

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi utama antar manusia. Dalam komunikasi antar manusia tersebut, terdapat variasi bahasa. Banyaknya jumlah masyarakat yang berkegiatan dan berinteraksi dengan sesamanya menyebabkan terjadinya variasi bahasa. Salah satu variasi bahasa yang sering dijumpai dalam masyarakat adalah jargon. Menurut Aslinda dan Leni Syafyaha (2014:18), jargon adalah variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial atau kelompok pekerja tertentu dan tidak dimengerti oleh kelompok lain, jargon digunakan dalam kelompok tersendiri. Terdapat beberapa anggota kelompok sosial yang menggunakan jargon dalam berkomunikasi. Salah satunya merupakan kelompok pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat pada abad 20 ini memudahkan para pengguna internet untuk saling berkomunikasi dan membagikan informasi meskipun tidak saling bertatap muka. Salah satunya ialah berbagi informasi tentang kosmetik. Kosmetik merupakan perpaduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, serta melindungi supaya tetap dalam keadaan baik (Latifah, Fatma, dan Retno Iswari, 2013:6). Kemajuan teknologi pada bidang kosmetik pun tampak jelas dengan banyaknya beredar produk kosmetik di pasaran yang menawarkan berbagai jenis kosmetik seperti bedak, lipstik, maskara, dan lain-lain. Banyaknya jenis produk kosmetik dan cara penggunaannya yang beragam pun menyebabkan keberagaman bahasa seperti adanya istilah-istilah khusus berupa jargon yang hanya dimengerti oleh para pengguna kosmetik itu saja. Hal itu dapat dilihat pada platform atau media sosial yang

menggunakan bahasa tulis sebagai alat komunikasi untuk saling membagikan informasi tentang kosmetik, salah satu media sosial tersebut adalah Twitter.

Twitter adalah aplikasi sebuah media sosial dan layanan *microblogging* yang mengizinkan penggunanya untuk mengirimkan pesan *reltime* (Hadna, Nurrun Muchammad Shiddieqy, Paulus Insap Santoso, dan Wing Wahyu Winarno, 2016:58). Kiriman atau *posting-an* dari pengguna Twitter disebut juga dengan istilah *tweet*. Twitter digunakan sebagai tempat bagi penggunanya untuk saling berbagi antar sesama pengguna tanpa adanya sekat penghalang. Pada media sosial Twitter, terdapat akun-akun *menfess* yang tengah ramai digunakan dan dimanfaatkan oleh pengguna media sosial Twitter. *Menfess* merupakan akronim yang berasal dari bahasa Inggris, yakni "*mention confession*". *Mention* berarti menyebutkan dan *confession* berarti mengakui. Secara keseluruhan, *menfess* atau *mention confession* adalah sebuah akun pada platform media sosial Twitter yang menyediakan jasa mengirimkan pesan secara anonim kepada pengikut akun tersebut tanpa memberitahukan identitas pengirimnya dengan tujuan untuk berbagi informasi, meminta saran dan kritik mengenai hal pribadi, dan menanyakan perihal sesuatu dalam bidang tertentu sesuai dengan tujuan dari akun *menfess* tersebut dibuat. Salah satu akun *menfess* yang terdapat pada media sosial Twitter adalah akun *@beauthingy*.

Akun *@beauthingy* dipilih sebagai sumber data karena pada akun tersebut banyak ditemukan pengguna kosmetik yang berkomentar menggunakan jargon. Kiriman pada akun *@beauthingy* di Twitter juga selalu *update* setiap menitnya, sehingga didapatkan data-data terbaru. Setelah ditelusuri, akun *@beauthingy* telah ada sejak tahun 2018. Pada deskripsi akun *@beauthingy*, akun tersebut dibuat dengan tujuan untuk saling bertukar informasi mengenai kosmetik, kecantikan, perawatan kulit, perawatan tubuh, dan hal lain yang berhubungan dengan kecantikan lainnya.

