

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Idiom sering digunakan oleh penutur bahasa dalam berkomunikasi. Penggunaan idiom dilakukan untuk menyatakan sesuatu. Idiom banyak ditemukan pada bahasa lisan dan tulisan. Bentuk lisan dari penggunaan idiom dapat dilihat pada tuturan masyarakat dan bentuk tulisan banyak ditemukan pada karya sastra seperti novel, surat kabar baik *online* maupun cetak. Salah satu media cetak yang menggunakan idiom tersebut adalah majalah *Tempo*.

Tempo merupakan salah satu jenis majalah yang terbit pertama kali pada April 1971. *Tempo* dibentuk oleh para seniman dan wartawan, salah satu pendirinya adalah Eric Samola. Saat ini, masyarakat tidak hanya bisa mengetahui berita-berita terkini lewat media cetak saja, tetapi juga bisa melalui internet dan media sosial lainnya, seperti *instagram* dan *twitter*. Masyarakat dapat mengakses berita-berita terbaru dengan membuka akun media sosial di ponsel masing-masing. Munculnya akun media sosial *Tempo* memudahkan bagi masyarakat untuk menikmati informasi-informasi secara cepat tanpa harus membeli majalah terlebih dahulu.

Media sosial merupakan salah satu media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu (www.unpas.ac.id). Dengan demikian, media sosial merupakan sebuah laman yang memuat aplikasi-aplikasi yang dapat memudahkan masyarakat untuk berinteraksi secara luas.

Beberapa media sosial yang diminati masyarakat saat ini, adalah *instagram*, *twitter*, dan *facebook*. Indonesia termasuk pengguna media sosial terbanyak dan berada pada posisi ke empat (www.suara.com). Oleh sebab itu, banyak perusahaan penerbit koran dan majalah berpindah haluan dengan membuka akun media sosial agar masyarakat luas tetap setia membaca berita dari penerbit. Salah satu aplikasi yang merajai tanah air adalah aplikasi *instagram*.

Aplikasi *instagram* merupakan aplikasi yang dimunculkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (kompas.com). *Instagram* merupakan sebuah aplikasi untuk mengunggah foto dan video keseharian penggunanya. Pengguna *instagram* sangat beragam, mulai dari anak-anak, remaja, dan orang dewasa juga sangat menggandrungi aplikasi ini. Bukan hanya diminati oleh masyarakat pada umumnya, *instagram* sudah menjadi media untuk menyampaikan opini dan informasi yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Informasi-informasi yang disampaikan admin *Tempo* di dalam akun *instagram*, dikemas secara terperinci dan jelas. Jumlah kalimat yang diunggah lewat *instagram* tidak sebanyak di *website*. Hal ini memungkinkan bagi pembaca mendapatkan informasi secara ringkas. Unggahan pada akun *instagram* @*Tempodotco* banyak ditemukan penggunaan idiom yang bermaksud untuk menyindir orang, lembaga pemerintahan, lembaga swasta, ataupun masalah-masalah yang ada di dalam masyarakat. Sejauh pengamatan penulis, penggunaan idiom pada akun *instagram* @*Tempodotco* lebih banyak ditemukan daripada akun media sosial lainnya, seperti @*detikcom*, @*kompascom*, @*riaupos.co*. Lagi pula, penelitian mengenai idiom terkhusus pada akun @*Tempodotco* belum

ada. Tetapi, penelitian idiom pada majalah *Tempo* sudah pernah dilakukan terakhir kali pada tahun 2015 oleh Saud Muhammad.

Menurut Peaty (1983:3) idiom merupakan ekspresi kata atau frasa yang memiliki makna kiasan yang dapat dipahami dalam hal penggunaan umum dari ekspresi yang terpisah dari arti harfiah. Sesuai dengan kedua pendapat tersebut, idiom yang dianalisis berupa kata majemuk. Hal ini dikarenakan penggunaan idiom pada akun *instagram* @Tempodotco cenderung berbentuk kata majemuk.

Berikut contoh penggunaan idiom dalam akun media sosial *instagram* @Tempodotco.

