



UNIVERSITAS INDONESIA

**PEMAKNAAN REMAJA SMU MENGENAI PENGGUNAAN BAHASA
ALAY PADA PROGRAM MTV ALAY**

AGHITA KRULIANE

0806380073

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KEKHUSUSAN KOMUNIKASI MASSA

DEPOK

JULI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

**PEMAKNAAN REMAJA SMU MENGENAI PENGGUNAAN BAHASA
ALAY PADA PROGRAM MTV ALAY**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial

AGHITA KRULIANE

0806380073

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KEKHUSUSAN KOMUNIKASI MASSA

DEPOK

JULI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : A. Aghita Kruliane

NPM : 0806380073

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : A. Aghita Kruliane
NPM : 0806380073
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul Skripsi : Pemaknaan Remaja SMU mengenai Penggunaan Bahasa Alay
pada Program MTV Alay

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Massa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si (*Martini Budianto M*)
Penguji : Soraya. S.Sos., M.Si. (*Soraya*)
Ketua Sidang : Dra. Martini B. Mangkoedipoero, M.Si. (*Martini B. Mangkoedipoero*)
Sekretaris Sidang : Kinkin Yuliaty S. Putri, S.Sos., M. Si. (*KY*)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Juli 2012

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Program Studi Komunikasi Massa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. Peneliti menyadari, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai masa penyusunan skripsi, penyelesaian skripsi ini terasa sulit. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

- (1). Bapak Bambang Supriyanto dan Ibu Sri Endah Hariyati, selaku orang tua, yang telah memberikan pengertian luar biasa, serta dukungan apapun, baik moril maupun materiil pada peneliti, demi terselesaikannya pengerjaan skripsi ini;
- (2). Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi dan selaku Ketua Program Ekstensi Ilmu Komunikasi dan Ketua Sidang, yang telah memberi masukan, dorongan, dan semangat untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi di semester singkat ini serta yang telah membantu dengan sangat sabar kepada penulis secara moril dari awal pengerjaan skripsi sampai selesai;
- (3). Mbak Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si, yang telah menjadi Sekretaris Sidang dan dosen paling gaul yang pernah peneliti kenal;
- (4). Pierre Gerit, Robby Pratama, Andry *Babeh*, Sairly H. Akrami yang telah menjadi penyemangat, 'tong sampah' keluh kesah paling mujarab, serta teman yang paling sabar yang pernah peneliti kenal dan bersedia mendampingi dan memberi tempat untuk peneliti menyelesaikan skripsi ini. Grazie mille... ☺
- (5). Ibu Gita Malik dan Bapak Arifin, sebagai atasan penulis di tempat kerja, yang tak pernah bosan untuk menjawab SMS dan telepon jika peneliti meminta izin tidak masuk untuk mengerjakan skripsi;
- (6). Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok,

Aghita Kruliane

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A. Aghita Kruliane

NPM : 0806380073

Program Studi : Komunikasi Massa

Departemen : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pemaknaan Remaja SMU mengenai Penggunaan Bahasa Alay pada Program MTV Alay

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal :

Yang menyatakan,



(A. Aghita Kruliane)

ABSTRAK

Nama : A. Aghita Kruliane
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul : Pemaknaan Remaja SMU mengenai Penggunaan Bahasa Alay pada Program MTV Alay

Skripsi ini meneliti tentang penggunaan bahasa *alay* yang sedang berkembang di kalangan remaja yang membutuhkan suatu identitas untuk menunjukkan eksistensinya di lingkungan masyarakat. Lalu remaja mulai mencari cara untuk mendapat tempat dalam masyarakat, dengan menggunakan bahasa alay. Dengan teori *reception analysis* dan paradigma konstruktivis, tujuan penelitian kualitatif ini adalah mendeskripsikan cara berkomunikasi remaja yang menggunakan bahasa *alay* melalui ragam tulisan dan perilaku non verbal yang terpengaruh dari lingkungan remaja. Unit analisis yang diangkat dalam penelitian ini adalah individu yang menggunakan bahasa tersebut dan pengambilan bahasa yang diambil dari MTV Alay.

Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa penggunaan bahasa *alay* yang ada di MTV Alay merupakan suatu bentuk komunikasi baru yang memiliki tampilan yang berbeda dan unik dalam kalangan remaja generasi saat ini.

Kata kunci: Bahasa *Alay*, *Reception analysis*, Remaja

ABSTRACT

Name : A. Aghita Kruliane

Study Program: Mass Communication

Title : Interpretation of High School Teenagers regarding the Use of Bahasa Alay on MTV Alay

This thesis researched the use of *alay* language among teenagers that requires a sense of identity to show their existence in the community. Then teenagers start looking for a way to take the place in their community by the use of *alay* language. With the reception analysis theory and the constructivism as a paradigm, this qualitative research aims to describe teenagers ways of communicating by using *alay* language through variety of writing and non verbal behavior that affected of their neighborhood. The unit of analysis in this research is an individual that uses such language and language retrieval that is taken from MTV Alay.

The result of this research obtained suggestions that the use of *alay* language in MTV Alay is a form of new communications that is having a different display and unique among young generation nowadays.

Keyword: Bahasa *Alay*, Reception Analysis, Teenager

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Akademis	6
1.5.2. Manfaat Praktis	6
BAB 2 KERANGKA TEORI	8
2.1. Pemaknaan Khalayak	7
2.1.1 Cultural Studies dalam Pengaruhnya terhadap Reception Analysis	7
2.1.2 Pengertian Reception Analysis	9
2.1.3 Proses Decoding Audience Stuart Hall.....	12
2.2. Paralanguage	13
2.3. Remaja.....	14
2.3.1 Pengertian Remaja	14
2.3.2 Kaitan Media dan Remaja.....	16
2.4. Bahasa	17
2.5. <i>Alay</i>	20
2.6. Budaya MTV di Kalangan Remaja	25
2.7. Asumsi Teoritis	25
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Paradigma Penelitian.....	26

3.2.	Pendekatan Penelitian	27
3.3.	Sifat Penelitian	29
3.4.	Unit Analisis.....	29
3.5.	Metode Pengumpulan Data	30
3.6.	Proses Analisis Data.....	30
3.7.	Keabsahan Penelitian	32
3.9.	Kelemahan dan Keterbatasan	33
BAB 4 DESKRIPSI OBJEK KAJIAN		34
BAB 5 ANALISIS HASIL PENELITIAN		42
5.1	Deskripsi Informan.....	42
5.1.1	Informan 1.....	42
5.1.2	Informan 2.....	48
5.1.3	Informan 3.....	52
5.2.	Pengetahuan informan mengenai MTV Alay.....	57
5.1.1	Informan 1.....	57
5.1.2	Informan 2.....	57
5.1.3	Informan 3.....	58
BAB 6 DISKUSI HASIL PENELITIAN		59
BAB 7 PENUTUP		62
7.1	Kesimpulan.....	62
7.2	Implikasi Penelitian.....	63
7.2.1	Implikasi Akademis	63
7.2.2	Implikasi Sosial.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akhir-akhir ini di kalangan anak muda muncul sebuah cara baru dalam berbahasa tulisan, yang lebih dikenal dengan istilah “bahasa alay”. Bahasa alay muncul dan berkembang seiring dengan pesatnya penggunaan teknologi komunikasi dan situs-situs jejaring sosial.

Bahasa alay ini mengingatkan kita pada saat maraknya bahasa gaul. Bahasa gaul adalah dialek bahasa Indonesia nonformal yang digunakan oleh komunitas tertentu atau di daerah tertentu untuk pergaulan (KBBI, 2008: 116). Bahasa gaul identik dengan bahasa percakapan (lisan).

Kemudian kini hadir istilah “bahasa alay”. Kata “alay” bisa diartikan sebagai anak layangan, anak lebay (berlebihan), dan sebagainya. Istilah ini hadir setelah di facebook semakin marak penggunaan bahasa tulis yang tak sesuai kaidah bahasa Indonesia oleh remaja. Hingga kini belum ada definisi yang pasti tentang istilah ini, namun bahasa ini kerap dipakai untuk menunjuk bahasa tulis. Dalam bahasa alay bukan bunyi yang dipentingkan tapi variasi tulisan.

Kemunculan bahasa alay ini awalnya memang bukan di facebook, melainkan ditandai dengan maraknya penggunaan singkatan dalam mengirim pesan pendek atau SMS (short message service). Misalnya, “u gi di humz gk?” yang berarti “kamu lagi di rumah nggak?”, atau “aq lum mam” yang berarti “aku belum makan”. Tujuan awalnya adalah untuk mengirimkan pesan yang singkat, padat, dan dapat menekan biaya.

Namun seiring semakin banyaknya pengguna bahasa alay, variasi bahasa ini pun semakin banyak dan berani. Mulai dari penulisan yang menggunakan huruf besar kecil (sEpErTi iNi), sampai ke kombinasi angka, huruf, dan simbol-simbol lain (5ep3rt! In1). Kata-kata dalam bahasa alay tidak mempunyai standar yang pasti, tergantung mood atau teknik si pembuat kata. (<http://www.lpmjournal.com/review/bahasa-alay>)

Media televisi memiliki kekuatan informasi persuasi karena televisi mampu menimbulkan pengaruh yang kuat dengan menekankan pada pendengaran dan penglihatan sehingga muncul efek baik yang positif maupun negatif.

Salah satu program yang ditawarkan harus menarik dan menggunakan bahasa yang populer di masyarakat. Bahasa sebagai sarana komunikasi untuk mengungkapkan ide, gagasan, isi pikiran, maksud, realitas, dan sebagainya. Terbukti dari penggunaannya untuk percakapan sehari-hari, peran bahasa yang membuat satu sama lain dapat berkomunikasi untuk menyampaikan informasi, saling menyampaikan maksud baik dalam bentuk lisan maupun dalam bentuk tulisan.

Salah satu bahasa yang kini populer di kalangan remaja adalah bahasa *alay* yang lebih banyak digunakan dalam program *entertainment*. Bahasa *alay* itu sendiri muncul tak jelas kapan, ada yang menyebutkan baru-baru ini namun tidak pasti kapannya dan siapa pencetus pertamanya atau pendirinya pun masih merupakan misteri. Seperti pada tahun 2000 mulai muncul plat nomor yang terbilang nomor “cantik”, karena merupakan rangkaian dari angka-angka yang dapat menyerupai nama si pemilik. Contohnya: B 15 MA. Selain itu kita juga dapat melihat gejala-gejala *alay* dari cara menulis SMS (*Short Message Service*). Tak jarang yang menggunakan kata-kata atau simbol-simbol yang agak sulit dibaca serta huruf besar dan kecil dalam satu kata, menggunakan angka dan disingkat-singkat pendek. Contohnya: kata “aku” yang biasanya ditulis “akyuh” atau “aq” ataupun “aquw”. Misalnya lagi kata “sayang” ditulis menjadi “sxng”, dan masih banyak lagi contoh yang lain. (<http://edukasi.kompasiana.com/2012/04/08/bahasa-alay-versus-bahasa-indonesia/>)

Bahasa alay atau bahasa gaul memiliki daya tarik bagi kalangan remaja khususnya. Manfaat bahasa alay memiliki daya tarik emosional sebagai komunikasi di kalangan remaja. Bagi para pengguna bahasa alay, bahasa alay dapat memberikan manfaat antara lain, sebagai sarana komunikasi non formal sesama remaja alay maupun antar remaja lainnya bahasa alay pun memberikan manfaat khususnya bagi komunitas mereka. Mayoritas pengguna bahasa alay mengatakan bahwa mereka (*alayers*) merasa lebih percaya diri jika menggunakan bahasa alay terutama di media karena menurut para remaja khususnya remaja dengan menggunakan bahasa alay dengan sendirinya mereka akan

merasa “beda” dengan remaja lainnya dan merasa “lebih” dari remaja umumnya yang tidak menggunakan bahasa alay.

