

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan alat atau media yang digunakan manusia untuk saling berinteraksi antara satu sama lain. Bahasa sebagai perantara atau piranti untuk menjalin komunikasi dan berperan penting dalam penyampaian pesan. Pesan dapat disampaikan dalam bentuk lisan maupun melalui tulisan (Pamungkas, 2012:3). Dalam proses penyampaian pesan, tentu membutuhkan upaya agar maksud dan tujuan seorang pembicara dapat tersampaikan dengan baik kepada lawan bicaranya, sehingga tercipta alur komunikasi yang diharapkan.

Keberadaan bahasa menjadi hal utama dalam sebuah komunikasi. Hal ini bukanlah tanpa alasan, bahwa bahasa memegang kendali penting adanya alur pembicaraan yang dilakukan oleh manusia. Tanpa kehadiran bahasa, seseorang tentu merasa kesulitan dan terkendala dalam menjalin kontak dengan sesama. Hal ini tentu akan berakibat pada kesalahpahaman dalam penyampaian pesan.

Seseorang hendaknya dapat menggunakan bahasa dengan baik dan benar. Salah satunya adalah dengan memilih kosa kata yang sesuai. Hal ini bukanlah tanpa alasan, bahwa keterampilan berbahasa yang dimiliki seseorang dapat dikatakan baik apabila kosa kata yang dimiliki pun berkualitas (Tarigan dalam Munirah, 2016: 80). Pemilihan kata dan makna yang disampaikan oleh seseorang tentu dapat memengaruhi pemahaman, ide, pikiran, ekspresi, dan keadaan jiwa orang lain.

Kontribusi imajinasi dan kreasi yang dituangkan dalam bahasa turut andil dalam memengaruhi bahkan mengubah pola pikir dan perilaku seseorang. Dengan demikian, bahasa yang dipilih harus relevan dengan konteks yang digunakan dan tepat sasaran ditujukan kepada orang lain. Tidak terkecuali dalam bentuk ragam lisan, penggunaan bahasa dalam bentuk tuturan tak luput dari pemilihan kosakata. Pemilihan kosakata dalam penggunaan bahasa yang sering kali mendapat sorotan masyarakat adalah keberadaan konten kreator atau pencipta seni dalam dunia digital.

Adanya konten kreator yang turut berkecimpung di dunia digital dalam kehidupan masyarakat masa kini turut menyita perhatian banyak orang, terutama dalam pemilihan bahasa yang mereka gunakan dalam konten di media sosial, salah satunya adalah melalui media sosial *YouTube*. Terlebih konten kreator yang merupakan kaum milenial, tentu banyak anak muda yang lebih tertarik dan mengikuti tayangan dalam konten tersebut. Dalam hal ini, pemilihan kata yang digunakan oleh konten kreator dalam media sosial sangat berpengaruh terhadap pemakaian bahasa yang digunakan oleh banyak orang. Hal ini dikarenakan pemilihan kata yang mereka gunakan sudah dikemas sedemikian rupa dan ditampilkan dengan ciri khas tertentu yang dapat mengundang daya tarik siapa saja yang menonton tayangan mereka. Fenomena ini tentu dapat mempengaruhi bahkan mengubah pola pikir dan perilaku banyak orang.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa kehadiran media sosial dalam kehidupan manusia terbilang sangat mudah untuk diterima dan dipahami oleh masyarakat. Hal

ini dikarenakan bahwa media sosial menyuguhkan berbagai macam informasi dan hiburan yang dibutuhkan masyarakat. Sejalan dengan pendapat Meilinda (2020: 62) bahwa di era keterbukaan seperti sekarang ini, segala informasi dapat diakses melalui media sosial yang berisi berbagai macam jenis informasi tiada batas, salah satunya yaitu *YouTube*.

Keberadaan diksi atau pilihan kata tentu akan mengundang ketertarikan masyarakat digital atau yang disebut dengan netizen, untuk mengenal lebih dalam konten yang telah disajikan dalam tayangan *YouTube*. Adanya pemilihan diksi yang tepat, konten dalam media sosial yang diciptakan manusia diharapkan agar lebih mudah untuk dipahami. Selain itu, makna dari isi konten dapat tersampaikan dengan baik. Hal ini sejalan dengan pendapat Achmadi (1990:36) yang menyatakan bahwa diksi adalah kumpulan kata yang dipilih guna menyampaikan gagasan, imajinasi, maupun perasaan seseorang.

