah alat komunikasi antar anggota masyarakat yang berupa bunyi suara atau lambang yang dikeluarkan oleh manusia untuk menyampaikan isi hatinya kepada manusia lain.¹

Variasi atau ragam bahasa merupakan bahasan pokok dalam studi sosiolinguistik, sehingga Kridalaksana mendefinisikan sosiolinguistik sebagai cabang linguistik yang berusaha menjelaskan ciri-ciri variasi bahasa tersebut dengan ciri-ciri sosial kemasyarakatan. Kemudian dengan mengutip pendapat Fishman. Kridalaksana mengatakan bahwa sosiolinguistik adalah ilmu yang mempelajari ciri dan fungsi berbagai variasi bahasa, serta hubungan diantara bahasa dengan ciri dan fungsi itu dalam suatu masyarakat bahasa.²

Dalam berinteraksi masyarakat tentunya menggunakan bahasa. Bahasa sangat berperan penting bagi setiap manusia karena dapat menghubungkan suatu masyarakat dengan masyarakat yang lainnya.

¹ I Nengah Suandi, *Sosiolinguistik*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm 33

² Abdul Chaer dan Leoni Agustina, *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm 61

Sebagai sebuah *langue* sebuah bahasa mempunyai sistem dan subsistem yang dipahami sama oleh semua penutur bahasa itu. Namun, karena penutur bahasa tersebut, meski berada dalam masyarakat tutur, tidak konkret, yang disebut *parole*, menjadi tidak seragam. Bahasa itu menjadi beragam dan bervariasi (catatan: istilah *variasi* sebagai padanan kata Inggris *variety* bukan *variation*). Terjadinya keragaman atau kevariasian bahasa ini bukan hanya disebabkan oleh para penuturnya yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam. Setiap kegiatan memerlukan atau menyebabkan terjadinya keragaman bahasa itu. Keragaman ini akan semakin bertambah kalau bahasa tersebut digunakan oleh penutur yang sangat banyak, serta dalam wilayah yang sangat luas.

Sosiolinguistik merupakan ilmu antardisiplin antara sosiologi dan linguistik, dua bidang ilmu empiris yang mempunyai kaitan sangat erat. Apa sosiologi dan linguistik itu? Banyak batasan telah dibuat oleh sosiolog mengenai sosiologi, tetapi intinya bahwa sosiologi adalah kajian yang objektif dan ilmiah mengenai manusia di dalam masyarakat. Sosiologi berusaha mengetahui bagaimana masyarakat itu terjadi, berlangsung, dan tetap ada. Dengan mempelajari lembaga-lembaga sosial dalam satu masyarakat, akan diketahui cara-cara manusia menyesuaikan diri dengan lingkungannya, bagaimana mereka bersosialisasi, dan menempatkan diri dalam tempatnya masing-masing dalam masyarakat.

Linguistik adalah bidang ilmu yang mempelajari bahasa, atau bidang ilmu yang mengambil bahasa sebagai objek kajiannya. Dengan demikian, secara mudah dapat dikatakan bahwa sosiolinguistik adalah bidang ilmu antardisiplin yang mempelajari bahasa dalam kaitannya dengan penggunaan bahasa dalam

masyarakat. Sociolinguistik dapat didefinisikan sebagai *kajian tentang bahasa dalam hubungannya dengan masyarakat*.

Sociolinguistik adalah ilmu yang interdisipliner. Istilahnya sendiri menunjukkan bahwa ia terdiri atas bidang sosiologi dan linguistik. Dalam istilah *linguistik-sosial* (sociolinguistik) kata *sosio* adalah aspek utama dalam penelitian dan merupakan ciri umum bidang ilmu tersebut. Linguistik dalam hal ini juga berciri sosial sebab bahasa pun berciri sosial, yaitu bahasa dan strukturnya hanya dapat berkembang dalam suatu masyarakat tertentu. Aspek sosial dalam hal ini mempunyai ciri khusus misalnya ciri sosial yang spesifik dan bunyi bahasa dalam kaitannya dengan fonem, morfem, kata, kata majemuk, dan kalimat.