Berdasarkan perkembangan bahasa alay yang terjadi di kalangan remaja khususnya, stasiun televisi menangkap kebutuhan remaja tersebut dengan menyajikan program yang menggunakan bahasa alay dengan prioritas segmen pemirsa khususnya remaja. MTV Alay merupakan program acara musik yang dibuat oleh MTV Indonesia dan Global TV pada Agustus 2010. Ini merupakan program acara pertama di Indonesia yang menggunakan kata “Alay” dalam judul acaranya. Acara ini ditayangkan setiap hari Rabu pukul 14.30 selama satu jam dengan VJ Daniel sebagai *host*. MTV Alay berisi tentang segmen bincang-bincang dengan bintang tamu personil *band* yang sedang diminati, umumnya *band* yang beraliran pop-melayu misalnya Radja, Wali *Band*, Kangen *Band*, Garnet *Band*.

Ide dibuatnya program MTV Alay di Global TV berawal dari berjamurnya acara-acara musik di stasiun televisi swasta di awal 2010. Boleh dikatakan acara musik yang ditayangkan di televisi merupakan cikal bakal muncul dan berkembangnya penggunaan bahasa alay seperti INBOX di SCTV INBOX yang ditayangkan di pagi hari langsung diikuti oleh DAHSYAT yang dihadirkan pagi juga oleh stasiun RCTI. Jika INBOX dengan tema outdoor maka DAHSYAT dengan tema indoor, ONLINE, DERING, ON THE SPOT dan masih banyak lagi dengan target pasar para remaja.

Hal ini sejalan dengan bermunculannya kreativitas remaja dalam bermusik dengan hadirnya band-band show pop. Tidaklah mengherankan bila dalam sekejap bahasa alay menjadi *booming* mengingat musik-musik tersebut sangatlah *easy listening*. Berkembangnya musik pop melayu sejalan dengan penggunaan bahasa alay itu kemudian menjadikan acara musik tersebut berada pada *top rating*. Adanya perkembangan di dunia musik yang pesat, sedikit banyak mempengaruhi selera remaja dalam bermusik sehingga mereka berlomba-lomba berkarya menciptakan lagu dengan membentuk grup band.

Popularitas bahasa alay di televisi membuat bahasa ini semakin kuat dan banyak dipakai khususnya kalangan remaja. Kreatifitas remaja dalam bermusik tersebut diberi label oleh masyarakat atau remaja lain diluar komunitas tersebut. Ada yang mengatakan ‘Ababil’ sebagai singkatan dari ABG labil, alay sebagai anak layangan atau anak lebay dikarenakan performa penonton atau *band* pendatang baru tersebut dianggap agak berlebihan dan terlalu eksentrik. Penampilan yang ditampilkan *band* pendatang baru yang

mayoritas beraliran melayu ini hanya sebagian kecil bagian dari bahasa alay. Penampilan personil *band* tersebut hanya sebagai kelompok acuan bagi komunitas alay.

Komunitas alay terdiri dari kaum remaja, usia mereka sekitar usia sekolah SMU yang umumnya berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, yaitu sekumpulan remaja sub urban yang ingin mengikuti gaya hidup perkotaan akan tetapi terlihat tidak cocok malah terkesan aneh. Akan tetapi dengan keanehan tersebut mereka justru memiliki kebanggaan tersendiri.

MTV Alay dalam hal ini menjadi salah satu media penyebaran bahasa alay mulai dari penulisan dan pengucapan bahasa alay. Perbendaharaan kata alay pun semakin banyak dihasilkan dari program acara ini yang kebanyakan penontonnya adalah remaja dan mereka mulai memperhatikan dan mempraktekan bahasa tersebut entah sekedar faktor keisengan, atau ingin dianggap 'gaul' oleh lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang **Pemaknaan Remaja SMU mengenai Penggunaan Bahasa Alay pada Program MTV Alay**. MTV Alay selain menjunjung kreatifitas bermusik para kelompok alay, juga menyebarkan perbendaharaan kata bahasa baru yaitu alay yang memunculkan pro dan kontra di kalangan remaja yang nantinya akan memperkuat perkembangan bahasa alay sebagai sarana komunikasi khususnya di kalangan remaja.

1.2 Permasalahan

Adanya kenyataan bahwa televisi mempunyai keunggulan dalam menyajikan pesan dibanding media massa lain pada perkembangan selanjutnya mendukung televisi sebagai media kontrol sosial, media penyebar budaya dan media hiburan. Televisi juga merupakan salah satu kekuatan yang membentuk opini publik, bahkan menciptakan citra (*image*) dalam suatu masyarakat. Industri media dalam perkembangannya tumbuh sedemikian cepat bersamaan dengan teknologi komunikasi. Salah satunya televisi dapat mempopularkan bahasa dan budaya yang dapat mengganti nilai dalam masyarakat termasuk juga kalangan remaja.

Dalam berkomunikasi sehari-hari, terutama dengan teman sebayanya, remaja seringkali menggunakan bahasa spesifik yang kita kenal dengan bahasa 'gaul'. Disamping bukan merupakan bahasa yang baku, kata-kata dan istilah dari bahasa gaul ini terkadang hanya dimengerti oleh para remaja atau mereka yang kerap menggunakannya.

Menurut Piaget (Papalia, D. & Olds, S.W. 1992. *Human Development (5th ed.)*. New York: McGraw Hill, hal 449), remaja memasuki tahap perkembangan kognitif yang disebut tahap formal operasional. Piaget menyatakan bahwa tahapan ini merupakan tahap tertinggi perkembangan kognitif manusia. Pada tahap ini individu mulai mengembangkan kapasitas abstraksinya. Sejalan dengan perkembangan kognitifnya, perkembangan bahasa remaja mengalami peningkatan pesat. Kosakata remaja terus mengalami perkembangan seiring dengan bertambahnya referensi bacaan dengan topik-topik yang lebih kompleks.

Dan menurut Owen, remaja mulai peka dengan kata-kata yang memiliki makna ganda. Mereka menyukai penggunaan metaphor, ironi, dan bermain dengan kata-kata untuk mengekspresikan pendapat mereka. Terkadang mereka menciptakan ungkapan-ungkapan baru yang sifatnya tidak baku. Bahasa seperti inilah yang kemudian banyak dikenal dengan istilah bahasa gaul. Penggunaan bahasa gaul ini merupakan bagian dari proses perkembangan mereka sebagai identitas independensi mereka dari dunia orang dewasa dan anak-anak.

Penggunaan bahasa alay dalam salah satu program televisi dapat memiliki daya tarik sendiri bagi remaja secara emosional dalam berkomunikasi. Program MTV Alay yang menyajikan acara dengan bahasa Alay membuat adanya kecenderungan remaja memiliki pemaknaan yang berbeda tentang bahasa alay dalam program televisi.

Ada dua hal utama yang menjadi perhatian remaja, yaitu identitas diri dan aktualisasi diri. Bisa dikatakan, bahasa alay digunakan remaja sebagai bentuk penyampaian ke komunitasnya dan sekaligus dalam upaya mencari identitas. Menurut Derrida bahasa merupakan penginterpretasian sebuah tanda. Bahasa merupakan simbol utama yang diproduksi dan dikonsumsi manusia. Bahasa merupakan muara dari imajinasi, pemikiran, bahkan konsep realitas dunia. (Chris Baker. 2005. *Cultur Studies* (terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana, hal 90)

Remaja yang masih labil dan gemar meniru, sangat mudah tertular dan memilih menggunakan bahasa ini daripada menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Apalagi ada anggapan bahwa bahasa ini adalah bahasa gaul, sehingga orang yang tidak menggunakannya akan dianggap ketinggalan jaman atau kuno.

Perkembangan penggunaan bahasa alay dalam masyarakat sebenarnya sah-sah saja jika digunakan di lingkungan yang tepat dan sesuai. Penggunaan bahasa alay yang populer

dikalangan remaja dianggap merusak tatanan dan mengancam eksistensi bahasa Indonesia di masa mendatang. Mereka lebih suka menggunakan bahasa gaul yang bebas daripada menggunakan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

Bagaimana pemaknaan remaja mengenai penggunaan bahasa alay pada program MTV Alay?

1. 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka tujuan peneliti adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui pemaknaan remaja mengenai penggunaan bahasa alay pada program MTV Alay.

1. 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis dan praktis sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Akademik

Secara akademis atau teoritis, penelitian ini merupakan usaha untuk mengembangkan pemikiran teoritik tentang penggambaran media massa sebagai sarana komunikasi massa dengan penggunaan bahasa alay pada kalangan remaja.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam tataran praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang hal-hal yang berkaitan dengan acara “MTV Alay” terhadap pemaknaan remaja mengenai penggunaan bahasa alay pada program MTV Alay khususnya untuk program acara MTV Alay atau yang ingin melakukan penelitian sejenis dan untuk mengkaji kajian pemaknaan terhadap kekuatan program tersebut.

BAB 2

KERANGKA TEORI

2.1. Pemaknaan Khalayak

2.1.1 Cultural Studies dalam Pengaruhnya terhadap Reception Analysis

Tidak ada definisi yang umum untuk menjelaskan apa itu cultural studies. Ini dikarenakan kajian budaya bukan ilmu yang ditentukan oleh seperangkat aturan dan prosedur baku. Menurut Graeme Turner, terminologi Cultural Studies dikenal sebagai nama dari seperangkat teori dan praktik penting dalam ilmu-ilmu sosial dan humaniora. Cultural Studies merupakan studi interdisipliner dimana kajian-kajian dan metode-metode tertentu tergabung; kegunaan dari ketergabungan ini dapat membuat kita lebih memahami fenomena dan hubungannya yang tidak mungkin kita dapatkan melalui per disiplin yang ada. Ranah Cultural studies ini menyediakan anggapan bahwa studi dari proses budaya, terutama dalam budaya massa, adalah penting, kompleks dan senantiasa saling terkait baik secara teoritis maupun politis.

Cultural studies menjelaskan hubungan antara khalayak, media dan budaya (Joseph Straubhaar & Robert LaRose, *Media Now: Communication Media in the Information Age 3rd ed.* *USA: Wadsworth, 2002, 36). Maka dalam cultural studies, khalayak memiliki arti yang sangat penting. Baik media maupun khalayak mempunyai kekuatan yang sama dan hubungan antara keduanya adalah yang menghasilkan makna dan membentuk suatu budaya. Tujuan utama dari cultural studies adalah mengekspos cara ideologi dari kelompok yang berkuasa secara sengaja diulangi dan juga bagaimana cara ideologi tersebut bisa ditolak.

Budaya populer dianggap sebagai arena untuk menolak atau menerima ideologi yang ditetapkan penguasa dan tempat hegemoni mewujudkan diri dan mencoba mempertahankan sistemnya. Menurut penelitian Levine terhadap budaya populer, khususnya teks, ia menemukan bahwa teks populer ternyata berisikan berbagai ideologi, ini terjadi karena teks dipahami, diinterpretasikan dan dimaknai sesuai konteksnya oleh pembacanya. Teks memberi celah yang mendorong

pembaca untuk mengisinya, dengan demikian terjadi interaksi antara teks dan pembaca. Interaksi inilah yang kemudian memperkaya teks dengan ideologi.

Stuart Hall, salah satu pakar Cultural studies yang mendirikan Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS), mengajukan argumen tentang ‘pertempuran’ dominasi lewat media massa. Menurut argumennya, media dalam demokrasi liberal dapat dipahami dengan baik sebagai sebuah forum publik yang pluralistik yang di dalamnya terjadi perjuangan berbagai kekuatan untuk membangun kesadaran populer mengenai realitas.

Media secara langsung menyediakan cara dalam melihat suatu realitas. Oleh sebab itu media dilihat sebagai bagian yang sangat penting dalam diseminasi informasi. Meskipun seringkali media menyampaikan ideologi secara langsung dan eksplisit, suara yang berlawanan akan terus ada sebagai bagian dari pertarungan dialektika antara kelompok dengan lingkungan. Namun media tetap didominasi oleh ideologi umum dan mereka menekankan pandangan yang berlawanan dengan frame ideologi yang dominan. Di sisi lain, pada saat yang sama, khalayak akan tetap menggunakan kategori mereka sendiri dalam mengkodekan pesan dan kadang kala menginterpretasikan pesan media dalam cara yang tidak pernah diinginkan sumbernya.