Kaitannya dengan hal tersebut, selain menyoroti isi dalam konten yang disajikan di media sosial *YouTube*, masyarakat juga memperhatikan penerapan penggunaan bahasa di dalamnya. Hal ini menjadikan kata (diksi) yang dipilih oleh para konten kreator mengandung makna tertentu yang ingin disampaikan kepada masyarakat pengguna media sosial. Dalam hal ini, makna yang terdapat dalam diksi yang digunakan merupakan sebuah konsep dari struktur dalam atau struktur batin (*deep structure*) dalam pemaknaan suatu bahasa (semantik). Hal ini sejalan dengan pendapat Chomsky (dalam Gustina, dkk., 2018: 7) bahwa struktur dalam (*deep structure*) adalah konsep yang bersifat abstrak yang terdapat di dalam pemahaman

individu terhadap pemberian makna suatu bahasa. Dengan demikian, bahasa yang digunakan para konten kreator dapat membentuk persepsi atau opini masyarakat terhadap tayangan yang sedang dilihatnya. Hal ini tentu tidak dapat dilepaskan dari campur tangan diksi atau pilihan yang terkandung di dalam konten *YouTube*.

Konten kreator yang cukup fenomenal dalam pemberitaan adalah Sherly Annavita Rahmi. Pemakaian diksi yang digunakan oleh kaum milenial ini turut menyita perhatian banyak anak muda. Hal ini dikarenakan di dalam konten *YouTube* yang ia miliki, mengandung banyak motivasi yang sangat bermanfaat bagi banyak orang. Selain itu, dia juga membagikan tentang tips positif yang berguna untuk kemajuan generasi muda. Salah satunya di dalam konten *YouTube*nya yang bertemakan tentang buku atau disebut dengan program “Ada Buku”. Melalui program ini ia membedah kumpulan buku yang telah ia baca, kemudian ia ulas berdasarkan sudut pandangnya dan ia juga memberikan berbagai komentar dalam kumpulan buku tersebut.

Ada beberapa judul buku yang ia bahas dalam konten tersebut, seperti *Chief Executive Office 0.1* karya Aspira Tanada, *One Thousand Years of CEO* karya Henry Manampiring, *Filosofi Teras* karya Henry Manampiring, *Tajir Melintir* karya Mardigu WP, *The Alpha Girl's Guide* karya Henry Manampiring, *Love For Imperfect Things* karya Haenim Suniim, *How to Win Friends & Influence People* karya Dale Carnegie, dan *Rich Dad Poor Dad* karya Robert T Kiyosaki.

Dari berbagai kumpulan buku tersebut, yang paling mendominasi berisik tentang ulasan prinsip hidup dan aha poin dari para pengusaha sukses. Selain itu,

dalam konten tersebut juga membahas tentang kehidupan generasi muda masa kini, atau disebut dengan generasi alpha. Salah satu konten yang cukup menarik adalah membahas tentang buku yang wajib dimiliki oleh para generasi alpha, yakni buku yang berjudul *The Alpha Girl's Guide* karya Henry Manampiring. Menurut Sherly, buku yang membahas tentang generasi alpha tersebut sangat keren, karena buku tersebut adalah hasil *request* atau permintaan dari kaum milenial melalui kolom komentar *YouTube* miliknya, yang mana penonton paling banyak dalam channel *YouTube* tersebut adalah generasi muda itu sendiri.

Channel *YouTube* Sherly Annavita Rahmi menjelaskan bahwa generasi alpha terus menjadi sorotan dalam setiap kontennya. Hal ini dikarenakan bahwa sepanjang masa generasi alpha menjadi generasi yang terus-menerus akrab dengan internet. Anak-anak dalam generasi ini lahir dan tumbuh dengan berbekal segala kecanggihan teknologi di masa kini. Generasi alpha merupakan anak-anak yang disebut dengan usia emas. Artinya, bahwa dalam periode ini terjadi perkembangan anak yang begitu pesat dan tidak dapat terulang kembali di periode selanjutnya (Novianti, dkk., 2019:66).

Peneliti sosial bernama Mark Mc Crindle mengungkapkan istilah gen A atau generasi alpa merupakan lanjutan dari sebutan generasi Z, bahwa mereka merupakan anak-anak kelahiran tahun 2010 sampai dengan tahun 2025 dengan usia tertua saat ini ialah 12 tahun. Generasi ini menjadi generasi yang akan terus dekat dengan internet. Di masa mendatang, generasi alpha diperkirakan tidak akan bisa melepaskan diri dari gadget, sosialisasi menurun, mementingkan ego dan

individualis, serta minim kreativitas (Yeni dalam Novianti, dkk., 2019:66). Dengan demikian, penggunaan gadget pada generasi alpha perlu dilakukan pengawasan dan pembatasan. Hal ini dikarenakan mengingat begitu pentingnya masa di usia emas ini akan lebih baik jika generasi alpha diberikan pendidikan dan rangsangan yang tepat. Strategi ini tentu akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan dan perkembangannya di masa mendatang.