Data 1: Laode Muhammad Syarif, di salah satu stasiun televisi berkata : biasa saja, risiko tugas. Ada aura patriotik dalam kalimat tersebut. Kita *angkat topi* untuk itu. (Januari 2019)

Data (1) di atas menggunakan idiom, yaitu idiom *angkat topi*. Idiom *angkat topi* terbentuk dari gabungan dua buah kata yang berbeda. Dilihat dari kata yang membentuknya, konstruksi *angkat topi* berupa idiom penuh dikarenakan unsur pembentuknya sudah merupakan satu kesatuan. Kata *angkat* berkategori kata kerja (KK) dan kata *topi* berkategori kata benda (KB). Dengan demikian, unsur yang membentuk idiom *angkat topi* terdiri atas KK+KB. Berdasarkan maknanya masing-masing, kata tersebut memiliki makna sendiri.. Secara leksikal, kata *angkat* dalam KBBI V daring (2016) bermakna ‘naikkan, tinggikan.’ Secara leksikal, kata *topi* dalam KBBI V daring (2016) bermakna ‘tudung kepala.’

Berdasarkan makna masing-masing unsur pembentuknya, gabungan kata *angkat topi* bermakna ‘menaikkan topi’. Akan tetapi, berdasarkan konteks data di atas, idiom *angkat topi* bermakna ‘memberi hormat.’ Untuk membuktikan bahwa konstruksi *angkat topi* ini sebuah idiom dapat diuji dengan menggunakan teknik

balik dan teknik sisip. Kridalaksana menyatakan bahwa idiom tidak dapat dipermutasi dan disisipi, seperti contoh (1a dan 1b) berikut.

1a) **angkat* $\left. \begin{array}{l} \text{untuk} \\ \text{dari} \\ \text{akan} \end{array} \right\} \textit{topi}$

1b) **topi angkat*

Pengujian dengan menggunakan teknik sisip dan teknik balik di atas memperlihatkan bahwa tuturan (1a dan 1b) tidak berterima. Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi *angkat topi* merupakan idiom bukan merupakan frasa karena tidak bisa disisipi

Berdasarkan dua contoh tersebut terlihat bahwa makna idiom tidak bisa langsung dimaknai dari makna kata yang menyusunnya. Makna idiom akan sangat jauh berbeda daripada makna kata atau gabungan kata yang menyusunnya. Oleh karena itu, penelitian ini perlu untuk dilakukan. Di samping itu, penelitian ini juga didasarkan pada belum ada penelitian mengenai penggunaan idiom pada akun *instagram @Tempodotco*.

1.2 Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian ini dibatasi pada idiom berupa kata majemuk dan idiom yang berbentuk frasa. Pembatasan idiom berupa kata majemuk dan frasa disebabkan penggunaan idiom tersebut paling banyak ditemukan dalam unggahan *@Tempodotco* dibandingkan lainnya. Hal ini

juga bertujuan agar pendeskripsian idiom dapat lebih jelas dan akurat. Berdasarkan batasan masalah, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

- 1) Apa saja jenis idiom yang digunakan pada akun media sosial *instagram @Tempodotco* dan apa saja kategori kata yang membentuk idiom tersebut?
- 2) Apa saja makna masing-masing idiom yang digunakan pada akun media sosial *instagram @Tempodotco*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

- 1) Mendeskripsikan jenis idiom yang terdapat pada akun media sosial *instagram @Tempodotco* dan menjelaskan kategori kata unsur pembentuk tiap-tiap idiom tersebut.
- 2) Mendeskripsikan makna tiap-tiap idiom pada akun media sosial *instagram @Tempodotco*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, manfaat penelitian yang dilakukan ini berkenaan dengan perkembangan kajian linguistik, khususnya bidang semantik. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat untuk memahami berbagai idiom dalam pemberitaan pada akun media sosial *instagram* sehingga masyarakat dapat mengetahui dan menggunakan bahasa secara luas dalam berkomunikasi dan menjalin kerja sama. Di samping itu, penelitian yang

dilakukan ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti lainnya terkait idiom.

1.5 Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian inidi antaranya.

- 1) Baryadi (2013) menulis sebuah artikel yang berjudul “Idiom yang Berunsur Kata Kerja dalam Bahasa Indonesia” dalam *Jurnal Ilmiah Kebudayaan SINTESIS*. Ia menyimpulkan bahwa kata kerja yang digunakan sebagai unsur idiom dalam bahasa Indonesia mencakup akar, kata kerja dasar, kata kerja berawalan *me(N)-*, kata kerja berawalan *ber-*, kata kerja berawalan *di-*, dan kata kerja berawalan *ke-an*.
- 2) Akanmu (2019) menulis sebuah artikel “Communicative and Stylistic Potential of New Yoruba Idioms and Idiomatic Expressions on The Label of Alcoholic Drinks” dalam *Jurnal Arbitrer*. Ia menyimpulkan bahwa idiom yang digunakan untuk mengekspresikan seks dan hal-hal yang terkait dengan seksual dan secara berbeda dikontekstualisasikan dalam erotisisme (keadaan bangkitnya nafsu birahi), gaya seksual dan posisi seksual. Idiom yang dipakai tidak berbahaya terhadap nilai-nilai moral masyarakat.
- 3) Safrika, Warni, dan Andiopenta (2015) menulis sebuah artikel yang berjudul “Analisis Penggunaan Idiom dalam Berita Kriminal Surat Kabar Harian Jambi *Independent* Edisi Juni 2013” dalam *Jurnal Pena*. Mereka menyimpulkan bahwa penggunaan idiom pada harian Jambi *Independent* edisi Juni 2013, ditemukan idiom sebanyak 48 bentuk. Penggunaan idiom