Pada observasi awal, ditemukan beberapa akun *menfess* di media sosial Twitter diramaikan oleh pengguna kosmetik yang berkomentar menggunakan jargon, seperti akun *@yourbeautybase* yang memiliki 5.010 orang pengikut, akun *@prettyfess* memiliki 10.000 orang pengikut, akun *@beyoutey* memiliki 13.800 orang pengikut, dan akun *@beauthingy* memiliki 113.000 orang pengikut. Dari jumlah pengikut, akun *@beauthingy* memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak. Hal ini menjadi salah satu alasan akun *@beauthingy* dipilih sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Penelitian ini menarik diteliti karena jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik berbeda dengan jargon-jargon yang diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya, seperti jargon pemain voli, jargon penggemar *k-pop*, jargon komentator bola, dan jargon-jargon lainnya. Selain itu, hal menarik dari penelitian ini adalah walaupun para pengguna kosmetik berkomentar atau berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia, tetapi jargon yang lebih banyak digunakan adalah jargon dalam bahasa Inggris. Penulis menemukan sebanyak 29 jargon dalam bahasa Inggris dan sebanyak 6 jargon dalam bahasa Indonesia.

Penelitian ini perlu dikaji karena dapat diketahui bahwa pada umumnya wanita ingin terlihat cantik, tetapi orang-orang tidak paham dengan jargon yang digunakan dalam dunia kosmetik. Oleh sebab itu, penulis ingin menjembatani penggunaan jargon ini kepada khalayak luas. Selain itu, sumber data pada penelitian ini menarik untuk diteliti karena akun *@beauthingy* hanya sebagai wadah bagi para pengguna kosmetik untuk menyampaikan informasi atau sekadar bertanya seputar suatu produk kosmetik. Pemilik akun *@beauthingy* tidak terlibat langsung dalam kiriman *tweet*, melainkan yang mengirim *tweet* pada akun tersebut adalah akun-akun pengguna Twitter yang secara anonim mengirim pesan kepada akun *@beauthingy*, lalu pesan yang dikirim tersebut akan terkirim secara otomatis di beranda akun *@beauthingy*. Bagi pengguna Twitter yang ingin mengirim informasi atau bertanya seputar produk kosmetik secara anonim pada akun *@beauthingy*, pengguna Twitter tersebut

cukup mengirim pesan lewat fitur DM (*direct message*) dengan format */beauty/* ke akun *@beauthingy*, maka pesan yang dikirim akan terkirim secara otomatis di beranda akun *@beauthingy*.

Pada penelitian ini, penelitian lebih difokuskan kepada kiriman atau komentar pada akun *@beauthingy* di Twitter yang mengandung jargon pengguna kosmetik. Selain itu, juga diteliti faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan jargon pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy*. Faktor yang memengaruhi penggunaan jargon tersebut yaitu faktor situasional yang diungkapkan oleh Fishman yang dikutip oleh Aslinda dan Leni Syafyaha (2007:16-17), yaitu siapa yang berbicara, kepada siapa, kapan, di mana, dan mengenai masalah apa.

Seperti yang diungkapkan oleh Aslinda dan Leni Syafyaha (2014:18), jargon merupakan variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial atau kelompok pekerja tertentu dan tidak dimengerti oleh kelompok lain, jargon digunakan dalam kelompok tersendiri. Berikut beberapa contoh jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter.

Peristiwa Tutur 1

Peristiwa tutur 1 terdapat pada akun *@beauthingy* di Twitter. Salah seorang pengguna kosmetik secara anonim mengirim pesan kepada akun *@beauthingy*, lalu akun *@beauthingy* secara otomatis menyampaikan pesan tersebut kepada pengikut akunnya. Akun anonim tersebut menanyakan bagaimana tips dan trik menggunakan *makeup* agar bisa terlihat mulus dan menyatu dengan kulit.

beauthingy : Tips and trik biar *makeup* bisa mulus dan nyatu sama kulit tuh apa ya?
Btw kulitku oily.

‘Bagaimana tips dan trik agar *makeup* bisa mulus dan menyatu dengan kulit? *Omong-omong*, kulitku berminyak.’

@fthiaa_ : Pakai bedak tabur dan teknik **baking** di daerah muka yang minyakan.

‘Caranya adalah pakai bedak tabur dan pakai **teknik *makeup* yang memberi kesan halus, sempurna, dan natural** di daerah muka yang berminyak.’

Pada peristiwa tutur tersebut, berisi tuturan yang merupakan jargon, yaitu jargon *baking*. Kata *baking* berasal dari bahasa Inggris, kata dasarnya ialah *bake* yang berarti ‘membakar’ (Echols dan Hassan Shadily, 1996:51). Berdasarkan wawancara dengan akun @fthiaa_, kata *baking* bagi pengguna kosmetik berarti ‘teknik *makeup* yang memberi kesan halus, sempurna, dan natural’. Jargon *baking* yang digunakan oleh pengguna kosmetik ini jarang diketahui oleh orang di luar kelompok pengguna kosmetik karena artinya berbeda dengan arti yang dipahami oleh masyarakat di luar kelompok tersebut.