Selain mengandung motivasi dan tips positif dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi, terdapat beberapa hal yang cukup menggelitik. Hal ini dikarenakan selain terdapat penggunaan diksi dalam motivasi dan tips yang ia sampaikan, Sherly juga banyak bercerita dengan menggunakan istilah asing. Terlihat dalam tayangan *YouTube* miliknya, dia juga tidak jarang memakai istilah dengan menggunakan bahasa Inggris dan beberapa kali menyisipkan bahasa Arab. Selain itu, di dalam konten *YouTube*nya, terdapat berbagai macam istilah-istilah tertentu yang perlu diselidiki maknanya. Dalam hal ini, jenis makna yang dilakukan pengkajian meliputi makna idiom dan makna istilah. Fenomena ini yang membuat peneliti merasa tertantang untuk melakukan penelitian terhadap penggunaan diksi pada konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi.

Riset yang relevan dengan penelitian ini oleh Nur Rahmawati dan Didah Nurhamidah, (2018) dalam artikelnya yang dengan judul yaitu *Makna Leksikal dan Gramatikal pada Judul Berita Surat Kabar Pos Kota (Kajian Semantik)* dalam jurnal Sasindo Unpam menemukan dalam judul berita surat kabar Pos Kota edisi 22-28 Mei 2017 sebanyak 44 judul berita, mengandung makna leksikal sejumlah

10 yang meliputi kelas kata verba, nomina, dan adjektiva, sedangkan makna gramatikal ditemukan sejumlah 34 meliputi makna afiksasi, reduplikasi, komposisi, konversi, dan akronim, serta terdapat 18 data berupa makna judul berita yang menyimpang dan perlu perbaikan. Selain itu, Prathamie, dkk., (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *Diksi dan Gaya Bahasa dalam Novel Waktu Aku sama Mika* menemukan bahwa penyampaian bahasa yang digunakan terkesan lugas, namun banyak terdapat gaya bahasa yang digunakan untuk merepresentasikan makna dari sang pengarang novel kepada para pembaca, sekaligus menjadi keunikan dari penelitian tersebut. Selain itu, ditemukan empat jenis gaya bahasa dalam novel *Waktu Aku sama Mika*, yakni gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa sindiran, dan gaya bahasa penegasan. Herman Wijaya dan Laila Sufi Wartini, (2019) dengan artikelnya yang berjudul *Relasi Makna dalam Lirik Lagu Perjuangan Nahdlatul Wathan Karya TGKH. M. Zainuddin Abdul Majid (Kajian Semantik)* dalam jurnal *SeBaSa: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* menemukan hasil penelitian bahwa dalam lirik lagu perjuangan Nahdlatul Wathan mengandung beberapa relasi makna dalam pendekatan semantik, yaitu antonim, sinonim, polisemi, hiponim, homonim, dan redundansi.

Herman Wijaya dan Laila Sufi Wartini, (2019) dengan artikelnya yang berjudul *Relasi Makna dalam Lirik Lagu Perjuangan Nahdlatul Wathan Karya TGKH. M. Zainuddin Abdul Majid (Kajian Semantik)* dalam jurnal *SeBaSa: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* menemukan hasil penelitian bahwa dalam

lirik lagu perjuangan Nahdlatul Wathan mengandung beberapa relasi makna dalam tinjauan semantik, meliputi antonim, sinonim, hiponim, homonim, polisemi, dan redundansi.

Lain halnya dengan riset yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti mengkaji tentang penggunaan diksi yang digunakan Sherly Annavita Rahmi dalam konten *YouTube* miliknya. Peneliti menyadari hal ini, bahwa dalam *YouTube* tentu menyuguhkan berbagai macam tayangan yang menggunakan bahasa dengan beraneka ragam. Penelitian ini cenderung menyoroti kepada keberadaan generasi alpha yang turut dibahas dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi. Bahwa generasi alpha adalah anak-anak yang hidup pada tahun 2010 hingga tahun 2015 di tingkatan umur keemasan yang mereka tumbuh dan berkembang dalam genggaman internet. Mengingat bahwa konten yang dibawakan Sherly ditujukan kepada generasi muda dan tentu banyak pemuda yang mengikuti *update* perkembangan tentang konten Sherly Annavita Rahmi.