Menurut Althusser, ideologi bukanlah sebuah set ide yang statis yang diberikan oleh kelas dominan kepada subordinat, tetapi lebih kepada proses dinamis yang secara konstan direproduksi dalam prakteknya. Yaitu dalam bentuk cara orang berpikir, berperilaku, dan memahami dirinya sendiri dan hubungannya dengan lingkungan. Dia menyatakan ISAs (Ideological State Apparatus) yaitu institusi sosial seperti keluarga, sistem pendidikan, bahasa, media, sistem politik, dll akan mempunyai tendensi untuk berpikir dan berperilaku dalam cara yang diterima lingkungannya. Maka dari itu ideologi bukanlah suatu set ide yang statis dimana kita melihat dunia tetapi sebuah praktik sosial yang dinamis yang secara konstan mengalami proses dan mereproduksi dirinya dalam usaha alat-alat tertentu. Tujuan utama dari cultural studies adalah mengekspos cara ideologi dari kelompok yang berkuasa secara sengaja diulang dan juga bagaimana cara ideologi itu bisa ditolak. (Lawrence W. Levine, “The Folklore of Industrial Society:

Popular Cultural and Its Audiences” *American Historical Review* vol. 97 no. 5 Desember, 1992.)

2.1.2 Pengertian Reception Analysis

Reception Analysis yaitu analisis yang lebih menekankan pada pandangan audience dan bagaimana mereka dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda dengan apa yang ditawarkan di dalam teks media. Reception analysis sesungguhnya merupakan penelitian alternatif dari penelitian khalayak yang biasanya terpaku pada efek dan kuantifikasi. Reception analysis ini seringkali disamakan dengan terminologi studi mengenai penerimaan (reception studies), penerimaan khalayak (audience reception) atau studi baru mengenai khalayak (new audience research). Studi tentang resepsi khalayak (audience reception) ini lahir dari serangkaian pergulatan dua pandangan: what the media do to the people dan what people do with the media. (David Morley, Audience Research, dalam <http://www.museum.tv/archieves/etv/A/htmlA/audienceresearch.htm>) Pandangan pertama menganggap terdapat kekuatan teks (pesan) pada khalayaknya dan menekankan pada efek medianya. Sedangkan pandangan kedua berkisar pada penggunaan yang beragam pada khalayak yang berbeda dalam latar belakang dan konteks sosial penerimaan mereka akan menghasilkan output media yang berlainan pula.

Tipe-tipe awal penelitian tentang resepsi berdasarkan sumbangan berharga dari penerapan hipotesis encoding-decoding Stuart Hall, seorang ilmuwan CCCS di Birmingham. (Ibid, hal. 11) Karena itu tak heran jika analisis resepsi ini dimasukkan kedalam ranah Cultural Studies. Dalam sebuah artikel pentingnya yang bertajuk “Encoding and Decoding in Relevision Discourse”, Hall mengajukan pemikiran baru tentang produksi budaya dan penerimaan (reception) pada studi tentang media. Menurut Hall, terdapat empat tahapan dalam komunikasi: produksi, sirkulasi, penggunaan (di dalamnya mencakup distribusi dan konsumsi), serta reproduksi yang tiap tahapannya relatif otonom namun tetap saling terhubung satu sama lain.

Stuart Hall dalam usahanya menjelaskan proses decoding, memperkenalkan Reception Analysis. Analisis ini berfokus pada bagaimana audience yang berbeda-beda memaknai isi media sehingga lebih mengambil perspektif pada audience daripada media itu sendiri. Reception analysis juga melihat pengaruh kontekstual dalam penggunaan media dan juga interpretasi dan pemaknaan dari keseluruhan pengalaman yang dilihat audience. Peneliti menggunakan pemikiran atau hasil dari reception analysis dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana audience menerima pesan.

Perkembangan terakhir telah menolak makna tetap yang telah ada dalam isi media dan mengarah kepada akibat yang telah diprediksikan sebelumnya. Malahan kita harus melihat makna sebagai sesuatu yang dikonstruksikan dan pesan dimaknai sesuai dengan situasi sosial dan ketertarikan audience yang menerimanya (Ibid, hal 50). Ada empat model alternatif dalam komunikasi publik, yaitu *transmission model*, *ritual or expressive*, *publicity model*, dan *reception model*. Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah *reception model* (Ibid, hal. 52). Inti dari pendekatan reception adalah untuk menempatkan atribusi dan konstruksi dari makna dengan penerima. Pesan media selalu terbuka dan polisemi (Polisemi, adanya beragam kemungkinan makna, yang dikandung oleh suatu kata atau frasa.), dan selalu diinterpretasikan sesuai dengan konteks dan culture penerima.

Ada tiga tradisi dalam meneliti audience, yang pertama adalah structural tradition of audience measurement, kedua adalah behaviorist tradition: media effects and media uses, dan yang ketiga adalah cultural tradition and reception analysis (Ibid, hal. 366).

Tradisi cultural dan reception ini adalah yang paling berhubungan dengan penelitian mengenai popular culture. Ia menekankan penggunaan media sebagai sebuah refleksi dari konteks sosio-kultural dan sebagai sebuah proses pemberian makna kepada produk cultural dan pengalaman di dalam kehidupan sehari-hari (Ibid, hal. 367). Hasil penelitiannya menolak efek dari model stimulus-respon dan kekuatan dari teks atau pesan. Reception analysis adalah tangan penelitian audience dari cultural studies modern, daripada sebuah tradisi yang independen.

Bagian penting dari tradisi culturalis (reception) dari penelitian audience dapat disimpulkan seperti:

- Teks media dibaca melalui persepsi audience-nya, yang membentuk makna dan kesenangan dari teks media yang ditawarkan (dan ini tidak pernah bisa tetap atau bisa diprediksikan)
- Proses penggunaan media adalah inti objek tujuannya
- Penggunaan media adalah secara tipikal di suatu situasi spesifik dan diorientasi pada tugas sosial yang melibatkan partisipasi dalam komunitas interpretatif
- Audience untuk media genre tertentu kadang terdiri dari komunitas interpretatif yang terpisah yang membagi bentuk sama dari discourse dan kerangka berpikir untuk membuat arti dari media.
- Audience tidak pernah pasif, atau secara keseluruhan anggota mereka sama, karena kadang yang satu bisa lebih berpengalaman daripada yang lain.
- Metodenya harus kualitatif dan dalam, melihat isi, resepsi dan konteks secara bersamaan.

Reception analysis secara efektif adalah tangan dari cultural studies modern mengenai penelitian audience. Reception analysis telah digunakan secara luas menjadi sebuah cara untuk mengkarakterisasi gelombang audience research yang berlangsung sejalan dengan komunikasi dan cultural studies pada tahun 1980 dan 1990. Secara keseluruhan, analisis ini mengadopsi perseptif kulturalis, menggunakan metode penelitian kualitatif dan memusatkan perhatian pada pilihan yang aktif dalam menggunakan dan menginterpretasikan materi media yang dilakukan konsumennya. Model ini menghubungkan antara teori uses and gratification, bahwa audience adalah aktif, memberikan makna pada simbol dan tanda yang diberikan oleh media. Tetapi ini juga didesain untuk lebih memperhatikan tentang bagaimana audience memberikan respon dan interpretasi sesuai dengan keadaan sosial dan budaya pada level yang lebih tinggi daripada psikologi seseorang.

Kekuatan dari reception theory adalah memfokuskan perhatian pada individual dalam proses komunikasi masa, menghargai kemampuan dari pengkonsumsi media dan menyadari makna dari teks media yang berbeda-beda. Dengan berkembangnya pendekatan Reception Analysis dalam Cultural Studies, peneliti semakin berhati-hati dalam membedakan penelitian audience mereka dengan penelitian sosial empiris. Mereka menakankan usahanya untuk menggabungkan studi encoding yang macroscopic dengan decoding yang microscopic.

Jadi reception analysis adalah analisis yang lebih menekankan pada pandangan konsumen atau audience. Audience dapat saja menghasilkan makna yang berbeda dengan apa yang ditawarkan oleh teks media.

(Dennis McQuail, Mass Communication Theory 4th ed. (London: Sage Pub. 2001), hal. 502)

2.1.3 Proses Decoding Audience Stuart Hall

Stuart Hall (1980) mendefinisikan encoding sebagai proses membuat sebuah pesan dengan kode-kode verbal, visual, atau tertulis dimana orang lain memaknai pesan tersebut dengan pemahaman mereka sendiri akan kode-kode tersebut. Pembuat pesan mungkin menyusuri kode-kode itu sebagai suatu makna tertentu, namun penerima pesan menginterpretasikannya dengan makna yang berbeda. Meskipun orang-orang sering menerima sesuai makna yang dimaksud pembuat pesan (preferred meaning), mereka juga menegosiasikan makna-makna berbeda, atau bahkan sama sekali menolak makna yang dibuat pembuat pesan (Ibid).

Dalam pemikiran Hall, penonton merupakan individu yang diposisikan secara sosial yang pembacaannya akan dikerangkakan oleh makna budaya dan praktik yang dimiliki bersama. Setiap peristiwa dalam komunikasi memerlukan serangkaian kondisi dan prasyarat, baik itu dari titik pembuatan pesan (encoding) hingga titik dimana pesan tersebut dibaca dan dimengerti (decoding). Serangkaian prasyarat dan perbedaan aspek produksi dan aspek resepsi ini menyebabkan bukan hal mustahil jika terjadi kesalahpahaman atau distorsi. Distorsi yang berarti sebuah pesan bisa bermakna lebih dari satu (polisemi). Namun keberagaman

makna tersebut sesungguhnya tidak benar-benar ekstrim. Terdapat batasan pada derajat keterbukaan makna yang disampaikan. Dari sini Hall membuat identifikasi tiga hipotesis posisi dimana proses decoding dikonstruksikan. Pertama, posisi dominan-hegemonik yang sering disebut dengan pembacaan prefer (preferred reading). Kedua, posisi negosiasi (negotiated reading) dan ketiga, posisi oposisi (oppositional reading).

Menurut Stuart Hall, ada tiga tipe decoding yang bisa dilakukan oleh khalayak, yaitu dominant, negotiated, dan oppositional.

1. Tipe dominant atau preferred berarti media memproduksi pesan dan khalayak mengkonsumsinya. Khalayak mengkonsumsi pesan tersebut berdasarkan makna yang ditawarkan media. Dominant readings adalah ketika audience mengartikan teks sesuai dengan budaya yang dominan dan maksud ideological dari sebuah teks.
2. Tipe negotiated berarti khalayak mengkonsumsi pesan sesuai makna yang ditawarkan secara umum, tapi bertolak belakang dalam pengaplikasian tertentu.
3. Tipe oppositional berarti khalayak melihat adanya bias dalam pesan yang disajikan media dan berusaha untuk tidak menerimanya begitu saja. Dalam tipe decoding ini, khalayak bisa saja tidak berpegang sama sekali pada makna yang ditawarkan media.

2.2. Paralanguage

Paralanguage adalah sebuah bentuk bahasa yang digunakan bukan mengenai apa yang kita katakan, melainkan bagaimana kita mengatakannya (Ruben & Stewart, 1998: 152-155). *Paralanguage* mengacu pada unsur-unsur komunikasi nonverbal yang digunakan untuk memodifikasi makna dan menyampaikan emosi. *Paralanguage* dapat dinyatakan secara sadar atau tidak sadar, yang termasuk pada *pitch*, volume suara, dan dalam beberapa kasus, intonasi berbicara. Studi mengenai *paralanguage* sendiri dikenal sebagai paralinguistik.

Paralanguage memiliki dua macam bentuk, vokal dan tertulis. Dalam bentuk vokal, *paralanguage* erat kaitannya dengan penggunaan intonasi dan tinggi rendahnya volume suara. Tinggi rendahnya volume dan intonasi suara biasanya menggambarkan kondisi emosional seseorang, seperti sedang senang atau tidak senang. *Paralanguage* dalam bentuk tertulis meliputi tanda baca, jenis huruf, besar-kecilnya ukuran huruf yang dipakai dan bahkan tinta yang digunakan pada saat menulis. Seluruh komponen tersebut akan mempengaruhi reaksi psikologis orang yang membaca. Sebagai contoh, penulisan huruf besar-kecil, lazimnya digunakan oleh anak-anak yang baru belajar mengenal huruf. Di umur mereka yang masih kanak-kanak, mereka masih belum bisa membedakan fungsi penggunaan huruf besar ataupun kecil. Dalam penggunaan bahasa *alay* di kalangan remaja, huruf besar-kecil, angka, dan simbol digunakan untuk menimbulkan kesan seperti anak kecil, tanpa menghilangkan kesan labil di usia mereka.