pada berita kriminal masih sering digunakan dalam bentuk kata dan frasa. Penggunaan idiom cenderung mengarah pada keadaan, menyatakan benda, tempat, orang, dan pekerjaan.

- 4) Silaban dan Mulyadi (2020) menulis artikel yang berjudul “Bentuk, Makna, dan Fungsi Idiom dalam Bahasa Batak Toba” dalam *Jurnal Education and Develepoment*. Penelitian tersebut berfokus pada bentuk, makna, dan fungsi idiom. Fungsi idiom yang ditemukan ialah fungsi sebagai nasihat, sindiran, dan pengajaran.
- 5) Ita (2014) menulis sebuah artikel yang berjudul “Semantic Analysis on Japanese Idiom which Lexem Hand” dalam *Jurnal Izumi*. Ia menyimpulkan bahwa 1) idiom yang mempunyai struktur sintaksis *te + ga + adj*, tidak memiliki bentuk negatif, 2) idiom yang sama bisa memiliki beberapa arti yang sangat berlainan, 3) makna idiomatik terjadi setelah unsur sebelah kanan dengan unsur sebelah kiri menunjukkan suatu perbandingan.
- 6) Paramarta (2018) menulis sebuah artikel yang berjudul “Analisis Korpus terhadap Idiom Bahasa Indonesia yang Berbasis Nama Binatang” dalam jurnal *Lingua*. Ia menemukan tiga idiom bahasa Indonesia berbasis nama binatang, yaitu 1) nama binatang yang digunakan untuk merujuk kepada manusia dan benda, 2) idiom bahasa Indonesia berbasis nama binatang hanya *pure idiom* yang muncul sebanyak 51 kali dan *semi idiom* yang muncul sebanyak 12 kali, 3) idiom yang berbasis nama binatang merujuk pada karakter negatif, positif, ataupun netral.

7) Alfian (2017) menulis artikel yang berjudul “Idiom Estetika dalam Hiperealitas Iklan Rokok” dalam jurnal *Brikolase*. Ia menyimpulkan bahwa segmentasi masyarakat terbagi dua, yaitu segmentasi yang menyukai konsep iklan yang mengandung humor, sederhana, dan masyarakat kalangan bawah serta segmentasi masyarakat yang menyukai iklan dengan konsep laki-laki penuh wibawa, gagah, dan masyarakat kalangan atas.

8) Pratiwi (2018) menulis artikel yang berjudul “Idiom pada Rubrik Berita Nasional Kategori Pendidikan dalam *cnnindonesia.com*” dalam Jurnal *Pena Literasi*. Ia menyimpulkan bahwa terdapat 36 berita pendidikan dalam situs *cnnindonesia.com* dengan 46 idiom yang muncul. Persentase ditemukannya bentuk idiom penuh sebanyak 40% atau 18 bentuk idiom penuh. Persentase ditemukannya idiom sebagian sebanyak 60% atau 27 bentuk idiom sebagian.

9) Nadra dan Reniwati (2012) menulis buku *Idiom Bahasa Minangkabau* (seri kata). Nadra dan Reniwati dalam penelitiannya menemukan 117 idiom bahasa Minangkabau. Nadra dan Reniwati menyimpulkan bahwa sebagian besar idiom tersebut berkategori KS + KB. Idiom tersebut digunakan untuk menyatakan keadaan atau sifat dari apa yang dibicarakan, dan idiom tersebut hampir tidak ditemukan padanan mutlaknya dalam bahasa Indonesia.