Bram & Dickey menyatakan bahwa sociolinguistik menghususkan kajiannya pada bagaimana bahasa berfungsi ditengah masyarakat. Mereka menyatakan pula bahwa sociolinguistik berupaya menjelaskan kemampuan manusia menggunakan aturan-aturan berbahasa secara tepat dalam situasi-situasi yang bervariasi.³

Variasi atau ragam bahasa merupakan bahasan pokok dalam studi sociolinguistik, sehingga Kridalaksana mendefinisikan sociolinguistik sebagai cabang linguistik yang berusaha menjelaskan ciri-ciri variasi bahasa tersebut dengan ciri-ciri sosial kemasyarakatan. Kemudian dengan mengutip pendapat Fishman. Kridalaksana mengatakan bahwa sociolinguistik adalah ilmu yang mempelajari ciri dan fungsi berbagai variasi bahasa, serta hubungan diantara bahasa dengan ciri dan fungsi itu dalam suatu masyarakat bahasa.⁴

³ Fathur Rokhman, *Sociolinguistik; Suatu Pendekatan Pembelajaran Bahasa dalam Masyarakat Multikulturalan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm 1-2

⁴ Abdul Chaer dan Leoni Agustina, *Sociolinguistik: Perkenalan Awal*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm 61

Variasi sebagai *langue* mempunyai sistem dan subsistem yang dipahami sama oleh penutur bahasa. Penutur berada dalam masyarakat heterogen sehingga wujud bahasa (*parole*) menjadi bervariasi. Variasi merupakan padanan dalam bahasa Perancis *variete* yang berarti ragam atau jenis. Adanya variasi bahasa tidak mutlak disebabkan oleh penutur, tetapi juga faktor interaksi sosial yang dilakukan oleh penutur. Keragaman bahasa akan semakin bertambah apabila bahasa tersebut digunakan oleh penutur yang banyak serta berada dalam wilayah yang luas.

Variasi dibedakan berdasarkan penutur dan penggunaannya. Berdasarkan penutur berarti, siapa yang menggunakan bahasa itu, dimana tinggalnya, bagaimana kedudukan sosialnya di dalam masyarakat, apa jenis kelaminnya, dan kapan bahasa itu digunakannya. Berdasarkan penggunaannya, berarti bahasa itu digunakan untuk apa, dalam bidang apa, apa jalur dan alatnya, dan bagaimana situasi keformalannya.⁵

Sehubungan dengan variasi bahasa berkenaan dengan tingkat, golongan, status, dan kelas sosial para penuturnya, biasanya dikemukakan oleh variasi bahasa yang disebut *akrolek*, *basilek*, *vulgar*, *slang*, *kolokial*, *jargon*, *argot*, dan *ken*. Ada juga yang menambahkan dengan yang disebut bahasa *prokem*.⁶ Pada penelitian ini hanya berfokus pada *jargon*, apa itu *jargon*?

Yang dimaksud dengan *jargon* adalah variasi sosial yang digunakan secara terbatas oleh kelompok-kelompok sosial tertentu. Meskipun ungkapan yang digunakan seringkali tidak dapat dipahami oleh masyarakat umum atau masyarakat di luar kelompoknya, namun ungkapan tersebut tidak bersifat rahasia.⁷

⁵ Ibid, hlm. 62

⁶ Ibid, hlm. 66

⁷ Ibid, hlm. 68

Perkembangan zaman dan waktu telah memberi pengaruh besar bagi perkembangan teknologi saat ini. Beberapa tahun akhir-akhir ini media sosial berkembang cukup pesat. Media Sosial adalah sebuah tempat untuk melakukan aktifitas bersosialisasi berbaur dan berkomunikasi dengan orang yang kita kenal maupun tidak kita kenal sekalipun. Bahkan sebuah jarak tidak lagi menjadi menjadi masalah untuk berkomunikasi.

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang menerima pesan.⁸

Media sosial kini menjadi peranan penting bagi kehidupan manusia, yang semula media sosial menjadi sarana bersosialisasi dan berinteraksi antar pemilik akun. Dalam perkembangannya saat ini, media sosial digunakan sebagai berbagai kepentingan, mulai dari berbagi informasi, kegiatan sosial maupun menyebar undangan hingga berjualan.