Penggunaan jargon *baking* pada contoh peristiwa tutur (1) dipengaruhi oleh faktor situasional, seperti yang diungkapkan oleh Fishman yang dikutip oleh Aslinda dan Leni Syafyaha (2007:16-17), faktor situasional itu meliputi siapa yang berbicara, kepada siapa, kapan, di mana, dan mengenai masalah apa. Dalam peristiwa tutur tersebut, dapat dilihat bahwa yang berbicara adalah salah seorang pengguna Twitter yang secara anonim mengirim pesan kepada akun @beauthingy dan memahami maksud dari jargon *baking* yang diutarakan. Penggunaan jargon tersebut diutarakan kepada sesama pengguna kosmetik yang memahami maksud dari jargon. Waktu peristiwa tutur terjadi yaitu pada tanggal 26 Desember 2020 ketika salah seorang pengguna kosmetik membalas kiriman dari akun @beauthingy di Twitter. Tempat terjadinya peristiwa tutur yakni di media sosial Twitter (akun @beauthingy) yang sengaja dibuat untuk membahas seputar kosmetik. Masalah yang dibicarakan pada peristiwa tutur tersebut adalah seputar teknik pengaplikasian produk kosmetik pada wajah.

Peristiwa Tutur 2

Peristiwa tutur 2 terdapat pada akun *@beauthingy* di Twitter. Salah seorang pengguna kosmetik secara anonim mengirim pesan kepada akun *@beauthingy*, lalu akun *@beauthingy* secara otomatis menyampaikan pesan tersebut kepada pengikut akunnya. Pengguna kosmetik tersebut menanyakan perihal produk kosmetik.

@beauthingy : Guys, pernah coba ini? **Dempul** banget gak ya?

‘Teman-teman, apakah kalian pernah mencoba produk kosmetik ini? Apakah produknya **sangat tebal**?’

@anyagregs : Ga **dempul**, bagus pake kuas. Malah nahan minyak juga.

‘Tidak **sangat tebal**, pengaplikasiannya ke muka lebih baik menggunakan kuas. Selain itu, produknya juga bisa menahan minyak pada wajah.’

Pada peristiwa tutur tersebut, terdapat penggunaan jargon *dempul*. Jargon *dempul* berasal dari bahasa Indonesia yang berarti ‘bahan penutup lubang pada kayu yang dibuat dari kapur dan minyak cat’ (<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dempul>, 2021). Kata *dempul* bagi pengguna kosmetik memiliki arti yang berbeda. Berdasarkan wawancara dengan akun *@anyagregs*, kata *dempul* bagi pengguna kosmetik berarti ‘sangat tebal’. Bagi masyarakat di luar kelompok pengguna kosmetik pastinya tidak akan memahami arti kata *dempul* yang diungkapkan oleh para pengguna kosmetik karena artinya berbeda dengan arti yang dipahami oleh masyarakat di luar kelompok tersebut.

Penggunaan jargon *dempul* pada contoh peristiwa tutur (2) dipengaruhi oleh faktor situasional, seperti yang diungkapkan oleh Fishman yang dikutip oleh Aslinda dan Leni Syafyaha (2007:16-17), faktor situasional itu meliputi siapa yang berbicara, kepada siapa, kapan, di mana, dan mengenai masalah apa. Dalam peristiwa tutur tersebut, dapat dilihat bahwa yang berbicara adalah salah seorang pengguna kosmetik yang secara anonim mengirim pesan kepada akun *@beauthingy* dan memahami maksud dari jargon *baking* yang diutarakan. Penggunaan jargon tersebut diutarakan kepada sesama pengguna kosmetik yang

memahami maksud dari jargon. Waktu peristiwa tutur terjadi yaitu pada tanggal 14 Desember 2020 ketika pengguna kosmetik membalas kiriman dari akun *@beauthingy* di Twitter. Tempat terjadinya peristiwa tutur yakni di media sosial Twitter (akun *@beauthingy*) yang sengaja dibuat untuk membahas seputar kosmetik. Sementara, masalah yang dibicarakan pada peristiwa tutur tersebut adalah seputar kondisi wajah setelah penggunaan produk kosmetik.