10) Surti (2018) menulis skripsi “Penggunaan Idiom dalam Kolom Tajuk dan Kolom Opini Koran Kompas: Tinjauan Semantik.” Ia menyimpulkan bahwa terdapat dua jenis idiom yang digunakan dalam kolom tajuk dan

kolom opini koran *Kompas*, yaitu idiom penuh dan idiom sebagian. Berdasarkan kategori unsur pembentukannya, idiom tersebut terbentuk dari 5 kelompok kategori, yaitu KB + KB, KB + KS, KK + KB, KK + KS, dan KS + KB.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa penelitian mengenai idiom. Penelitian Baryadi (2013) mengkaji idiom dengan melihat unsur pembentuk idiom, kategori kata yang dapat bergabung dengan kata kerja, dan penggunaan kata kerja sebagai unsur pembentuk idiom bahasa Indonesia. Dapat dilihat bahwa penelitian yang dilakukan oleh Baryadi (2013) mengarah pada unsur pembentuk idiom yang berupa kata kerja. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramarta (2018), penelitian yang dilakukannya berfokus pada unsur nama binatang yang membentuk idiom dalam bahasa Indonesia.

Akanmu (2019) mengkaji idiom pada lebel minuman beralkohol dari Yoruba. Label minuman tersebut mengarah pada bentuk mengekspresikan seks pada masyarakat Yoruba yang disampaikan dengan cara metaforis (makna yang didasarkan pada persamaan atau perbandingan kata). Idiom tersebut mencerminkan sosial, masalah ekonomi, dan emosi dalam sebuah komunikasi sehari-hari. Alfian (2017) mengkaji idiom pada iklan rokok yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan citra produk tersebut. Idiom estetik tersebut sebagai penanda bahwa rokok juga bisa menjadi penanda seni postmodern. Selain itu, idiom estetik pada iklan rokok tersebut dapat mengubah arah pandangan masyarakat terhadap seorang laki-laki. Penelitian Akanmu (2019) dan Alfian (2017) memiliki kesamaan dalam melihat idiom sebagai bentuk dari perwujudan ekspresi masyarakat.

Safrika, Warni, dan Andiopeta (2015), Surti (2018), dan Pratiwi (2018) sama-sama memfokuskan pada analisis jenis idiom pada kolom berita. Perbedaannya Safrika, Warni, dan Andiopeta (2015), Surti (2018), mengambil objek pada media cetak sedangkan Pratiwi (2018) mengambil objek pada laman media daring. Safrika, Warni, dan Andiopeta (2015) mengkaji idiom berdasarkan bentuk dan makna, tetapi tidak melihat unsur kategori kata pembentuknya. Surti (2018) tidak hanya mengkaji jenis idiom, ia juga melihat kategori kata unsur pembentuk idiom tersebut. Sementara penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada jenis idiom dan kategori kata unsur pembentuk idiom.

Silaban dan Mulyadi (2020) mengkaji bentuk, makna, dan fungsi idiom bahasa Batak Toba yang memfokuskan pada fungsi idiom dan tidak melihat kategori kata pembentuk idiom. Nadra dan Reniwati (2012) mengkaji idiom pada bahasa Minangkabau dengan melihat kategori kata unsur pembentuknya. Fitriani Ita (2014) mengkaji perubahan makna nama bagian tubuh dalam idiom bahasa Jepang dan mendeskripsikan situasi atau keadaan yang disampaikan idiom tersebut.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Safrika, Warni, dan Andiopeta (2015), Pratiwi (2018) dan Surti (2018) terkait makna idiom, jenis idiom, dan kategori kata pembentuk idiom. Perbedaan terletak pada media yang digunakan sebagai objek kajian. Penelitian tersebut menggunakan media cetak, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan media sosial (*instagram*). Pratiwi (2018) memilih media daring sebagai objek kajiannya, tetapi tidak pada media sosial.

Penelitian idiom sudah cukup banyak dilakukan, baik penelitian di Indonesia maupun di luar negeri. Beberapa penelitian idiom di atas tidak hanya berupa skripsi melainkan juga diterbitkan dalam jurnal dan buku, baik nasional maupun internasional. Dari sekian banyak penelitian penggunaan idiom, sejauh pengamatan peneliti belum ada penelitian yang memfokuskan penggunaan idiom pada sosial media terutama *instagram @Tempodotco*. Meskipun berbeda, namun penelitian-penelitian di atas dinilai relevan dan dapat mendukung penelitian ini.

1.6 Metode Penelitian

Untuk menjelaskan idiom tersebut ditempuh beberapa langkah kerja sebagai berikut.