2.3 Remaja

2.3.3 Pengertian remaja

Istilah *Adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescere* (kata Belanda, *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa (dalam Hurlock, 1999:2a06). Istilah *adolescence*, seperti yang dipergunakan saat ini mempunyai arti yang luas mencakup kematangan mental, emosional, spasial dan fisik.

Piaget (dalam Hurlock, 1999:206), mengatakan bahwa secara psikologis masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan berada di dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak. Hurlock (1999:206), menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, di mulai saat anak secara seksual matang dan berakhir saat ia mencapai usia matang secara hukum.

Remaja juga didefinisikan sebagai suatu periode perkembangan dari transisi antara masa anak-anak dan dewasa, yang diikuti oleh perubahan biologis,

kognitif, dan sosioemosional (Santrock, 1998:7). Sedangkan menurut Monks (1999:220), remaja adalah individu yang berusia antara 12-21 tahun yang sudah mengalami peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, dengan pembagian 12-25 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja penengahan, dan 18-21 tahun adalah masa remaja akhir.

Sarwono (2001:15) menyatakan definisi remaja untuk masyarakat Indonesia adalah menggunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a. Usia 11 tahun adalah usia di mana pada umumnya tanda-tanda seksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik).
- b. Di banyak masyarakat Indonesia usia 11 tahun sudah dianggap akil balik, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria seksual).
- c. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas diri (*ego identity*, menurut Erick Erikson), tercapainya fase genetal dari perkembangan psikoseksual (menurut Freud), dan tercapainya puncak perkembangan kognitif (menurut Paget) maupun moral (menurut Kohlberg).
- d. Batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua.
- e. Dalam definisi di atas, status perkawinan sangat menentukan karena arti perkawinan masih sangat penting di masyarakat kita secara menyeluruh. Seorang yang sudah menikah, pada usia berapapun dianggap dan diperlakukan sebagai orang dewasa penuh, baik secara hukum maupun kehidupan bermasyarakat dan keluarga. Karena itu definisi remaja di sini dibatasi khususnya untuk orang yang belum menikah.

Secara teoritis beberapa tokoh psikologi mengemukakan tentang batas-batas umur remaja, tetapi dari sekian banyak tokoh yang mengemukakan tidak dapat menjelaskan secara pasti tentang batasan usia remaja karena masa remaja ini adalah masa peralihan.

Masa remaja merupakan masa dimana seorang individu mengalami peralihan dari satu tahap ke tahap berikutnya dan mengalami perubahan baik emosi, tubuh, minat, pola perilaku dan juga penuh dengan masalah-masalah (Hurlock, 1999:206). Oleh karenanya, remaja sangat rentan sekali mengalami masalah psikososial, yakni masalah psikis atau kejiwaan yang timbul sebagai akibat terjadinya perubahan sosial.

Maka dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan suatu periode perkembangan dari transisi antara masa anak-anak dan dewasa, yang diikuti oleh perubahan biologis, kognitif, dan sosioemosional.

2.3.4 Kaitan Media dan Remaja

Berbagai studi tentang perilaku remaja menonton televisi (Greenberg, Brown & Buerkel-Rothfuss (1993, p. 5-18; Giles, 2003; Pediatrics, 1999) menggambarkan bahwa: remaja berusia 12-17 tahun rata-rata menonton televisi lebih 21 jam setiap minggu atau 3 jam per hari, dan waktu tersebut belum termasuk mendengarkan musik, menonton film, main videogame dan kegiatan santai lainnya. Kedua, remaja cenderung menyeleksi program televisi yang mereka anggap paling realistis dan memberikan informasi terbaik. Ketiga, pola remaja menonton TV berkorelasi positif dengan waktu yang dihabiskan dengan orang tua mereka; dalam arti, seorang remaja akan menghabiskan waktu lebih banyak untuk menggunakan media bila kedua orang tuanya bekerja atau *single parent*. Keempat, kehadiran orang tua atau orang dewasa lain merupakan faktor yang penting bagi seorang remaja karena mediasi yang dilakukan oleh orang tua secara langsung, dan diskusi dengan orang tua tentang tayangan yang ditonton bersama merupakan cara yang terbaik dalam membentuk persepsi remaja terhadap realitas dunia.

Kaum muda yang masih mencari identitas diri dan senang dengan popularitas dapat dengan mudah terpengaruh oleh berbagai sajian media terutama gaya hidup yang ditawarkannya. Salah satu contoh gaya hidup anak muda yang dipicu media adalah peniruan gaya MTV dalam kehidupan sehari-hari. MTV

menetapkan gaya busana apa yang harus dipakai khalayak remaja agar tampil lebih menarik, bagaimana bersikap di hadapan lawan jenis, dan banyak lagi sajian yang bisa digunakan sebagai panduan oleh remaja. Ibrahim (2007, p. 89) menjelaskan bahwa “MTV telah berhasil menawarkan nilai konsumerisme dan konsep diri yang dikomoditikan, dan gaya hidup yang dikemas dengan kriteria dan standard hiburan global tetapi dengan tetap memperhatikan nilai lokal. Dengan cara itu MTV telah berhasil membentuk budaya anak muda transnasional.” Mereka berhasil menjadikan generasi muda penikmat televisi, generasi muda pemuja kebudayaan pop melalui industri musik yang disajikan selama 24 jam penuh.

2.4 Bahasa

Bersifat dinamis dan kreatif, bahasa kemudian menjadi ciri khas suatu komunitas, kelompok, masyarakat, bahkan bangsa tertentu (http://pusatbahasa.depdiknas.go.id/lamanv42/?q=detail_artikel/1319). Bahasa menurut Gorys Keraf (1997:1) adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) menyebutkan bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Arbitrer atau manasuka adalah suatu ketidakharusan bahwa suatu rangkaian bunyi tertentu mengandung arti yang tertentu pula. Contohnya seperti kata *angsa*, orang Betawi menyebutnya dengan *soang*, dan orang Jawa dengan *banyak*. Semua itu tergantung dengan kesepakatan tiap individu masyarakat di suatu wilayah tertentu, dan menunjukkan bahasa sebagai tolok ukur karakteristik, peringai, dan kesantunan suatu bangsa.

Arus globalisasi yang mewabah di Indonesia, yang secara tidak langsung berdampak pula pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, menambah peran bahasa dalam perkembangan iptek. Menurut Sunaryo, bahasa berperan sebagai prasarana berpikir dan sarana pendukung pertumbuhan dan perkembangan iptek itu sendiri (<http://semangatbelajar.com/fungsi-bahasa/>). Implikasinya adalah jika kita menggunakan bahasa dengan benar sesuai dengan kebutuhan melalui

teknologi yang mendukung, bahasa akan menjadi suatu prasarana berpikir modern dan alat komunikasi bagi masyarakat modern. Kemajuan iptek melatarbelakangi hadirnya media baru, seperti internet, yang bisa diakses di mana dan kapan saja. Dari sini muncullah sebuah kecenderungan dalam berbahasa, dengan adanya bahasa gaul atau bahasa *slang*.

Bahasa *slang* atau bahasa gaul yang biasanya muncul karena sering digunakannya istilah-istilah baru oleh pengguna bahasa, dapat mempererat pergaulan dan memperkaya perbendaharaan bahasa Indonesia. *Slang* menunjukkan kata-kata yang berhubungan dengan aktivitas spesifik atau kejadian dan langsung dipahami oleh para anggota suatu kelompok tertentu, dengan menciptakan bahasa mereka sendiri untuk meningkatkan pergaulan (Berko, 2001: 36).

Hermanto menyatakan bahwa bahasa gaul termasuk salah satu variasi bahasa yang digunakan masyarakat terutama dari kalangan selebritis dan kalangan muda sebagai bahasa santai dalam komunikasi sehari-hari untuk menambah rasa keakraban dan keintiman di antara mereka (<http://www.pdf-searcher.com/pdf/pdf-variasi-dalam-penggunaan-bahasa-indonesia.html>)

Bahasa gaul pada umumnya digunakan sebagai sarana komunikasi di antara remaja sekelompoknya selama kurun tertentu, sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan hal-hal yang dianggap tertutup bagi kelompok usia lain atau pihak lain. Karakteristik yang tercermin pada bahasa mereka, antara lain petualangan, pengelompokan, dan kenakalan, yang muncul dari keinginan untuk membuat kelompok eksklusif sehingga mereka menciptakan bahasa “rahasia” (<http://kamusgaul.com/content/bahasa-gaul-0>).

Remaja sering menggunakan bahasa spesifik yang dikenal dengan bahasa gaul di dalam komunikasinya sehari-hari. Jean Piaget memaparkan bahwa remaja memasuki tahap perkembangan kognitif yang disebut dengan tahap formal operasional. Piaget menambahkan, bahwa tahapan ini merupakan tahapan tertinggi dalam perkembangan kognitif manusia. Sejalan dengan perkembangan kognitifnya, perkembangan bahasa remaja juga mengalami peningkatan pesat. Kosakata remaja terus mengalami perkembangan seiring dengan bertambahnya

referensi bacaan dengan topik yang lebih kompleks, dan mulai peka dengan kata-kata yang memiliki makna ganda. Mereka mulai menyukai penggunaan majas metafora, ironi, dan bermain dengan kata-kata untuk mengekspresikan pendapat mereka. Terkadang mereka menciptakan ungkapan-ungkapan baru yang sifatnya tidak baku. Bahasa seperti inilah yang kemudian banyak dikenal dengan istilah bahasa gaul.

Dalam berkomunikasi antarbudaya, terdapat beberapa variasi berbahasa yang bersumber pada (Liliweri, 2003: 135):

- a. *Dialek*, yaitu variasi bahasa di suatu daerah, dengan kosa kata yang khas;
- b. *Aksen*, yaitu bahasa yang menunjukkan pemilikan *pronunciation*, tekanan dalam pengucapan yang dapat dibedakan;
- a. *Jargon*, yaitu sebuah unit kata-kata atau istilah yang dibagikan atau dipertukarkan oleh mereka yang sama profesi atau pengalamannya;
- b. *Argot*, yaitu bahasa-bahasa khusus yang digunakan oleh suatu kelompok budaya minor yang berkembang luas dalam sebuah kebudayaan dominan, untuk mendefinisikan batas-batas kelompok mereka dengan orang lain, dengan tujuan menunjukkan posisi mereka yang kuat dalam suatu masyarakat (Samovar dan Porter, 1991: 158-164). Mereka membutuhkan suatu hal yang dapat mengidentifikasi mereka di tengah kebudayaan dominan yang cenderung tidak bersahabat, namun menjadi ciri khas dari kelompok budaya mereka. Bentuk bahasa menjadi salah satu pilihan yang bisa dikombinasikan dengan perilaku verbal yang mirip pengucapannya, namun berbeda maknanya. Umumnya, bahasa argot terkesan bersifat rahasia, yang hanya dimengerti oleh kelompok-kelompok tertentu dalam membangun realitas sosial mereka. Kerahasiaan ini berfungsi untuk mengembangkan sarana pertahanan diri dari kelompok budaya dominan melalui sistem kode, dan memungkinkan anggota-anggota kelompok tertentu dapat berkomunikasi satu sama lain tentang realitas sosial yang unik.