Kata Sosial Media menjadi populer ketika Facebook dan Twitter mulai dikenal oleh kalangan pengguna Internet, hal ini yang kemudian membuat Sosial Media dan Internet menjadi tidak terpisahkan. Tidak heran, jika mendengar kata Sosial Media maka pikiran orang-orang tentu akan langsung tertuju pada

⁸ Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm 8

Facebook, Twitter, Blogging, youtube dan semua fasilitas lainnya yang menjembatani hubungan dan interaksi antar manusia.

Instagram belakangan ini menjadi sangat populer didunia mengalahkan Facebook atau aplikasi media sosial lainnya. Instagram atau IG adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya dapat membagikan foto atau vidio. Instagram bukan hanya hits dikalangan muda-mudi tapi orang dewasa bahkan anak kecil tak luput dari instagram dan bahkan menjadi ajang untuk kampanye. Semuanya tersedia mengenai informasi-informasi baik itu berupa Video maupun foto. Pengguna Instagram sangat dimanjakan oleh beragam fitur-fitur yang menarik yang dapat dinikmati oleh para penggunanya.

Untuk menentukan sebuah akun populer atau tidaknya adalah dengan melihat jumlah *Followers* atau bisa disebut dengan pengikut. Tujuan memperoleh pengikut yang banyak adalah repotasi pemilik akun akan terkenal. Sehingga tak jarang untuk mendapatkan ribuan bahkan jutaan pengikut pemilik akun instagram harus mengunggah foto ataupun vidio semenarik mungkin. Netizen istilah dari warganet atau warga internet yang sangat aktif di media sosial. Netizen sangat berperan aktif dalam berkomunikasi, mencari dan berbagi informasi baik itu seputar informasi penti maupun hiburan dan berbagai macam aktifitas lainnya. Bebasnya media sosial saat ini memberikan ruang bagi siapa saja untuk menyuarakan pendapat maupun idenya. Instagram bukan hanya sebagai sarana komunikasi saja namun dapat berupa sarana promosi, jual beli dan bahkan sarana kampanye.

Pemilihan umum merupakan suatu sarana bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam memberikan suaranya guna memilih wakil rakyat, serta

merupakan bukti adanya upaya untuk mewujudkan demokrasi. Pemilihan umum dapat diartikan sebagai suatu lembaga sekaligus politik yang memungkinkan untuk terbentuknya suatu pemerintahan perwakilan (*representative government*). Pemilu merupakan suatu arena kompetisi. Menang atau kalahnya suatu kandidat akan ditentukan oleh rakyat dengan menggunakan mekanisme pemungutan suara. Menentukan pilihan dalam pemilu merupakan hak setiap warga negara.⁹

Memberikan suara adalah salah satu tindakan terakhir dalam kampanye pemilihan umum, suatu rangkaian pertukaran yang panjang dan kadang-kadang memanas yang membentuk proses komunikasi. Kampanye politik adalah penciptaan, penciptaan ulang, dan pengalihan lambang signifikan secara sinambung melalui komunikasi.¹⁰

Pada masa mendatang komunikasi politik di Indonesia akan semakin menarik. Media massa, khususnya televisi dan surat kabar, juga internet, akan menjadi media utama dalam meningkatkan citra diri politisi, khususnya melalui kampanye politik menjelang pemilihan legislatif di pusat dan daerah, pemilihan presiden dan wakil presiden, dan bahkan menjelang pemilihan kepala daerah, seperti gubernur, bupati dan wali kota.¹¹

Masalahnya, meskipun mereka dapat menggalang dukungan dari khalayak lewat media sosial, mereka sekaligus juga mendapatkan serangan dari khalayak lain yang tidak menyukai mereka. Masih menjadi tanda tanya, apakah politisi kita akan mendapatkan keuntungan jika mereka pengguna media sosial yang aktif. Di

⁹ Muhadam Labolo, *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia: Teori, Konsep dan Isu Strategis*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm 51