1.6.1 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan data sebagai suatu kesatuan yang kemudian sebagiannya dipilih sebagai sampel. Sementara itu, sampel merupakan data mentah yang dianggap mewakili populasi untuk analisis (Sudaryanto, 2015: 9).

Populasi penelitian ini adalah seluruh idiom yang digunakan pada akun media sosial *instagram @Tempodotco*. Sampel penelitian ini adalah idiom yang digunakan pada akun media sosial *instagram @Tempodotco* yang diambil mulai bulan Januari 2019 sampai datanya jenuh. Jenuh yang dimaksud ialah data yang ditemukan sama secara berulang-ulang dan tidak muncul lagi jenis baru.

Metode dan teknik merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan dua konsep yang berbeda, tetapi berhubungan langsung satu sama lain. Metode

adalah cara yang harus dilaksanakan atau diterapkan; teknik adalah cara melaksanakan atau menerapkan metode (Sudaryanto, 2015: 9).

1.6.2 Metode dan Teknik Penelitian

1) Metode dan Teknik Penyediaan Data

Dalam penyediaan data digunakan metode simak. Metode simak dilakukan dengan cara menyimak penggunaan idiom yang terdapat pada akun *instagram* @Tempdotco. Metode ini digunakan dengan seperangkat teknik, yaitu teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasarnya ialah teknik sadap, yaitu menyadap penggunaan idiom tersebut. Sementara, teknik lanjutannya ialah teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC) dan teknik catat. Maksudnya, penyediaan data dilakukan dengan menyimak penggunaan idiom tanpa terlibat dalam percakapan. Data terkait idiom pada media daring *instagram* @Tempdotco yang ditemukan, dihimpun dengan cara dicatat.

2) Metode dan Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, metode yang digunakan adalah metode padan dan metode agih. Menurut Sudaryanto (2015:15), metode padan adalah metode yang alat penentunya berada diluar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan. Pada penelitian ini, alat penentunya metode padan yang digunakan adalah padan referensial. Metode padan memiliki dua teknik, yaitu, teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar yang digunakan adalah teknik pilah unsur penentu (PUP). Teknik pilah unsur penentu adalah teknik yang alat penentunya menggunakan daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki peneliti. Teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik hubung banding

membedakan. Teknik ini digunakan untuk membedakan kelas kata yang membangun idiom dan membedakan idiom yang satu dengan yang lainnya.

Metode agih adalah metode yang digunakan dengan alat penentunya berupa bagian dari bahasa yang bersangkutan itu sendiri (Sudaryanto, 2015: 18). Selaras dengan metode padan, metode agih juga memiliki teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar yang digunakan ialah teknik Bagi Unsur Langsung (BUL) yaitu membagi satuan lingual data menjadi beberapa bagian atau unsur sehingga ditemukan jenis idiom berbentuk idiom sebagian atau idiom penuh dengan melihat unsur pembentuk idiom tersebut. Teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik balik dan teknik sisip.

Teknik balik digunakan untuk mengetahui data yang ditemukan merupakan idiom atau bukan karena idiom bersifat tidak bisa dibalik unsur pembentuknya. Misalnya, pada *mencari panggung* jika dibalik menjadi *panggung mencai* maknanya sudah berubah dan tidak sesuai dengan konteksnya. Teknik sisip dilakukan dengan cara menyisipkan unsur tertentu diantara unsur-unsur lingual yang ada. Teknik sisip digunakan untuk mengetahui kadar keamatan hubungan antar unsur yg disisipi sehingga diketahui bahwa statusnya memang idiom, bukan frasa. Misalnya, pada *tengah berjudi* jika disisipi dengan *ke*, *dari*, dan *dan* menjadi *tengah ke berjudi*, *tengah dari berjudi*, *tengah dan berjudi*. Makna dari idiom yang disisipi tersebut berubah dan tidak sesuai lagi dengan konteksnya.

3) Metode Penyajian Hasil Analisis Data

Dalam penyajian hasil analisis data digunakan metode formal dan informal. Pada penelitian ini digunakan metode informal. Menurut Sudaryanto (2015:241), metode informal adalah perumusan dengan kata-kata biasa, walaupun

dengan terminologi yang teknis sifatnya. Pada tahap ini, disajikan data yang telah didapatkan dari akun *instagram @Tempodotco* dengan penjelasan kata-kata biasa.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari: bab I pendahuluan yang menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode dan teknik penelitian, populasi dan sampel, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan. Bab II menjelaskan landasan teori. Bab III menjelaskan analisis data. Bab IV penutup, menjelaskan kesimpulan dan saran.