Dalam studi kebudayaan, bahasa ditempatkan sebagai sebuah unsur lain, seperti halnya sistem pengetahuan, mata pencaharian, adat istiadat, kesenian, dan sebagainya (Liliweri, 2003: 132). Menurut Sapir-Whorf, bahasa dan kebudayaan

mempengaruhi cara seorang dalam berpikir dan memandang dunia (<http://www.angelfire.com/journal/worldtour99/sapirwhorf.html>). Hal ini menyebabkan bahasa dan kebudayaan selalu terealisasi secara tumpang tindih (Liliweri, 2003: 134). Muncul anggapan bahwa bahasa adalah budaya yang dikomunikasikan secara verbal maupun nonverbal (<http://www.educ.utas.edu.au/users/tle/JOURNAL/>). Pola-pola komunikasi yang dipengaruhi oleh kebudayaan jelas dapat ditelusuri melalui pengamatan terhadap kecenderungan berbahasa. Dari segi pragmatis (penggunaan bahasa yang bersifat praktis dan berguna bagi umum), studi tentang bahasa berkaitan erat dengan masalah penggunaan bahasa dari sekelompok orang atau komunitas dalam segmen tertentu yang menggunakan bahasa dan menganut budaya tertentu. Selama komunitas tersebut tetap melestarikan kebudayaannya, penggunaan bahasa akan tumbuh dan berkembang terus-menerus.

2.5 Alay

Kata alay tidak ditemukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Beberapa pengertian dasar dari alay yang didapat dari sumber-sumber internet, yang paling populer diantaranya adalah sebagai berikut:

Alay adalah perilaku remaja Indonesia, yang membuat dirinya merasa keren, cantik, hebat diantara yang lain. Hal ini bertentangan dengan sifat Rakyat Indonesia yang sopan, santun, dan ramah. Faktor yang menyebabkan bisa melalui media TV (sinetron), dan musisi dengan dandanan seperti itu

Definisi diatas ditemukan diberbagai situs di internet sehingga sulit untuk mengetahui siapa yang mula-mula mendefinisikannya. Demikian pula dengan pengertian alay berikut ini:

singkatan dari Anak layangan, Alah lebay, Anak Layu, atau Anak keLayanan yang menghubungkannya dengan anak JARPUL (Jarang Pulang). Tapi yang paling santer adalah anak layangan. Dominannya, istilah ini untuk menggambarkan anak yg sok keren, secara fashion, karya (musik) maupun kelakuan secara umum. Konon asal usulnya, alay diartikan "anak kampung", karena anak kampung yang rata-rata berambut merah dan berkulit sawo gelap

karena kebanyakan main layangan.
 (<http://edahkaben.blogdetik.com/2010/03/27/alay/>)

Dari kedua definisi tersebut dapat ditangkap bahwa alay mengacu kepada sikap atau perilaku dari seseorang yang tampak dari informasi yang ditampilkannya secara kasat mata seperti cara berpakaian, bermusik, tata rambut, dan sebagainya. Sesungguhnya baik anak alay dan bahasa alay, keduanya merupakan sebuah konstruksi sosial. Anak alay belum tentu menggunakan bahasa alay dan orang yang menggunakan bahasa alay belum tentu berpenampilan seperti stigma yang melekat pada kebanyakan orang untuk anak alay. Oleh karena terdapat kecenderungan bahwa anak alay juga menggunakan bahasa alay, dan sebaliknya, orang yang berbahasa alay kerap berpenampilan luar seperti halnya anak alay, maka dalam banyak kasus, anak alay dan bahasa alay adalah satu kesatuan yang tidak terpisahkan.

Bahasa alay di dalam ruang virtual sesungguhnya hanya berupa format tulisan (teks), bukan bahasa verbal. Bahwa bahasa alay dalam ruang virtual hampir tidak mungkin dipakai dalam pembicaraan sehari-hari. Bahasa *alay* sendiri diminati oleh sebagian anak muda karena dinilai sesuai dengan jiwanya yang bebas dan beda dengan yang lain (Misandra,et.al:2010). Lebih lanjut Misandra mengatakan bahwa lambat laun bahasa ini berkembang menjadi bahasa gaul: karena anak muda ingin dinilai sebagai anak yang tidak ketinggalan maka mereka beralih dari penulisan yang biasa menjadi penulisan dengan gaya *alay*. Dengan demikian, fenomena alay sesungguhnya memiliki kemiripan dengan fenomena anak gaul. Lebih sederhananya, bahasa alay adalah salah satu varian bahasa gaul kontemporer. Di zaman tahun 80-an atau 90-an dikenal bahasa prokem sebagai bahasa gaul. Zaman berubah, bahasa gaul juga mengalami evolusi, dan hadirilah sekarang bahasa alay. Subandy Ibrahim (2007) mengatakan bahwa :

Penguasaan bahasa gaul dianggap sebagai modal utama untuk bisa masuk dalam dunia yang diyakini membutuhkan orang-orang yang “pandai gaul“. Sedangkan seseorang yang tidak pandai bergaul kita kenal dengan kata kurang gaul. Sehingga dengan hanya bermodalkan keterampilan

berbahasa gaul kita dapat menjadi bagian dari komunitas yang menamakan dirinya sebagai “anak gaul “

Pandangan Subandy Ibrahim tersebut menyiratkan bahwa jika kita ingin masuk ke dalam komunitas anak gaul, maka tentunya kita harus menguasai bahasa dalam komunitas itu sendiri sebagai semacam ‘prasyarat’ menjadi ‘in groups’ *Alay* termasuk kosa kata baru dalam Bahasa Indonesia.

Remaja *alay* adalah sebagian kecil dari masyarakat yang dianggap mempunyai perilaku spesifik atau memiliki sifat menyimpang dari perilaku kelompok kebanyakan (Liliweri, 2003: 201). Hal ini biasa dianut oleh sekelompok orang yang mempunyai persepsi yang saling timbal balik dan akan berkembang ketika terdapat kebutuhan sekelompok orang untuk memecahkan sebuah masalah berdasarkan pengalaman bersama. Proses komunikasi yang dihasilkan sering menimbulkan hal yang kontradiktif terhadap kebudayaan lainnya karena menggambarkan sebuah kelompok minoritas yang ada dalam kehidupan budaya mayoritas. Ini yang seringkali dikategorikan sebagai mikrokultur yang budayanya sangat berpengaruh pada perilaku komunikasi antarbudaya. Kelompok subkultur ini memiliki perilaku budaya yang berbeda, berbentuk pesan verbal maupun nonverbal, seperti penggunaan bahasa atau istilah-istilah khusus (*jargon* dan *argot*) yang hanya dimengerti oleh anggota kelompok ini saja.

Alay memiliki ciri khas dalam berbahasa, terutama dalam penulisan teks. Dalam menulis teks, *alay* cenderung mengombinasikan huruf kecil dan huruf besar secara tidak beraturan. Kemudian, mereka menyukai penggunaan angka dan simbol sebagai pengganti huruf yang memiliki kemiripan bentuk, seperti huruf “s” digantikan dengan angka “5” atau huruf “a” digantikan dengan simbol “@”. Misalnya, apabila orang biasa menulis pesan “halo, kamu lagi ngapain? Jalan-jalan yuk, saya lagi bosan nih di rumah.”, seorang *alay* dapat menulis pesan tersebut dengan “hl, kMU l6 n6pn? jln-jln yuk, sy lg1 b53n Nh d rUmH” (<http://www.tempointeraktif.com/hg/tips/2009/10/26/brk,20091026-204472,id.html>).

Alay secara umum hanya sebuah stempel, predikat yang bersifat stigmatik dan cenderung menghakimi, khususnya remaja dan kaum muda. Golongan remaja

yang memberikan cap *alay* itu adalah mereka yang merasa dirinya (lebih) keren. Kata “keren” sendiri saat ini menjadi kata yang sangat abstrak dan luas jangkauannya. Penggunaannya digunakan untuk menilai segala aspek, dari penampilan, orang, musik, film hingga pekerjaan. Mungkin, kata yang paling dekat dengan keren adalah “bagus” atau “hebat”, namun saat ini keren itu cenderung bergeser maknanya menjadi ganteng atau cantik (http://rumputeki.multiply.com/journal/item/214/Selera_Gaya_Kelas_Keren_vs_Alay).

Malcolm Gladwell, penulis buku *The Tipping Point* dan *The Outliers*, dalam artikel yang ditulisnya di Majalah *New Yorker* berjudul “The Cool Hunt”, mengajukan tiga aturan utama mengenai konsep keren (http://www.newyorker.com/archive/1997/03/17/1997_03_17_078_TNY_CARD_S_000378002). Pertama, keren adalah suatu konsep yang makin cepat dikejar dan dicari makin cepat pula hilang. Misalnya, ketika seseorang baru menyadari bahwa terdapat suatu hal yang dianggap keren, maka ada orang lain yang menganggapnya bahwa hal tersebut sudah ketinggalan zaman. Kedua, konsep keren tidak bisa diciptakan begitu saja dari ruang hampa. Barang-barang bermerk, misalnya, memberikan sebuah kepastian dalam menonjolkan kesan keren dalam diri seseorang. Ketiga, suatu konsep yang tercipta dimana seseorang harus berusaha menampilkan sisi kerennya dalam memahami makna keren. Misalnya, remaja *alay* menggunakan paduan pakaian berwarna kontras dan atribut tertentu, seperti kalung, gelang, anting, untuk memaknai konsep keren menurut remaja tersebut.

Dari aturan ketiga milik Gladwell ini karakteristik anak *alay* dapat terbaca. *Alay* adalah singkatan dari “anak layangan”, “alah lebay”, “anak Layu”, atau “anak keLayapan”. Asal usul *alay* berasal dari “anak kampung”, yang rata-rata berambut merah dan berkulit sawo gelap karena sering bermain layangan (<http://www.divineperformance.com/ciri-ciri-istilah-alay-yang-mungkin-ada-pada-diri-anda/>). Lambat laun, istilah ini digunakan untuk menggambarkan anak kampung yang ingin terlihat keren secara fashion, pengetahuan musik, maupun kelakuan secara umum.

Fenomena bahasa bukanlah suatu hal baru yang muncul dalam masyarakat Indonesia. Pada akhir 1970-an, masyarakat mengenal bahasa preman atau prokem yang menjadi fenomena. Bahasa ini menjadi populer setelah munculnya novel *Ali Topan Anak Jalanan* karya Teguh Esha. Bahasa prokem yang bahkan kamusnya pun lahir dalam berbagai versi itu bertahan cukup lama dan mendominasi pergaulan anak-anak muda Jakarta. Ada "*ogut supping, gara dae doku*" (aku pusing tak punya duit) atau "*Nyokap bokap lo mau kemoman?*" (ibu bapakmu mau ke mana) atau "*Doski gokil juga*" (dia gila juga). Bahasa prokem ini bertahan terus hingga 1980-an, ketika istilah prokem ditambah dengan istilah pada ekor ucapan, misalnya "*mana tahaaan*", "*...nih yee...*", "*membre aje mending kece*", atau "*...lah ya*".

Pada akhir 1980-an hingga 1990-an, bahasa gaul kemudian bergeser ke istilah yang digunakan waria. Bahasa seperti "*ember*" (dari: emang atau memang benar) atau "*akika lapangan, mawar Macarena nasihat Gorbachev*" (aku lapar, mau makan nasi goreng) juga melahirkan kamus baru yang memperlihatkan zamannya. Beberapa tahun terakhir, ada ungkapan ekspresi berbeda yang mencerminkan jiwa zaman terbaru. Misalnya "*cupu*" yang kependekan dari "*culun punya*", bahasa lain dari "norak". Atau, "*...bow*", dan "*...cyin*" (kependekan dari "cinta", di akhir kalimat).

Tahun 1999, komedian Debby Sahertian meluncurkan kamus bahasa pergaulan yang berbeda pula dari bahasa di atas sebagai alternatif kaum muda dalam berkomunikasi. Tidak jauh berbeda dari bahasa gaul yang dipopulerkan kaum binan (baca: Banci) di tahun 1960 dan 1990, bahasa yang dipopulerkan oleh Debby Sahertian lebih terstruktur dalam menjadikan kata-kata gaul tersebut menjadi sebuah kalimat, seperti "*Akika tinta makarena siang bolong ini, diego maradona cyiin!*" (aku tidak makan siang hari ini, karena sedang diet). Berawal dari keberanian Debby Sahertian inilah, bahasa gaul jenis lain bermunculan dan dimulai pada era 2000-an wabah bahasa dan budaya *alay* terkenal (<http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/2010/08/02/BHS/mbm.20100802.BH.S134205.id.html>).

