

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa adalah suatu hal terpenting yang harus dimiliki oleh manusia. Dengan bahasa manusia dapat berinteraksi antarsatu sama lain. Menurut Mailani, dkk. (2022: 2) bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan manusia untuk menyampaikan pesan, pikiran, perasaan, dan tujuan kepada orang lain serta menjalin kerjasama antarmanusia. Dengan adanya bahasa sebagai alat komunikasi maka hal tersebut dapat mempermudah manusia untuk bertukar pikiran atau bernegosiasi antarsesama. Agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar tentunya manusia harus menguasai bahasa dengan baik dan benar agar informasi yang hendak disampaikan oleh penutur dapat ditangkap dan dipahami dengan jelas oleh lawan tutur. Kemampuan berbahasa sendiri umumnya mencakup empat keterampilan, yakni keterampilan menyimak, keterampilan membaca, keterampilan mendengarkan, dan keterampilan berbicara.

Menurut Mailani, dkk. (2022: 2) sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan komunikasi dalam kehidupannya untuk membangun hubungan dengan orang lain. Bahasa merupakan alat atau media yang paling efektif untuk mengkomunikasikan ide. Komunikasi tidak hanya perihal kata-kata yang diucapkan maupun ditulis, akan tetapi bentuk dari segala interaksi, anggukan kepala, senyum, ungkapan perasaan yang serupa. Saling mengerti dan dapat diterima oleh lawan tutur merupakan kunci dari komunikasi. Komunikasi bagi makhluk sosial merupakan satu hal yang sangat penting guna menjaga keharmonisan antara sesama. Tujuan dari

berkomunikasi pada dasarnya untuk mengutarakan maksud atau pesan tertentu pada lawan tutur, sebagai perantara, penggunaan bahasa sangat berpengaruh pada jalannya komunikasi sehingga antara penutur dan mitra tidak timbul perbedaan persepsi yang menghambat jalannya komunikasi.

Komunikasi pada masa ini telah mengalami banyak kemajuan akibat adanya teknologi. Teknologi dapat mempermudah manusia dalam melakukan segala hal, salah satunya pada ranah komunikasi dan informasi. Pada masa ini sebuah informasi tidak hanya dapat diperoleh dari media cetak saja, tetapi dapat pula diperoleh melalui media online. Tidak hanya itu, masyarakat bahkan dapat berkomunikasi dengan mudah melalui media sosial. Menurut Arsanti dan Setiana (2020: 3) Pengaruh media sosial saat ini telah mengubah budaya dan gaya komunikasi masyarakat Indonesia, khususnya generasi milenial. Dahulu orang lebih suka berkomunikasi secara langsung. Namun, saat ini masyarakat lebih memilih berkomunikasi melalui media online. Ada berbagai macam ragam media online yang digunakan oleh masyarakat seperti YouTube, Instagram, Telegram, WhatsApp, Twitter, LINE, dan masih banyak lagi. Setiap media online yang digunakan tentunya memiliki cara berkomunikasi yang berbeda.

Media online menawarkan banyak cara untuk berkomunikasi, contohnya saja pada media sosial YouTube. Menurut Khikmawati (2020: 32) YouTube adalah sebuah media online berupa platform yang digunakan untuk mengunggah video hiburan atau informasi yang dapat ditonton secara gratis. Media sosial Youtube merupakan bentuk kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, media ini sudah bukan

lagi sebagai ajang gaya akan tetapi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. YouTube menawarkan hiburan berupa video-video yang dapat ditonton tanpa membayar. Orang-orang dapat berkomunikasi melalui video yang diunggah, siaran langsung ataupun melalui komentar di video tersebut. YouTube dapat dijadikan sebagai lapangan kerja berdasarkan banyaknya jumlah *Subscriber* yang dimilikinya. Video yang diunggah pun beragam, mulai dari video tentang kehidupan sehari-hari, kiat-kiat, animasi, dan masih banyak lainnya.

Menurut Setyowati (2021: 2) pada masa ini ini animasi digunakan untuk menyampaikan pesan. Oleh karena itu, dalam membuat animasi harus mencermati pesan yang hendak disampaikan pada penonton. pesan dalam sebuah animasi disampaikan melalui dialog antar tokoh, efek suara, bahkan music dalam video animasi sehingga terjadilah sebuah komunikasi dengan penonton melalui video animasi. Adapun bahasa yang digunakan dalam sebuah video animasi sangat beragam, mulai dari bahasa formal, bahasa informal, bahasa sehari-hari, dan bahasa gaul yang cenderung kasar dan mengandung bahasa sarkasme.

Menurut Herawati (2020: 188) sarkasme adalah salah satu jenis bahasa yang berisi hinaan dan kata-kata pahit yang merendahkan atau mengejek orang lain. Penggunaan sarkasme merupakan upaya penggunaan kata-kata kasar yang sengaja digunakan untuk menyakiti perasaan orang lain yang menjadi sasaran. Bahasa sarkasme digunakan untuk mengungkapkan kekecewaan, ketidaksukaan, kemarahan dan hal negatif lainnya. Penggunaan bahasa sarkasme dapat dengan mudah dijumpai di media komunikasi online seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, YouTube, dan

lain sebagainya. Banyaknya penggunaan bahasa sarkasme di media komunikasi online membuat peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan bahasa sarkasme terutama pada media online YouTube.