¹⁰ Dam Nimmo, *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm 172-173

¹¹ Deddy Mulyana, *Komunikasi Politik-politik Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdayana, 2013), hlm 22

Indonesia sendiri belum banyak penelitian komunikasi politik yang melibatkan pengguna media sosial. Diperkirakan jejaring sosial ini berpengaruh cukup besar, terutama jika para kandidat politik ingin mendapatkan dukungan dari para pemilih muda, apalagi pemula, terutama yang tinggal di perkotaan. Khalayak muda ini lazimnya memang berpendidikan dan melek-internet.¹²

Masing-masing pasangan calon baik 01 dan 02 memiliki akun Instagram masing-masing. Untuk paslon nomer urut satu Joko Widodo dengan nama akun Jokowi memiliki jumlah pengikut sebanyak 23,6 juta, K.H. Ma'ruf amin dengan nama akun khmarufamin_ memiliki jumlah pengikut sebanyak 412 ribu. Sedangkan untuk paslon nomer urut 2 Prabowo Subianto dengan nama akun prabowo memiliki jumlah pengikut sebanyak 4,9 juta, Sandiaga salahuddin Uno dengan nama akun sandiuno memiliki 6,2 juta pengikut. Semua akun paslon nomer 1 maupun nomer 2 akan terus bertambah atau berkurang jumlah pengikutnya tergantung dari antusias netizen.

Salah satu paslon dapat mengunggah foto maupun vidio semenaarik mungkin sehingga dapat menarik simpati netizen. Sehingga netizen dapat melihat apa saja kegiatan masing-masing paslon yang menjadi pilihannya. Di kolom komentar netizen bisa menuangkan apa saja yang menjadi aspirasinya. Bisa berupa saran dan kritik bahkan tak jarang cacian dan makian. Di kolom komentar netizen juga dapat berpendapat sesuka hati mereka terhadap siapa yang mereka pilih. Tak jarang mereka melontarkan jargon untuk mengomentari siapa yang akan mereka pilih nantinya.

¹² Ibid, hlm. 24

Penelitian terhadap jargon telah dilakukan peneliti sebelumnya, penelitian yang pertama sudah pernah dilakukan oleh Mentari Suminar dalam jurnalnya yang berjudul “Jargon Jual Beli Online dalam Media Sosial *Instagram* (Kajian Sociolinguistik)”¹³. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah konteksnya yang berbeda pada penelitian ini konteksnya pada jargon jual beli *online* di Instagram dan penelitian peneliti konteksnya pada jargon dalam Instagram menjelang pilpres 2019. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang jargon dalam Instagram.

Penelitian yang kedua sudah pernah dilakukan oleh Wahyu Oktavia dalam jurnalnya yang berjudul “Variasi Jargon *Chatting Whatsapp* Grup Mahasiswa Tadris Bahasa Indonesia”.¹⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian ini konteksnya pada jargon *chatting whatsapp* grup mahasiswa Tadris Bahasa Indonesia sedangkan penelitian yang peneliti lakukan konteksnya pada Instagram. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti gunakan adalah persamaan konteksnya yang sama-sama tentang jargon dan metodenya yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan juga hampir sama yakni menggunakan teknik baca, simak dan catat.

Penelitian yang ketiga sudah pernah dilakukan oleh Ayu Megawati dalam jurnalnya yang berjudul “Jargon dan Interferensi Bahasa dalam Sinetron Remaja Serta Implikasinya Terhadap Cerpen Siswa SMA di Jakarta Selatan”.¹⁵ Perbedaan

¹³ Mentari Suminar, *Jargon Jual Beli Online dalam Media Sosial Instagram (Kajian Sociolinguistik)*, (Kediri: Universitas Nusantara, 2018), hlm i

¹⁴ Wahyu Oktavia, *Variasi Jargon Chatting Whatsapp Grup Mahasiswa Tadris Bahasa Indonesia*. (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018), hlm 317

¹⁵ Ayu Megawati, *Jargon dan Interferensi Bahasa dalam Sinetron Remaja Serta Implikasinya Terhadap Cerpen Siswa SMA di Jakarta Selatan*. (Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI), hlm 18

penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah konteksnya yang berbeda pada penelitian ini konteksnya tidak hanya jargon namun juga pada Interfrensi bahasa dalam Sinetron remaja serta implikasinya terhadap siswa. Dan metodenya juga berbeda meskipun sama-sama kualitatif tetapi mengacu pada teknik analisis isi. Persamaannya adalah sama-sama berfokus pada jargon.