2.6 Budaya MTV di Kalangan Remaja

Dalam tingkatan tertentu, MTV berhasil membujuk remaja agar meniru pakaian dan gaya hidup para ikon pop. Dengan tayangan tersebut MTV bisa menentukan ikon apa yang remaja harus kultuskan, pakaian dan gaya rambut apa yang harus ditiru, dan gaya hidup macam apa yang harus direproduksi remaja sehari-hari, agar mereka selalu mengikuti trend dan tidak ketinggalan zaman. Sejak munculnya MTV, atau singkatan dari 'Music Television', kini menjadi pedoman bagi pergaulan dan merupakan bagian dari budaya anak muda (*youth culture*) (Dadang Rusbiantoro, *Generasi MTV*, 2008: Jelasutra)

2.7 Asumsi Teoritis

Secara psikologis, remaja masuk dalam kategori umur yang masih labih. Artinya adalah di kelompok umur tersebut, remaja masih mencari identitas diri untuk mendapat pengakuan dari kelompok sosialnya. Salah satu cara yang dilakukan remaja untuk mendapatkan pengakuan tersebut yaitu dengan menggunakan bahasa *alay* di program MTV Alay.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi adalah salah satu cara prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu, yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Penelitian pada umumnya bertujuan untuk mengetahui dan menemukan sesuatu yang baru tentang suatu masalah atau fenomena yang terjadi pada suatu objek. Dalam melakukan penelitian diperlukan langkah-langkah yang tersusun secara sistematis untuk mendapatkan data sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Menurut Sugiyono (2004:4) menyatakan bahwa metode penelitian adalah “Cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

3.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *kritis* yaitu mendefinisikan ilmu sosial sebagai suatu proses yang secara kritis berusaha mengungkap struktur sebenarnya dari balik ilusi yang dicitrakan, *false needs-consciousness*, yang dinampakkan dalam bentuk dan dari dunia materi, dengan tujuan membantu membentuk suatu kesadaran sosial agar memperbaiki dan mengubah kondisi kehidupan manusia (Denzin, 2000:163-189).

Dalam penelitian ini paradigma kritis yang digunakan adalah untuk menjelaskan berdasarkan pendalaman wawancara mengenai pemaknaan remaja dalam penggunaan bahasa alay. Mereka secara sadar maupun tidak sadar merupakan bagian dari target pasar media dalam hal ini program MTV Alay. Dan target pasar itulah yang membantu program tersebut untuk sukses dalam menyebarkan penggunaan bahasa alay secara lisan maupun tulisan.

3.2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ialah suatu strategi yang ditempuh oleh peneliti untuk diamati, mengumpulkan informasi dan menyajikan hasil penelitian (Sumhudi, 1985:38).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara antara peneliti dan informan.

Penelitian kualitatif yang dilakukan diantaranya dengan:

1. *Naturalistic Inquiry* (studi dalam situasi alamiah)

Desain penelitian kualitatif bersifat alamiah, dalam arti peneliti berusaha untuk tidak memanipulasi *setting* penelitian, tetapi melakukan studi terhadap suatu fenomena dalam situasi di mana fenomena tersebut ada.

2. Kontak personal langsung peneliti di lapangan

Penelitian kualitatif menekankan pada pentingnya kedekatan dengan orang-orang dan situasi penelitian agar peneliti memperoleh pemahaman jelas tentang realitas dan kondisi nyata dari kehidupan sehari-hari. Pemahaman tentang situasi nyata sehari-hari memungkinkan deskripsi dan pengertian tentang tingkah laku yang tampak dan kondisi-kondisi internal manusia, baik itu pandangan hidupnya, nilai-nilai yang dipegang, pemahaman tentang diri dan lingkungan, maupun cara mengembangkan pemahaman.

3. Perspektif dinamis: perspektif perkembangan

Penelitian kualitatif melihat gejala sosial sebagai sesuatu yang dinamis dan berkembang, bukan sebagai suatu hal yang statis dan tidak berubah dalam perkembangan kondisi dan waktu.

4. Ada fleksibilitas desain

Penelitian yang bersifat kualitatif tidak dapat secara jelas, lengkap, dan pasti ditentukan dari awal sebelum dilaksanakannya pekerjaan

lapangan. Penelitian ini memiliki sifat desain yang luwes dan akan berkembang seiring dengan proses pengumpulan data. Berhubungan dengan keluwesan desain, tidak ada aturan pasti dalam jumlah sampel yang harus diambil untuk penelitian kualitatif. Jumlah sampel sangat tergantung pada apa yang ingin diketahui peneliti, tujuan penelitian, konteks saat itu, apa yang dianggap bermanfaat, dan dapat dilakukan dengan waktu dan sumber daya yang tersedia.

5. Peneliti adalah informan kunci

Bila peneliti kuantitatif dapat berpegang pada rumus-rumus dan teknik-teknik statistik, peneliti kualitatif tidak memiliki formula baku dalam menjalankan penelitiannya. Peneliti berperan besar dalam seluruh proses penelitian, mulai dari memilih topik, mengumpulkan data, hingga menganalisis dan melakukan interpretasi. (Poerwandari, 2005:37-42).

Menurut Lexy Moleong, metode penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang tidak mengadakan perhitungan. Sementara menurut Bogdan & Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2002:17).

Penelitian ini dilakukan dengan memahami pemaknaan remaja pada penggunaan bahasa alay yang menjadi salah satu faktor pelampiasan kaum remaja sebagai suatu pengakuan identitas dengan melihat permasalahan sosial yang ada. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengetahui dan memahami interaksi sosial yang tercipta dalam suatu komunitas *alay* dengan melihat dari aspek bahasa, dan budaya sehingga peneliti mendapat penghayatan, pengalaman, dan juga pemahaman mengenai pemaknaan remaja pada penggunaan bahasa *alay* itu sendiri.

3.3. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif untuk menggambarkan fakta dan karakteristik, atau bidang tertentu secara sistematis, faktual, dan cermat. Dalam penelitian ini, sifat dekskriptif bertujuan untuk membiarkan pembaca mengetahui apa yang terjadi di dalam penelitian, seperti sudut pandang informan terhadap penelitian ini dan rentetan kejadian penting yang terjadi selama proses penelitian (Priadi, 2006:255). Peneliti juga mengumpulkan gambaran yang lengkap mengenai *setting* sosial dengan menyajikan gambaran dan hubungan yang terdapat dalam penelitian.

Keterkaitan sifat penelitian ini dengan kasus yang penulis angkat adalah penggambaran budaya *alay* yang unik menurut pandangan sebagian besar masyarakat, tetapi dianggap sebagai suatu identitas baru oleh kaum remaja. Data-data yang diperoleh dalam menggambarkan hal ini berasal dari hasil wawancara mendalam dan juga tinjauan pustaka sejumlah buku. Selain itu, hasil analisis ini diharapkan dapat memaparkan proses penelitian dari awal sampai akhir, dan memberikan hasil yang positif.

3.4 Unit Analisis

Dalam penelitian ini unit analisis ini adalah remaja dengan batasan usia 16 - 18 tahun, penonton MTV Alay, dan memiliki karakteristik berbahasa *alay* serta cenderung mempraktekan bahasa tersebut dalam kehidupan dan pergaulan sehari-harinya. Dalam hal ini, peneliti ingin mendeskripsikan karakteristik remaja pengguna bahasa *alay*, dari segi bahasa, teks, hingga perilaku mereka dalam kehidupan berinteraksi.

Dalam penelitian ini, teknik pemilihan informan ditarik secara *purposeful* dan informan diharapkan dapat mendefinisikan diri dan lingkungannya dengan menggunakan istilah mereka sendiri, serta mengungkapkan realita dari cara pandang mereka. Informan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang suatu kelompok sosial tertentu dan tidak diharapkan menjadi representasi dari kasus tersebut. Oleh karena itu, penulis menetapkan remaja-

remaja SMU yang tinggal di Jakarta Selatan dan Tangerang Selatan sebagai informan dari penelitian ini.

3.5 Metode Pengumpulan data

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa diperoleh dari responden atau subjek penelitian, melalui wawancara. (Kriyantono, 2007:43).

Sesuai dengan bentuk pendekatan penelitian kualitatif dan sumber data yang akan digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam. Untuk mengumpulkan data dalam kegiatan penelitian diperlukan cara-cara atau teknik pengumpulan data tertentu, sehingga proses penelitian dapat berjalan lancar. Instrumen pengumpulan data dalam hal ini adalah daftar atau panduan wawancara, atau yang lebih dikenal dengan daftar pertanyaan penelitian yang menyangkut pemaknaan penggunaan bahasa *alay* pada kaum remaja.

3.6 Proses Analisis Data

Menurut Patton, 1980 (dalam Lexy J. Moleong 2002: 103) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Sedangkan menurut Taylor, (1975: 79) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Jika dikaji, pada dasarnya definisi pertama lebih menitikberatkan pengorganisasian data sedangkan yang ke dua lebih menekankan maksud dan tujuan analisis data. Dengan demikian definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Analisis data proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data.

Menurut Mashall dan Rossman (Kabalmay, 2002) dalam menganalisa penelitian kualitatif ada beberapa tahapan-tahapan yang perlu dilakukan:

1. Mengorganisasikan data

Peneliti mendapatkan data mentah langsung dari informan dengan cara wawancara, dimana peneliti merekam sesi tersebut dan kemudian membuat transkrip dalam bentuk tertulis secara verbatim. Data yang didapat lalu dibaca dan diperiksa secara berulang kali.

2. Pengelompokan berdasarkan kategori, Tema dan Pola Jawaban

Pada tahap ini peneliti harus mencurahkan semua perhatiannya terhadap data yang ada karena bisa dipastikan akan muncul data yang diluar dari data yang ingin digali. Mengacu pada kerangka teori penelitian dan pedoman wawancara, peneliti akan menyusun suatu kerangka awal analisis dan sebagai pedoman dalam membuat coding. Dengan pedoman yang ada, data transkrip dibaca kembali and dilakukan coding atas data-adta yang relevan. Data yang relevan tersebut diberi kode dan penjelasan singkat, kemudian dikelompokkan sesuai dengan kerangka analisis yang telah dibuat.

3. Menguji asumsi atau permasalahan yang ada terhadap data

Setelah pola dari kategori sudah bisa jelas terbentuk, peneliti mnguji data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian. Dalam tahap ini kategori-kategori yang didapat melalui analisis ditinjau kembali berdasarkan kerangka teori yang ada pada bab 2. Walaupun peneliti tidak memiliki hipotesa tertentu, namun dari landasar teori dapat dibuat asumsi-asumsi megnenai hubungan antara faktor-faktor dan konsep-konsep yang ada.

4. Mencari alternative penjelasan bagi data.

Setelah benang merah antara kategori, data dan asumsi ditemukan, maka peneliti masuk ke tahap penjelasan. Dari kesimpulan yang didapat dari benang merah diantara ketiganya, peneliti perlu mencari alternative penjelasan. Karena dalam penelitian kualitatif memang selalu ada penjelasan alternative. Penjelasan alternative ini akan berguna pada bagian pembahasan, kesimpulan dan saran.

5. Menulis hasil penelitian

Penulisan data subjek yang telah berhasil dikumpulkan merupakan suatu hal yang membantu dalam meninjau ulang kesimpulan yang sudah disusun. Data-data yang diperoleh dari informan dibaca berulang kali sehingga penulis mengerti benar permasalahannya, kemudian dianalisis, sehingga didapat data gambaran mengenai penghayatan pengalaman informan. Selanjutnya dilakukan interpretasi menyeluruh dari hasil kesimpulan.

3.7 Keabsahan Penelitian

Menurut Lincoln dan Guba (1985, 1994) kriteria utama penelitian kualitatif terletak pada derajat kepercayaan (*truthworthiness*) dan keaslian (*authenticity*).

Terdapat empat kriteria dalam kepercayaan (*truthwothiness*) antara lain Derajat Kepercayaan (*Credibility*), Keteralihan (*Transferability*), Kebergantungan (*Dependability*) serta Kepastian (*Confirmability*). Dari keempat Derajat Kepercayaan tersebut, peneliti mengemukakan 2 kriteria yaitu *Credibility* dan *Confirmability*.