Pada penelitian ini peneliti memilih kanal “YouTube Tekotok” sebagai objek penelitian bahasa sarkasme. Menurut Setyanga, dkk. (2023:6390) Tekotok adalah animasi yang dibuat oleh Bilal dan Beto pada Desember 2020. Tekotok memiliki alur cerita yang sangat singkat sejalan dengan kehidupan sehari-hari dan mengandung kritik yang beragam. Mulai dari sindiran, ilmu pengetahuan, lawakan ringan, fabel, keprihatinan, bahkan perasaan pribadi para animator. Video parodi yang diunggah di kanal YouTube Tekotok banyak menggunakan kata umpatan dan ucapan vulgar yang dibalut dengan komedi sebagai ciri khas untuk menarik penonton. Kekiawaian animator memadukan\ komedi dan sarkasme menggunakan bahasa umpatan menjadi ciri khas yang unik pada video animasi Tekotok sehingga dapat menarik minat penonton. hal tersebut terbukti pada video tekotok yang berjudul “Laki Pengangguran” yang memiliki jumlah penonton 4,1 juta, “cowo bego” yang memiliki jumlah penonton sebanyak 3,1 juta kali. Kanal “YouTube Tekotok” sekarang memiliki pengikut mencapai 6 juta. Video yang disajikan di kanal “YouTube Tekotok” memiliki durasi yang singkat yakni mulai dari satu menit sampai lima menit.

Manfaat penelitian ini adalah untuk menambah wawasan bagi pembaca mengenai teori sarkasme yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini dapat membantu pembaca mengetahui makna tersembunyi dari sebuah percakapan, baik secara lisan maupun tulisan. Berdasarkan pemahaman tersebut pembaca dapat mengembangkan kemampuan berbahasa dan komunikasi dengan individu lainnya. Pada masa serba digital ini komunikasi tidak hanya dilakukan secara tatap muka saja, tetapi komunikasi juga dapat dilakukan secara digital melalui media *online*. Berdasarkan pemaparan tersebut maka penelitian tentang bahasa sarkasme media *online* penting untuk dilakukan sebagai upaya menambah pemahaman tentang bahasa sarkasme dan cara mengetahui makna tersembunyi dibalik bahasa sarkasme dalam media *online*. Penelitian ini juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian bahasa sarkasme.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah dipaparkan di latar belakang dapat diidentifikasi permasalahan yang perlu dikaji yaitu.

1.2.1 Bagaimanakah wujud bahasa sarkasme yang terdapat dalam video kanal “YouTube Tekotok”?

1.2.2 Bagaimanakah jenis bahasa sarkasme yang terdapat dalam video kanal “YouTube Tekotok”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai yaitu.

1.3.1 Mendeskripsikan wujud sarkasme yang terdapat dalam video kanal “YouTube Tekotok”?

1.3.2 Mendeskripsikan jenis sarkasme yang terdapat dalam video kanal “YouTube Tekotok”?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan membantu pembaca, baik yang teoretis maupun praktis. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan perkembangan ilmu sosiolinguistik khususnya pada wujud dan jenis penggunaan bahasa sarkasme di media online.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan acuan ketika melakukan penelitian kajian sosiolinguistik mengenai wujud dan jenis bahasa sarkasme pada video di media online YouTube.

1.4.2.2 Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat menambah wawasan mahasiswa khususnya pada mata kuliah sosiolinguistik mengenai penggunaan bahasa sarkasme di media YouTube.

1.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di muka, penelitian ini dibatasi untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas. Penelitian ini dibatasi sebagai berikut.

1.5.1 Mendeskripsikan wujud bahasa sarkasme yang digunakan dalam video animasi di kanal “YouTube Tekotok” dan menggolongkan wujud bahasa sarkasme tersebut kedalam bahasa sarkasme wujud kata, frasa, dan klausa.

1.5.2 Mendeskripsikan jenis bahasa sarkasme yang digunakan dalam video animasi di kanal “YouTube Tekotok” berupa jenis sarkasme keadaan, sarkasme benda, sarkasme hewan, sarkasme bagian tubuh, sarkasme kerabat, sarkasme makhluk halus, sarkasme pekerjaan, dan sarkasme aktivitas.

1.6 Definisi Operasional

1.6.1 Sarkasme adalah gaya bicara yang menggunakan sindiran atau ucapan yang tampak memuji atau setuju, tetapi sebenarnya bertujuan mengejek, mengkritik, atau menyindir dengan cara yang menyakitkan atau merendahkan.

1.6.2 YouTube adalah platform berbagi video daring yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan berbagai jenis konten video.

1.6.3 Animasi adalah proses menciptakan ilusi gerakan dengan cara menampilkan serangkaian gambaran atau objek secara berurutan dengan kecepatan tertentu.

1.6.4 Animator adalah seorang profesional yang bertanggung jawab untuk membuat gerakan visual yang dinamis dalam sebuah animasi.