Dari dua contoh peristiwa tutur yang telah dijelaskan, dapat dilihat bahwa penggunaan jargon oleh para pengguna kosmetik yang berkomentar pada akun *@beauthingy* di Twitter tidak bersifat rahasia, tetapi bagi masyarakat di luar kelompok tersebut kurang memahami jargon-jargon yang dituturkan. Hal ini disebabkan oleh pemakaian jargon pengguna kosmetik dipengaruhi oleh beberapa faktor situasional, yaitu siapa yang berbicara, kepada siapa, kapan, di mana, dan mengenai masalah apa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yaitu:

1. Apa saja jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter?
2. Apa saja faktor situasional yang memengaruhi penggunaan jargon pada akun *@beauthingy* di Twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menjelaskan jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter.
2. Menjelaskan faktor situasional yang memengaruhi penggunaan jargon oleh pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menambah kekayaan penelitian dalam bidang linguistik yang berhubungan dengan variasi bahasa, khususnya mengenai jargon. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang meneliti tentang variasi bahasa, khususnya mengenai jargon. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai apa saja jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter dan apa saja faktor situasional yang memengaruhi penggunaan jargon tersebut.

1.5 Tinjauan Pustaka

Setelah dilakukan peninjauan terhadap beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, ada beberapa yang memiliki keterkaitan dan kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Berikut penelitian terdahulu yang telah didapat:

1. Cynthia Rala Buktie (2019) mahasiswa Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas menulis skripsi dengan judul “Jargon Penggemar K-Pop pada akun *Fyi.Korea* di Instagram: Tinjauan Sociolinguistik”. Chyntia menyimpulkan terdapat 28 jargon yang digunakan oleh penggemar K-Pop pada akun *Fyi.Korea* di Instagram. Jargon yang ditemukan berasal dari bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Korea. Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama membahas tentang jargon yang digunakan oleh suatu kelompok sosial. Disamping persamaan tentu ada perbedaan, perbedaan tersebut terletak pada sumber data. Dalam penelitian tersebut, Chyntia meneliti jargon penggemar *k-pop* pada akun *fyi.korea* di Instagram, sementara penulis meneliti jargon pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter.

2. Rafikah Hawari Muhamad (2019) mahasiswa Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas menulis skripsi dengan judul “Jargon yang Digunakan Komentator Bola pada Liga 1 Indonesia Tahun 2018: Tinjauan Sociolinguistik”. Rafikah menyimpulkan terdapat 30 jargon yang digunakan oleh komentator bola pada Liga 1 Indonesia tahun 2018. Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama membahas tentang jargon yang digunakan oleh suatu kelompok sosial. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada sumber datanya. Dalam penelitian tersebut, Rafikah meneliti jargon yang digunakan oleh komentator bola pada Liga 1 Indonesia tahun 2018, sementara penulis meneliti jargon pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter.
3. Harri Septian (2019) mahasiswa Jurusan Sastra Minangkabau Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas menulis skripsi dengan judul “Jargon dalam Aktivitas Pertandingan Layang-Layang di Kota Padang”. Dalam penelitiannya tersebut, Harri menemukan sebanyak 43 bentuk jargon. Dilihat dari persamaan antara penulisan yang peneliti lakukan terletak pada pembahasan yang sama-sama membahas mengenai jargon yang digunakan oleh suatu kelompok sosial. Perbedaannya terletak pada sumber datanya. Dalam penelitian tersebut, Harri meneliti jargon dalam aktivitas pertandingan layang-layang di kota Padang, sementara penulis meneliti jargon pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter.
4. Riyadhul Haq, Tri Pujiati, dan Dien Mardiana Y (2019) menulis artikel dengan judul “Pemakaian Jargon Satuan Polisi Pamong Praja pada Markas Komando Kabupaten Karawang” dalam Jurnal Sasindo Unpam. Riyadhul, dkk menyimpulkan bentuk sandi pada jargon yang digunakan oleh Satuan Polisi Pamong Praja pada Markas Komando Kabupaten Karawang yaitu sandi

struktural, sandi Alfabet/lokal Indonesia, sandi angka, dan sandi kata. Makna jargon ditinjau dari teori SPEAKING. Persamaan tulisan yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas mengenai jargon yang digunakan oleh suatu kelompok sosial. Perbedaan antara penulisan yang peneliti lakukan adalah terletak pada data penelitian. Dalam penelitian tersebut, Riyadhul Haq, dkk meneliti jargon Satuan Polisi Pamong Praja pada Markas Komando Kabupaten Karawang dan membahas bentuk-bentuk sandi pada jargon, sementara penulis meneliti jargon pengguna kosmetik pada akun @beauthingy di Twitter dan menjelaskan faktor yang memengaruhi penggunaan jargon.