Dilihat dari seberapa tinggi hasil penelitian dapat dipercaya, berdasarkan sudut pandang subjek yang diteliti, informasi penelitian ini berasal langsung dari ketiga informan yang diwawancara yang telah tergabung dan terlibat dalam penggunaan bahasa *alay* baik secara lisan atau tulisan bahkan keduanya. Adapun hal yang akan dikaji adalah dari pergaulan informan dalam penggunaan bahasa *alay* sehari-hari, *self esteem* informan dalam penggunaan bahasa tersebut dan akan pemaknaan informan terhadap penggunaan bahasa *alay* di MTV *Alay*.

Untuk dapat memastikan persepsi yang dimiliki oleh peneliti terhadap hasil wawancara, peneliti juga melakukan konfirmasi kepada para informan sehingga penyampaian hasil penelitian ini dapat tepat sesuai dengan apa yang dimaksud oleh para informan.

III.9. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan tidak terlepas dalam proses penelitian ini. Banyak sekali acara musik yang menggunakan bahasa alay yang penyebarannya dan gaya bicaranya dapat dilihat dan digunakan remaja sebagai bentuk komunikasi di lingkungannya seperti Derings, Dahsyat, Online, INBOX dan sebagainya. Namun, penelitian ini hanya terbatas dilakukan bagi penonton MTV Alay.
2. Keterbatasan penelitian ini juga terletak pada jawaban informan yang mungkin saja tidak jujur dalam menjawab berbagai pertanyaan. Namun peneliti berusaha untuk menemukan jawaban yang sesuai dengan berbagai pertanyaan yang diajukan.
3. Selain itu keterbatasan jarak dan waktu pada saat melakukan wawancara mendalam dengan informan menyebabkan beberapa tahap wawancara berikutnya dilakukannya via telepon, dan SMS.

BAB 4

DEFINISI OBJEK KAJIAN

MTV Alay yang mulai ditayangkan Agustus 2010 ini ditayangkan di Global TV setiap hari Rabu pukul 14.30 dengan durasi 30 menit dan diramaikan oleh pembawa acara VJ Daniel Mananta. MTV Alay didefinisikan di program ini dengan gimmick dari si VJ yaitu “Anak Melayu Total” dengan memutar lagu-lagu bernuansa pop melayu modern seperti dari band Kangen, Armada, ST12. Salah satu tagline yang ditampilkan di salah satu situs sosial media Twitter; “*Anak Melayu TOTAL yang bangga sama musik melayu Indonesia*”.

Acara tersebut terdiri dari beberapa segmen yang berunsur *alay* diantaranya menyelenggarakan sayembara “High Quality Alay of the Week” yang berarti, penonton merekomendasikan seseorang ke MTV Alay untuk menjadi High Quality Alay of the Week. Dengan cara mengirimkan data orang itu ke alamat e-mail yang diberitahu. Segmen lainnya yaitu “How Alay Are You?” dengan datang ke beberapa tempat gaul di Jakarta dan memberikan kuis bagi siapa saja yang bisa membaca tulisan alay yang dipersiapkan tim acara. Acara ini juga diselingi pemutaran video klip dari band beraliran pop melayu di Indonesia. Untuk segmen berinteraksi dengan penonton, MTV Alay memberikan alamat email sebagai wadah penonton *request* lagu ataupun memberi saran maupun sesi tanya jawab dengan artis yang didatangkan ke studio. Dan “Fresh Alay of This Week” adalah segmen program MTV Alay yang akan menayangkan musik video band yang sedang terkenal di Jakarta dan sebelumnya si pembawa acara akan memberikan kilasan informasi mengenai grup band tersebut.

Dengan data statistik dari dua situs jejaring sosial yang digunakan MTV Alay untuk menyebarkan informasi tayangannya, program ini memang disukai masyarakat khususnya remaja. Jumlah pengguna situs jejaring sosial *Facebook* yang menyukai atau ‘like’ MTV Alay sebanyak 14.088 pengguna. Dan jumlah pengguna situs jejaring sosial Twitter yang mem-*follow* MTV Alay sebanyak 1037 *followers*. Berikut pendapat VJ Daniel tentang program yang dia bawakan tersebut:

“Awalnya bos ragu, namun semua terbukti. Rating MTV Alay hampir menyamai rating acara besar MTV. Di Twitter pun, MTV Alay menjadi trending topic,” sebutnya. (<http://www.tabloidbintang.com/berita/sosok/6124-daniel-mananta-agnes-monica-melebihi-kriteria-saya.html>)



MTV Alay merupakan program acara pertama di Indonesia pada akhir tahun 2010 yang menggunakan kata *alay* dan cukup memberikan informasi perbendaharaan kata *alay*.

Ada beberapa perbendaharaan kata yang sering dilontarkan pembawa acara di acara ini misalnya kata “*unyu*” (arti: lucu). Hampir di setiap awal acara, perubahan segmen dan akhir acara, pembawa acara menggunakan kata ini di akhir kalimatnya.

Daniel Mananta pun menuliskan kata tersebut dengan karakteristik bahasa alay di salah satu jejaring sosial yaitu *Twitter* dengan melampirkan foto bersama salah satu personel grup band pop melayu ternama, Charlie – ST12. Daniel mem-post status tersebut dari akun *Twitter* pribadinya yang memiliki 1.393.118 *followers*. Secara tidak langsung VJ Daniel menyebarkan kata alay tersebut ke masyarakat Indonesia.



Adapun kata “*cekidot bekicot*” (arti: *check it out*. Dan kata ‘*bekicot*’ hanya sebagai pelengkap kata dari ‘*cekidot*’ hanya agar terdengar berirama) yang diucapkan oleh pembawa acara di setiap perubahan segmen atau sebagai kata awal sebelum pemutaran musik video.



Bahasa alay lainnya yang dipopulerkan di acara ini adalah kalimat “*VJ iiMo3d Ean9 taQ in6iiNd diic4Qity ☺♥*” (arti: VJ imut yang tak ingin disakiti) yang dijadikan kalimat sapaan pertama di setiap awal acara oleh si pembawa acara. Sang VJ melafalkan kalimat tersebut dengan nada manja dan nada seperti anak kecil. Untuk penulisannya sendiri bersumber dari status salah satu jaringan sosial *Twitter* yang di-*post*.



BAB 5

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Peneliti telah melakukan wawancara mendalam terhadap 3 Informan yaitu remaja yang juga menonton MTV Alay. Informan yang diwawancara berasal dari latar belakang asal sekolah dan latar belakang keluarga yang berbeda. Dua dari tiga informan merupakan wanita sedangkan satu orang laki-laki.

Analisis yang dilakukan adalah analisis tematik berdasarkan tema dan kategori dalam penelitian, yaitu:

- *Self Identity*
- *Social Self*
- *Self Actualization*
- Pemaknaan dalam penggunaan bahasa alay (*Dominated, Negotiated, Oppositional*)

5.1 Deskripsi Informan

5.1.1 Informan 1

Informan pertama adalah wanita berinisial AN. Informan ini tinggal di Bekasi. Menurut pengakuannya, di Bekasi ia tinggal bersama orang tua dan satu adik kandung. Ia menyukai band pop melayu dari Indonesia, Zivilia. Pada saat pertama kalinya melakukan observasi, peneliti bertemu dengan informan di Bekasi Square dekat SMA Bani Saleh Bekasi, sekolah tempat si informan biasa bermain sepulang sekolah. Dari hasil pengamatan, peneliti melihat informan memegang HP sewaktu-waktu untuk *update* status di sosial media maupun *upload* foto. Peneliti mewawancarai lebih dalam untuk mengetahui alasan AN dengan *update* status di sosial media dan seringnya *upload* foto. Hasil observasi mengetahui bahwa informan AN ingin terlihat “gaul” diantara teman-temannya dengan selalu *update* status dan *upload* foto pribadi.

AN mempunyai tinggi badan kurang lebih 150 cm, dan bertubuh langsing. Informan AN memiliki karakter yang ceria namun cenderung pemalu. Keceriaannya dilihat dari seringnya ia memberikan senyum dan tertawa kecil pada saat wawancara.

AN adalah anak pertama dari 2 bersaudara. Ayah informan bekerja sebagai kepala buruh dan istrinya sebagai ibu rumah tangga. Setelah lulus dari SMA, AN berniat untuk bekerja terlebih dahulu. Informan AN memiliki hobi olahraga bermain

basket dari hasil wawancaranya saat membicarakan kegiatan ekstra kulikuler di sekolah dan sering berkumpul bersama teman-temannya, baik di sekolah maupun di luar sekolah.

AN mulai terbiasa menggunakan bahasa alay tersebut saat melanjutkan pendidikan ke tingkat SMA mengikuti teman-temannya yang sering menggunakan bahasa tersebut lewat SMS atau jejaring sosial. AN mengaku awalnya masih canggung menggunakan bahasa alay baik secara tulisan maupun lisan. AN mengatakan ia awalnya hanya remaja SMA biasa yang cenderung tertutup dan pemalu dan punya beberapa teman saja.

“Namanya juga masih anak baru, kak. Jadi masih pendiam, paling beberapa bulan kalau sudah kenal teman-teman sekelas juga bakalan akrab.”

AN mengetahui istilah alay dari teman-teman barunya di SMA. *Alay*, menurut pendapat AN, adalah gaya bahasa yang berpengaruh terhadap lingkungan dan tingkah laku orang yang mengikutinya. Dalam ceritanya, AN menyebutkan beberapa nama dari temannya yang menurut dia mempunyai ciri-ciri anak *alay*. Menurutnya *alay* adalah:

“Alay itu lebih ke hal-hal berlebihan kayak bahasa, gaya atau pakaian yang dipake setiap hari, dan juga pergaulan sama lingkungan di sekolah, tetangga atau rumah. Narsis berlebihan saya anggep juga ciri-ciri alay.”

Saat berkenalan mulai dari teman-teman sekelasnya, ada beberapa teman kelas yang AN anggap ‘gaul’ menuturkan bahasa alay, misalnya : *“Caur, lo. Maks duls aja”* (arti: Kamu parah. Makan dulu saja). Informan awalnya mengalami kesulitan untuk memahami perbendaharaan kata baru tersebut.

“Waktu saya add facebook (jejaring sosial) mereka, ada kalimat yang pake huruf sama angka, saya pikir kode, tapi ternyata buat ngegantiin huruf yang dimaksud. Keliatannya sih asik buat diikutin. Soalnya dari status di Blackberry aja pada gitu.”

Peneliti sendiri mengamati AN sebagai sosok yang memang tidak terlalu terlihat *alay* dari segi penampilan. Walaupun begitu, AN berkata bahwa yang mencirikan seseorang itu *alay* atau tidak lebih kepada bahasa teks.

“Alay itu lebih ke tulisannya sih ka. Kalau tulisannya udah besar kecil, ganti-ganti jadi angka, pasti udah ketauan anak itu alay. Saya sih kadang juga suka pakai tulisan itu, buat lucu-lucuan aja sih.” jelas AN.

Ketika ditanya peneliti apakah informan AN termasuk penganut *alay*, ia tidak menjawab dengan jawaban yang pasti, namun mengiyakan jika ia gemar menulis kalimat dengan memodifikasi huruf besar-kecil, simbol, dan juga angka sebagai pengganti huruf. AN biasanya menggunakan bahasa *alay* untuk menulis pesan singkat (SMS) melalui HP. Informan sendiri mengaku memakai bahasa tersebut dengan alasan untuk sekedar hiburan dan faktor keisengan. AN juga gemar mengupload foto pribadi di sosial media dengan berbagai. Berikut visualisasi informan AN di salah satu sosial media dengan banyaknya album foto diri AN:





Cara remaja *alay* dalam mengomunikasikan bahasa ini sangat menarik. Penggunaan bahasa yang cenderung unik didasari oleh alasan mereka yang ingin meningkatkan pergaulan seiring dengan kemajuan zaman. Ketika ditanya mengenai pendapat jika seorang remaja mengikuti berbahasa *alay*, AN menjawab:

“Semua orang pasti pengen dianggap gaul, dan akhirnya kalau yang memang pengen banget, jadi ngandelin segala cara. Ya lewat tulisan atau bahasa itu.”