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tinjauan semantik. Semantik ialah bagian ilmu linguistik yang mengkaji tentang makna dalam suatu kalimat. Dalam penelitian ini, makna didapatkan melalui penggunaan diksi Sherly Annavita Rahmi yang terdapat dalam konten *YouTube* miliknya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu metode dalam penelitian yang dilakukan dengan cara menyelidiki atau mengkaji suatu permasalahan dan mempertajam analisis, agar suatu masalah dapat terpecahkan dengan menyajikan data berupa deskripsi kata-kata yang

terdapat di dalam penggunaan diksi dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi.

Selain beberapa alasan di atas, alasan peneliti mengambil judul ini karena sebelumnya belum pernah dilakukan penelitian tentang analisis penggunaan diksi yang berisi tentang ulasan kumpulan buku pada konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi. Atas dasar tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul *Penggunaan Diksi dalam Konten YouTube Sherly Annavita Rahmi (Kajian Semantik)*.

B. Identifikasi Masalah

Dengan adanya latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Sebagai konten kreator, Sherly Annavita Rahmi menggunakan berbagai pilihan diksi berbahasa Indonesia, namun ia juga menggunakan bahasa gaul atau istilah asing dalam menyampaikan motivasi dan berbagi tips dalam konten *YouTubanya*.
2. Berperan sebagai publik figur, tentunya menjadi perhatian orang banyak. Maka pemakaian bahasa yang digunakan hendaknya bahasa yang tepat, sopan, dan santun.
3. Dalam channel *YouTube* Sherly Annavita Rahmi, generasi alpha terus menjadi sorotan dalam setiap kontennya. Hal ini dikarenakan bahwa sepanjang masa generasi alpha menjadi generasi yang terus-menerus akrab dengan internet.

Anak-anak di generasi ini lahir dan tumbuh dengan berbekal segala kecanggihan teknologi di masa kini. Generasi alpha merupakan anak-anak yang disebut dengan umur keemasan. Bahwa mereka merupakan anak-anak kelahiran tahun 2010 sampai dengan tahun 2025 dengan usia tertua saat ini ialah 12 tahun. Generasi ini menjadi generasi yang akan terus dekat dengan internet. Di masa mendatang, generasi alpha diperkirakan tidak akan bisa melepaskan diri dari gadget, sosialisasi menurun, mementingkan ego dan individualis, serta minim kreativitas.

C. Pembatasan Masalah dan Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi permasalahan agar lebih fokus dan optimal dalam penelitian, antara lain.

1. Diksi adalah kumpulan kata yang dipilih dan disesuaikan guna menyampaikan gagasan, imajinasi, maupun perasaan seseorang.
2. *YouTube* merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh manusia di seluruh penjuru dunia, bahkan setiap orang yang memiliki gadget, sudah tentu ia juga memiliki media sosial *YouTube* yang sudah terpasang di gadgetnya secara otomatis. Maka, kemungkinan setiap orang yang memiliki gadget tentu mereka juga melihat tayangan dalam *YouTube*.
3. Subjek dalam penelitian ini adalah seorang konten kreator Sherly Annavita Rahmi di dalam channel *YouTube* miliknya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk diksi yang merujuk pada makna idiom dan makna istilah dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi?
2. Bagaimana struktur dalam (*deep structure*) terhadap penggunaan diksi yang merujuk pada makna idiom dan makna istilah dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dengan demikian dapat dijelaskan tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Tujuan Umum

Secara umum, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang bentuk diksi yang merujuk pada makna idiom dan makna istilah dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi?

2. Tujuan Khusus

Secara khusus, tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Menjelaskan tentang bentuk diksi yang merujuk pada makna idiom dan makna istilah dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi.

- b. Menjelaskan tentang struktur dalam (*deep structure*) terhadap penggunaan diksi yang merujuk pada makna idiom dan makna istilah dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi?

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni manfaat teoretis dan manfaat praktis, antara lain sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan dan wawasan dalam bidang linguistik, khususnya yang mengaji tentang semantik.

2. Manfaat Praktis

a. Peneliti

Adanya penelitian ini, bagi peneliti dapat meningkatkan pemahaman dan mengembangkan ilmu, wawasan, dan pengalaman di bidang penelitian, khususnya dalam penggunaan diksi dalam konten *YouTube* Sherly Annavita Rahmi.

b. Pembaca

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah pemahaman, ilmu, dan pengalaman terkait penggunaan diksi, sehingga pembaca dapat memilih dan menyusun kata-kata secara mengalir apa adanya dan terkesan tidak dibuat-buat.