

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Manusia membutuhkan suatu perantara untuk menyampaikan pesannya melalui komunikasi dan tentunya juga manusia perlu alat untuk menyampaikan pesan tersebut. Salah satu cara berkomunikasi manusia yaitu menggunakan alat yang bernama bahasa. Bahasa menjadi salah satu cara manusia menyampaikan makna dan pesan, cara penyampaiannya pun bervariasi. Cara penyampaian yang bervariasi ini biasanya disebut gaya bahasa, gaya bahasa sendiri memiliki banyak jenis dan ragamnya.

Gaya bahasa adalah suatu penyampaian makna dan pesan dengan menggunakan cara tertentu dan dapat mencerminkan si penulis atau si penyampai pesan. Seperti yang diungkapkan Keraf (21) bahwa gaya bahasa adalah cara penyampaian gagasan tertentu melalui bahasa yang mencerminkan watak pengarang (pengguna bahasa).

Hal tersebut membuktikan bahwa gaya bahasa memiliki banyak jenis, dilihat dari cara menyampaikan gagasannya. Salah satu jenis gaya bahasa yang difokuskan dalam penelitian ini adalah gaya bahasa perbandingan, yang membandingkan suatu hal dengan ibarat. Gaya bahasa perbandingan menjadi salah satu jenis gaya bahasa yang difokuskan pada penelitian ini. Menurut Keraf (136) jenis-jenis gaya bahasa perbandingan yang dibahas ada 7 jenis yaitu personifikasi,

simile, alegori, metafora, sinekdose, metonimia, dan alusi. Menurut Zaimarni dan Rumadi (12) gaya bahasa yang memiliki persamaan makna tetapi membandingkan dua hal yang berbeda adalah gaya bahasa perbandingan yang berarti cara penyampaian membandingkan dua hal yang berbeda tetapi mempunyai kesamaan.

Selain itu, gaya bahasa dapat disampaikan tidak hanya melalui teks, gambar atau karya sastra saja, tetapi dapat melalui media sosial. Salah satunya fenomena yang sedang banyak diperbincangkan yaitu melalui media sosial yang berbasis internet untuk berkomunikasi. Adanya cara berkomunikasi melalui media sosial, maka penyampaian gagasan dapat disampaikan melalui platform-platform seperti Youtube, Twitter, Threads, Facebook, Instagram, dan lainnya. Penggunaan gaya bahasa dalam platform media sosial bertujuan untuk mengungkapkan perasaan atau emosi penulis yang ingin menyampaikan sebuah pesan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hal ini didukung oleh Ratna (160) bahwa gaya bahasa berfungsi untuk mengekspresikan perasaan, mengajak, dan menyampaikan ide. Untuk mengekspresikan sebuah ide atau gagasan tidak hanya melalui teks, tetapi dapat melalui *emoji* (gambar kecil) dengan tujuan memperkuat emosi atau ungkapan agar lebih komunikatif. Lestari et al. (28) pada tahun 2018 berpendapat bahwa *emoji* berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan emosi. Selain *emoji*, *hashtag* juga merupakan sebuah pendukung emosi dan menyatakan pernyataan. Menurut Mahfouz (85) *hashtag* telah berkembang sebagai mengekspresikan emosi, promosi, dan pernyataan. *Hashtag* dan *emoji* termasuk dalam bagian dari sebuah fitur *caption* di Instagram dan berfungsi sebagai tambahan ekspresi, emosi, atau pernyataan.

Instagram adalah sebuah laman media sosial yang menggunakan internet berfungsi untuk berinteraksi antar individu secara *online*, dan memiliki fitur-fitur seperti foto, video, *story*, *reels*, dan *caption* untuk menyalurkan gagasan sang penggunanya. Fitur Instagram yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebuah *caption* dalam postingan *public figure*. Dari penggunaan fitur tersebut, banyak *public figure* yang memakai Instagram untuk mengungkapkan gagasan atau emosinya dan juga ada yang mempromosikan merek dagang atau bisnis penjualan.

*Public figure* biasanya menata postingan Instagramnya dengan menarik, agar dapat perhatian dari penggemar mereka atau orang-orang yang berinteraksi di media sosial ini. *Public figure* Mark NCT memposting sebuah foto dengan *caption-caption* yang beragam, dari situlah penggunaan gaya bahasa yang digunakan *public figure* tersebut terlihat. Maka terjadilah sebuah pemaknaan dan penambahan makna dari gaya bahasa agar pesan dapat tersampaikan. Seperti yang dikutip dari jurnal Nurgiyantoro (215) bahwa gaya bahasa tidak hanya menunjukkan makna literal, tetapi juga pada makna yang ditambahkan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa untuk memahami pesan yang disampaikan oleh si penutur gaya bahasa, penting untuk mencari makna dari gaya bahasa yang digunakan. Seperti menurut Lase et al. (42) makna dalam bahasa dapat disampaikan menggunakan gaya bahasa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), makna adalah sesuatu yang ditafsirkan atau dipahami oleh penutur dalam bentuk bahasa. Makna sendiri termasuk dalam sebuah ilmu semantik yang menganalisis tentang makna. Dalam jurnalnya Kumalasari et al. (2378) ilmu yang mempelajari tentang makna bahasa dalam bagian linguistik disebut semantik.