5. Muthia Nastiti dan Yayuk Eny Rahayu (2019) menulis artikel dengan judul “Bentuk-Bentuk Istilah *Makeup* pada Tutorial *Makeup Beauty Vlogger* Linda Kayhz di Youtube” dalam Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia. Pada penelitian tersebut, Muthia Nastiti dan Yayuk Eny Rahayu meneliti bentuk-bentuk istilah *makeup*, makna istilah *makeup*, dan fungsi bahasa. Subjek kajian penelitian mereka ialah bahasa yang digunakan dalam video tutorial *beauty vlogger* Linda Kayhz di Youtube sebanyak 7 video. Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama membahas istilah-istilah *makeup* atau kosmetik. Perbedaan antara tulisan yang peneliti lakukan terletak pada tujuan penelitian. Penelitian Muthia Nastiti dan Yayuk Eny Rahayu bertujuan untuk menjelaskan bentuk-bentuk istilah *makeup*, makna istilah *makeup*, dan fungsi bahasa, sementara penulis menjelaskan jargon-jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun @beauthingy di Twitter dan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan jargon.
6. Indah Sari dan Zamzam Nurhada (2019) menulis artikel dengan judul “Jargon pada Grup Whatsapp Ladies Bikers Indonesia” dalam Jurnal Sasindo Unpam.

Mereka meneliti bentuk dan makna khusus jargon yang digunakan pada grup WhatsApp Ladies Bikers Indonesia dan fungsi bahasa yang mempresentasikan penggunaan jargon pada grup Whatsapp Ladies Bikers Indonesia. Persamaan antara tulisan yang peneliti lakukan terletak pada pembahasan tentang jargon yang digunakan oleh suatu kelompok sosial. Perbedaan antara tulisan yang penulis teliti terletak pada data penelitiannya. Dalam penelitian tersebut, Indah Sari dan Zamzam Nurhada meneliti jargon yang digunakan pada grup WhatsApp Ladies Bikers Indonesia dan membahas bentuk, makna, dan fungsi jargon, sementara penulis meneliti jargon pengguna kosmetik pada akun @beauthingy di Twitter dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan jargon.

7. Tiski Pebria Sari (2018) mahasiswa Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas menulis skripsi dengan judul “Jargon Komunitas Voli di Pusat Pelatihan Atlet Kabupaten Dharmasraya: Tinjauan Soslolinguistik”. Dalam penelitian tersebut, Tiski Pebria Sari menyimpulkan terdapat 30 jargon yang digunakan oleh komunitas voli di pusat pelatihan atlet di Pusat Pelatihan Atlet Kabupaten Dharmasraya. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan ialah sama-sama membahas tentang jargon yang digunakan oleh suatu kelompok sosial. Perbedaannya terletak pada sumber data. Dalam penelitian tersebut, Tiski meneliti jargon komunitas voli di pusat pelatihan atlet Kabupaten Dharmasraya, sementara penulis meneliti jargon pengguna kosmetik pada akun @beauthingy di Twitter.
8. Siti Hasanah (2017) menulis artikel dengan judul “Bentuk-Bentuk Jargon dalam Perdagangan Jual Beli Batu Akik di Media Sosial Facebook” dalam Jurnal Ilmiah Edukasi dan Sosial, vol 8, no 2. Tujuan dari penelitiannya yaitu

untuk mendeskripsikan bentuk bahasa jargon dalam perdagangan jual beli batu akik di media sosial Facebook. Bentuk jargon yang ditemukan yaitu bentuk leksikon dan bentuk frase. Makna jargon yang ditemukan termasuk kedalam jenis makna leksikal, konseptual, istilah, dan kias. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan ialah sama-sama membahas tentang jargon yang digunakan oleh suatu kelompok sosial. Perbedaannya terletak pada sumber data dan tujuan penelitian, Siti Hasanah meneliti bentuk bahasa jargon dalam perdagangan jual beli batu akik di media sosial Facebook, sementara penulis meneliti jargon pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan jargon.