Pemakaian jargon dalam sebuah komunitas bertujuan untuk membuat bahasa yang dikemukakan lebih eksklusif artinya bahasa tersebut hanya dimengerti oleh kelompok tersebut dan sebagai perwujudan dari eksistensi kelompok tertentu apalagi dalam sosial media dan Instagram salah satunya. Apalagi dalam pemilu serentak pada tanggal 17 April 2019. Tentunya masing-masing kubu punya jargon-jargon tertentu yang menarik untuk dianalisis. Maka, berdasarkan alasan tersebut peneliti mengangkat judul tentang **“Jargon Dalam Akun Media Sosial Instagram Menjelang Pilpres 2019”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah wujud dan makna jargon pada akun media sosial Instagram calon presiden dan wakil presiden 2019?
2. Termasuk dalam bentuk jargon apakah komentar netizen pada akun media sosial instagram calon presiden dan wakil presiden 2019?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan wujud dan makna jargon komentar netizen di akun media sosial instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden 2019.
2. Mendeskripsikan bentuk dan makna jargon yang pada akun media sosial Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden 2019.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua kegunaan, yaitu penelitian teoretis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan menjadi rujukan penelitian tentang jargon dan dapat menambah wawasan dalam meneliti tentang jargon dalam media sosial instagram menjelang pilpres 2019.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan memiliki makna dan berguna bagi semua kalangan, sebagai berikut:

- a. Bagi masyarakat, dapat memberikan informasi dan menambah wawasan tentang jargon dalam media sosial instagram pilpres 2019 sebagai perbandingan dalam menyelesaikan masalah.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, bisa dijadikan tambahan referensi dalam melakukan penelitian kajian yang sama.
- c. Bagi IAIN Madura, sebagai tambahan koleksi perpustakaan yang bisa dijadikan sebagai tambahan referensi dalam melakukan penelitian dengan kajian yang sama.

E. Definisi Istilah

1. Jargon

Jargon merupakan kosakata atau ungkapan khusus yang digunakan dalam lingkungan tertentu. Meskipun ungkapan yang digunakan seringkali tidak dapat dipahami oleh masyarakat umum atau masyarakat di luar kelompoknya, namun ungkapan tersebut tidak bersifat rahasia.

2. Akun

Akun adalah catatan tentang nama pengguna, kata sandi, dan hak untuk mengakses jaringan atau sistem daring.

3. Media Sosial

Laman atau aplikasi yang memungkinkan penggunanya dapat membuat dan berbagi isi atau terlihat dalam jaringan sosial.

4. Instagram

Instagram atau biasa dikenal dengan IG merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan penggunanya dapat membagikan foto maupun video ke orang lain di dunia maya sehingga orang lain dapat melihat kegiatan atau sekedar informasi dari pemilik akun instagram tersebut.

5. Pilpres

Pilpres adalah pemilihan umum presiden dan wakil presiden yang merupakan agenda wajib sebagai negara demokrasi. Pilpres diselenggarakan setiap 5 tahun 1 kali setiap periodenya. Wewenang dan kekuasaan Presiden Republik Indonesia, dibagi dua jenis yaitu selaku kepala negara dan selaku kepala pemerintahan.

Berdasarkan istilah diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan “Jargon dalam Akun Media Sosial Instagram Menjelang Pilpres 2019” adalah ungkapan kata yang digunakan secara terbatas oleh kelompok-kelompok sosial tertentu. Meskipun ungkapan yang digunakan seringkali tidak dapat dipahami oleh masyarakat umum atau masyarakat di luar kelompoknya, namun ungkapan tersebut tidak bersifat rahasia yang digunakan dalam media sosial instagram menjelang Pilpres 2019.