Semantik memiliki banyak macam makna, menurut Keraf (27) makna dibedakan menjadi 2 sifat yaitu denotatif dan konotatif. Makna denotatif merupakan makna yang menunjukkan sebuah ide atau makna sebenarnya, sedangkan konotatif adalah makna tambahan dari makna denotatif. Pemaknaan dalam gaya bahasa menurut Keraf (136) dibentuk atas dasar perbedaan atau persamaan. Perbandingan tersebut dibagi menjadi 2 pengertian yaitu perbandingan yang dapat dimaknai secara langsung dan perbandingan yang ditambah dengan makna lainnya (ibarat). Maka dari itu, pemaknaan gaya bahasa perbandingan harus diperhatikan apakah dapat dimaknai secara langsung (denotatif) atau dengan makna lainnya (konotatif).

Dalam penelitian ini, pemaknaan gaya bahasa perbandingan pada fitur *caption* yang diposting oleh *public figure* dideskripsikan agar para pembaca mengerti apa yang disampaikan oleh pengguna akun tersebut. Topik penelitian ini juga pernah diteliti oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang mirip, diantaranya adalah:

Penelitian yang ditulis oleh Marligustina Laia pada tahun 2023 dengan judul “Analisis Gaya Bahasa Perbandingan dalam Unggahan Pada Akun *yang.terdalam* di Instagram” membahas tentang mendeskripsikan dan mendefinisikan jenis-jenis gaya bahasanya. Penelitian ini menggunakan teks yang terdapat pada postingan gambar dalam akun Instagram @*yang.terdalam*. Batasan penelitian tersebut menggunakan jangka waktu dari bulan Januari sampai Maret pada tahun 2021. Hasil dari penelitian tersebut terdapat 41 postingan dengan 5 jenis gaya bahasa yang teridentifikasi.

Penelitian yang kedua ditulis oleh Mawadda Sakina dan Syarif Hidayatullah pada tahun 2024 dengan judul “Gaya Bahasa Perbandingan Pada Kumpulan Puisi

Akun Instagram Ruang Fikir” membahas tentang cara penggunaan gaya bahasa perbandingan dan makna dari teks dalam karya sastra puisi di akun media sosial Instagram Ruang Fikir. Hasil dari penelitian tersebut terdapat 26 data dan 4 jenis gaya bahasa perbandingan.

Penelitian yang ketiga ditulis oleh Elsa Nira Dwi Sundari, H.R. Herdiana, dan Asep Hidayatullah pada tahun 2023 dengan judul “Penggunaan Gaya Bahasa *Caption* Ridwan kamil dalam Media Sosial Instagram” membahas tentang jenis-jenis gaya bahasa dalam sebuah *caption public figure* Ridwan Kamil. Hasil penelitian tersebut terdapat 20 postingan yang mengandung jenis gaya bahasa, dan memiliki 6 kategori gaya bahasa yang berbeda.

Dilihat dari ketiga penelitian terdahulu ini analisis gaya bahasa dapat berjalan karena sumber data yang dibahas dapat dijadikan sebagai referensi. Setelah mendapatkan referensi dari penelitian terdahulu, maka contoh analisis yang didapat diterapkan sebagai berikut. Contoh analisis gaya bahasa perbandingan pada salah satu postingan *public figure* yaitu Mark NCT (@onyourm\_\_ark), dengan menuliskan *caption* “*the rabbit or hare #atlanta.*” Dari contoh *caption* ini, gaya bahasanya termasuk ke dalam jenis gaya bahasa perbandingan yaitu metafora, karena mengibaratkan kehidupan Mark NCT sebagai *public figure (rabbit)* yang biasa dilihat oleh penggemar dan Mark NCT (Mark Lee) sebagai manusia/orang biasa (*hare*). Makna konotatifnya penggemar bisa melihat sisi Mark NCT (*public figure*) atau Mark Lee (orang biasa). Makna denotatifnya adalah “kelinci atau hares.”

Selain itu, gaya bahasa yang digunakan pada fitur *caption* yang ada di dalam media sosial Instagram memiliki kesan menarik dan menjadikan salah satu cara

berkomunikasi yang efektif untuk seorang *public figure* kepada penggemarnya. Maka dari itu penyampaian sebuah pesan tidak hanya melalui visual saja, tetapi *caption* juga bisa menjadi menarik lewat penggunaan gaya bahasanya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, berikut rumusan masalah yang akan dibahas:

1. Apa saja jenis gaya bahasa perbandingan yang terdapat di dalam *caption* postingan media sosial Instagram Mark NCT?
2. Apa makna dari ujaran yang disampaikan pada *caption* di postingan media sosial Instagram Mark NCT?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Seperti yang sudah dibahas, penelitian ini ditujukan untuk:

1. Mendeskripsikan jenis gaya bahasa apa saja yang digunakan pada *caption* postingan media sosial Instagram Mark NCT.
2. Menemukan makna dari *caption* yang disampaikan oleh pengguna akun atau *public figure* Mark NCT.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu teoritis dan praktis. Dari segi teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas khasanah keilmuan semantik melalui kajian gaya bahasa.

Sedangkan dari segi praktis, penelitian ini memberikan wawasan tambahan bagi para peneliti yang mengkaji topik gaya bahasa. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian lainnya di bidang bahasa.

### 1.5 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini diawali dengan cara mencari sumber data yaitu *caption* pada media sosial Instagram, lalu dianalisis menggunakan gaya bahasa dengan teori dari Keraf (21). Lalu mencari jenis gaya bahasa yang akan difokuskan yaitu gaya bahasa perbandingan. Hal ini untuk mengungkapkan jenis-jenis dari gaya bahasa perbandingan dan mengungkapkan makna dari ujaran pada sebuah *caption* yang di tulis di media sosial Instagram tersebut.

Tabel 1. 1 Tabel Diagram Kerangka Penelitian