Dari tinjauan pustaka yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa belum ada yang meneliti mengenai jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter. Dapat dikatakan bahwa penelitian jargon belum ada yang meneliti di media sosial Twitter terutama akun *@beauthingy*.

1.6 Metode dan Teknik Penelitian

Metode dan teknik merupakan dua konsep yang berbeda, tetapi keduanya memiliki hubungan yang saling berketerkaitan satu sama lain. Metode adalah cara yang harus dilaksanakan atau diterapkan, sedangkan teknik adalah cara melaksanakan atau menerapkan metode (Sudaryanto, 2015:9).

1.6.1 Tahap Penyediaan Data

Penyediaan data penting dilakukan untuk menganalisis data. Pada penelitian ini, penyediaan data dilakukan dengan metode simak, yaitu menyimak penggunaan jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik yang terdapat dalam kolom balas akun *@beauthingy* di Twitter. Setelah itu, digunakan teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasarnya ialah

teknik sadap, peneliti melakukan penyadapan terhadap jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik yang terdapat dalam kiriman dan komentar pada akun *@beauthingy* di Twitter.

Teknik lanjutan yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), teknik catat dan wawancara. Pada teknik SBLC, peneliti tidak ikut membalas pada akun, peneliti hanya memperhatikan dan membaca-baca jargon pengguna kosmetik yang digunakan oleh pengguna kosmetik yang berkomentar pada akun *@beauthingy* di Twitter. Teknik catat dilakukan dengan mencatat setiap jargon yang dipakai oleh pengguna kosmetik dalam kiriman dan komentar pada akun *@beauthingy* di Twitter. Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa pengguna kosmetik yang berkomentar pada akun *@beauthingy* di Twitter untuk memastikan kebenaran arti dari jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik. Peneliti melakukan wawancara dengan cara mengirimkan pesan di Twitter melalui fitur DM (*direct message*).

1.6.2 Tahap Analisis Data

Dalam tahap analisis data, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode padan. Metode padan merupakan metode yang alat penentunya berada di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa (*language*) yang bersangkutan (Sudaryanto, 2015:15). Metode ini terdiri dari dua teknik, yakni teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar yang dimaksud disebut teknik pilah unsur penentu atau teknik PUP. Alatnya ialah daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh penelitinya. Daya pilah yang digunakan dalam penelitian ini ialah daya pilah referensial dan translasional.

Metode padan referensial alat penentunya adalah referen, metode ini digunakan untuk rujukan dari setiap jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun *@beauthingy* di Twitter. Sementara, metode padan translasional alat penentunya adalah bahasa lain, metode ini digunakan untuk menjelaskan arti jargon yang berasal dari bahasa lain. Teknik

lanjutan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubung banding membedakan atau HBB, digunakan untuk membedakan antara jargon yang satu dengan jargon yang lainnya.

1.6.3 Tahap Penyajian Hasil Analisis Data

Metode yang digunakan dalam tahap penyajian hasil analisis data pada penelitian ini adalah metode informal. Metode penyajian informal adalah perumusan hasil analisis dengan kata-kata biasa, sehingga hasil analisis tersaji dengan baik, mudah dipahami, dan lebih terperinci (Sudaryanto, 2015: 241).

1.7 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan data sebagai satu kesatuan yang kemudian sebagiannya dipilih sebagai sampel atau tidak (Sudaryanto, 2015:21). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik dalam kiriman dan komentar pada kolom balas akun *@beaethingy* di Twitter.

Sampel merupakan bagian terkecil data yang dianggap dapat mewakili data yang akan dianalisis untuk memperoleh informasi data yang diteliti (<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sampel>, 2021). Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh jargon yang digunakan oleh pengguna kosmetik pada akun *@beaethingy* di Twitter mulai dari bulan Juli 2020 sampai dengan Desember 2020. Pada saat itu, penulis melihat banyak pengguna kosmetik yang berkomentar pada akun tersebut dan jargon lebih banyak muncul dalam rentan waktu tersebut.

1.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disajikan dalam 4 bab, yaitu BAB I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode dan teknik penelitian, populasi dan sampel, serta sistematika penulisan. Pada BAB II berisi landasan teori yang melingkupi seluruh teori yang dipakai dalam penelitian. BAB III

berisi analisis data dan hasil penelitian. BAB IV berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