Informan mengatakan dengan mengikuti *trending* menulis bahasa *alay* di kalangan teman sekelasnya, AN merasa bukan lagi kelompok anak *kuper* (kurang pergaulan). Semenjak itu AN mulai terbiasa dan sering menggunakan bahasa atau menulis *alay* ke kalangan teman sekolahnya dan ke teman sepermainannya.

AN menambah info perbendaharaan kata *alay* dan cara menuturkan bahasa *alay* dengan melihat banyaknya acara musik yang disiarkan secara *live* di beberapa stasiun TV, seperti halnya “Dahsyat” (*RCTI*), “Inbox” (*SCTV*), dan “Derings” (*TRANS TV*) yang selalu identik dengan memutar lagu-lagu dari band beraliran pop melayu. Pada dasarnya, AN sangat suka menonton acara musik tersebut, terutama acara “Derings”. Untuk segmen di acara MTV *Alay*, AN berpendapat:

“Aku sih suka kak nonton Dahsyat, Derings, atau Inbox. MTV Alay juga termasuk karena nampilin band-band yang saya suka. Ada bagian di program itu yang kasih tampilan tulisan alay, atau lomba membaca tulisan alay. Walaupun ga ngikutin semua, tapi MTV ini pinter banget cari info bahasa alay yang udah berkembang. Yang awalnya saya gak tau, jadi mulai ikutin tulisannya dan gaya si Daniel ngomong.”

“Ada kata yang sering diomongin Daniel, “unyu, unyu, unyu”, anak-anak kelas jadi pada ngikutin deh. Maksud “unyu” itu artinya lucu, kak.”

AN juga berpendapat bahwa media memberikan referensi pada penyebaran berbahasa *alay* terutama pada MTV Alay:

“Selain acara musik lain, MTV Alay ini beda dari program yang lain, walaupun isinya sama, tapi lebih ke kreativitas penulisannya. Apalagi VJ-nya gokil dan sering bilang ‘unyu’. Lewat Facebook (sosial media) saya praktekin penulisannya. Walaupun kebanyakan saya lebih suka upload foto pribadi atau bersama teman-teman biar lebih exist. Selain juga sering ganti status di FB, biarin deh dibilangin menuh-menuhin news-fed orang.”

“Yang saya liat, di MTV Alay ini mereka bikin acaranya gak norak-norak amat tapi lucu dan ada beberapa kalimat yang saya suka, kayak ‘Bangga jadi Anak Melayu Total’. Ditambah lagi ada band-band yang aliran pop melayu yang saya suka. Band favorit saya Zigaz dan Zivilia. Saya juga nambah kata-kata alay dari VJ-nya dengan nambahin huruf ‘s’ di tiap kata. Misalnya ‘mau kemans?’ atau ‘yuks’, ‘maks dimans’. Jadi ngerasa gaul kalo ngomong gitu.” jelas AN.

Mengenai gaya berbicara alay di program ini, AN mengemukakan ciri-cirinya:

“Ngomong alay itu setidaknya ada penekanan di belakang kata. Ya.. pokoknya pakai sedikit nada anak kecil gitu, nada sedikit manja.”

Akan tetapi AN masih bisa memilih untuk menggunakan bahasa tersebut di kegiatan atau lingkungan formal seperti kepada guru atau orang tua atau saat berbincang-bincang ke orang yang lebih tua.

“Ya enggak lah kak. Saya kalau di kelas bicara dengan guru atau waktu menulis catatan sekolah ga pake tulisan itu. Apalagi bicara dengan mama papa. Bisa bahaya saya dimarahi. Hehe.”

- **Pemaknaan AN dalam Penggunaan Bahasa Alay**

Informan AN memiliki kepribadian yang pemalu dan pada awalnya informan mengaku kurang bergaul dengan teman sebayanya. Dengan memperhatikan lingkungan sekitarnya, mulai dari teman sekolah dan teman sepermainannya yang sering menggunakan bahasa tersebut, AN mempercayai bahwa jika menggunakan bahasa alay, AN akan mempunyai banyak teman dan dianggap “gaul” dan mendapat eksistensi diri di kalangan teman-temannya. AN mengakui akhirnya menggunakan bahasa alay semenjak AN memulai pendidikan SMA dengan alasan ingin dianggap ‘gaul’ dan punya banyak teman. Dan semenjak itu AN menambah bahasa alay dari sering menonton televisi diantaranya program MTV Alay.

Hasil wawancara AN dalam memaknai penggunaan bahasa alay adalah tipe dominan menuju negotiated. Dominan karena menyetujui dan mempraktekkan penggunaan bahasa alay dengan faktor mengikuti teman. Walaupun pada awalnya AN masih canggung menggunakan bahasa alay, faktor lingkungan sangat berperan penting bagi AN dalam mendukung menggunakan bahasa *alay*. Dominan menuju negotiated karena walaupun AN menyetujui menggunakan bahasa alay, AN cenderung sedikit memperhatikan lingkungan sekitar dimana dia boleh menggunakan bahasa tersebut atau harus menggunakan bahasa Indonesia yang formal.

- **Pemaknaan AN dalam Penggunaan Bahasa Alay pada MTV Alay**

Frekuensi AN menonton MTV Alay hampir setiap minggu dengan alasan menambah perbendaharaan kata baru dari acara tersebut. Kata-kata di program tersebut yang diingat AN adalah “*unyu*” dan “*cekidot bekicot*” dikarenakan sering diucapkan oleh si pembawa acara. Untuk kreativitas penulisan, AN juga dapat dari acara ini diantaranya saat segmen “*How Alay Are You?*” yang menampilkan tulisan alay misalnya yang sampai sekarang diikuti oleh AN adalah karakteristik penulisan yang menambahkan huruf “s” atau “z” di setiap akhir kata. Jadi jika dilihat dari pemaknaan AN dalam penggunaan bahasa alay pada MTV Alay, AN termasuk pada kategori dominan karena intensitas AN menonton program ini adalah hampir setiap episode di MTV Alay, AN menyukai program acara tersebut dan mempraktekan penulisan serta gaya berbicara alay ke lingkungannya.

5.1.2 Informan 2

Informan selanjutnya laki-laki berusia 18 tahun, berinisial P yang bersekolah di SMA 70 Jakarta. Anak kedua dari 3 bersaudara ini bertempat tinggal di Ciputat. Ketika ditanya mengapa ia bersekolah di Jakarta, ia pun mengutarakan:

“Mau dapet beasiswa ke luar negeri atau paling tidak masuk UI. Biar ga ngerepotin orang tua dengan dapat beasiswa juga. Sekarang kan biaya kuliah makin mahal.”

P menggunakan transportasi umum untuk berangkat ke sekolah. P termasuk remaja SMU yang tidak memandang status sosial dalam berteman. Dilihat dari jawaban yang diutarakan ke peneliti yang mengatakan tidak semua teman-temannya dari kalangan menengah keatas.

“Gue punya banyak teman yang berbeda-beda gaya dan penampilannya. Mungkin karena tinggal di Tangerang pinggir, naik angkot, suka bergaul di Blok M, jadinya banyak temen deh. Pada dasarnya sih gue itu gampiang bergaul, jadi kenal sama orang baru—apapun status sosialnya gue gak masalah.”

P gemar menggunakan celana *jeans* ketat dengan bagian bawah yang sempit (*skinny*), dan dipadukan dengan kaos dan jaket yang berwarna terang. Kegemaran lainnya, ia suka mengenakan kacamata berbingkai hitam dengan ukuran besar saat jalan-jalan di mall. Secara fisik, ukuran tinggi badan P sekitar 170 cm dan mempunyai model rambut pendek laki-laki. P menyukai memakai celana model *skinny*. Informan yang bercita-cita ingin menjadi pemain band ini memilih bermusik sebagai aktivitas di luar sekolah, di samping menjalani les bimbingan belajar.

Dalam selera musik, P pun tak sungkan mengumbar kesukaannya terhadap grup band ibukota seperti ST 12, Ungu, dan Kangen Band. Berikut pendapat P:

gue suka banget sama lagu-lagu ST 12, Ungu, D'Masiv, apalagi Armada. Alasannya sih karna musik-musik yang mereka bawakan bersifat enak didenger. Trus lirik lagunya gak tau kenapa selalu pas sama suasana hati gue kak! Ada yang nge-beat, ada yang mellow juga kalo lagi sedih, kayak lagu ST 12 atau Armada. Enaknya didenger buat keseharian aja, easy listening.”

P suka bermusik dan mempunyai grup band bernama “Last Orchid”. Karena suka manggung di acara-acara lokal, P bisa berkenalan dengan sesama penikmat musik.

Selain menyebarkan informasi mengenai keberadaan grup bandnya lewat sosial media, P juga suka menonton acara musik untuk menambah pengetahuannya.

“MTV, ya, MTV itu salah satu program musik yang harus gue ikutin. Dan gue sebar info band gue lewat FB (baca: Facebook), MySpace, kalo ga, pasti ga ada yang tau nama band gue. Awalnya bikin band pasti biar dianggap gaul, kak.”

Informan P mempunyai karakteristik yang unik walaupun dari keseluruhan penggunaan bahasa atau gaya bicara tidak bergaya *alay*. P mempunyai kepribadian yang menyenangkan dan ramah serta mempunyai banyak teman, dilihat dari observasi peneliti saat mewawancarai si informan yang setiap beberapa waktu disapa teman-temannya saat melewati si informan.

Ketika diwawancarai mengenai penggunaan bahasa *alay*, secara gamblang ia mengatakan:

“Gak ada yang salah tuh sama anak alay, budaya alay, bahasa alay, atau apapun lah tentang alay. Dan gue gak masalah dicap alay. Itu kan Cuma label aja. Ditambah lagi gue punya band yang alirannya lebih ke pop alternatif. Beberapa temen sih bilang band gue adalah band emo yang aransemen rock tapi vokalnya teriak-teriak galau. Hehehe. Yang penting banyak fans dan terlihat gaul dan keren kalo join di band.”

Ketika informan ditanya mengenai seberapa sering si informan menggunakan bahasa *alay*, P menjawab:

“Sebenarnya untuk nulis, saya ga pake bahasa alay, ribet. Kalau berbicara sama temen ya, ada beberapa kata yang gue ucapin, tapi ga banyak.”

“Gue ga masalah temen-temen gue nulis alay atau ngomong bahasa alay, ya, ekspresi masing-masing lah. Ga ada yang ngelarang. Tapi buat gue, gw prefer bahasa yang normal-normal aja deh. Lumayan pusing kak ngertiinnya, apalagi kalo ada cewe-cewe yang SMS ato message di fb pake tulisan dewa itu. Apa daya, musti baca bener-bener deh tu maksud tulisannya apa, namanya juga fans.”

Walaupun lingkungan di sekolah dan teman sepermainan P sebagian besar menggunakan bahasa *alay*, namun P tidak menulis dengan karakteristik bahasa *alay* dan cenderung berbicara beberapa perbendaharaan bahasa *alay* saja, diantaranya

seperti “*unyu*” (lucu), “*humz*” (arti rumah dalam bahasa Inggris), “*makz dulz*” (makan dulu).

Dan P berpendapat, ia tidak keberatan jika dianggap *alay* sekalipun dikarenakan membentuk sebuah grup band beraliran emo rock yang digeneralisasikan remaja sekarang ini sebagai grup band *alay*. Yang penting ia dapat mengekspresikan gayanya tanpa adanya rasa malu ataupun sungkan. Bahkan, ia menganggap bahwa orang lain yang menilai orang *alay* terlalu ikut campur dengan kehidupan remaja tersebut.

“Indonesia kan negara demokratis, jadi kalo ada yang ngomong ato nulis bahasa alay, ya biarinin aja. Kalau ada yang protes, berarti dia ada keinginan terselubung buat ikutin nulis atau ngomong bahasa alay. Liat aja temen-temen gue di kelas, udah main singkat-singkatan kata kayak ‘di humz’, ‘cemungud eaa’, biar terkesan gaul.” tambahnya.

“Gue gak pernah marah atau nolak kalau dibilang alay. Gue mending dikenal karena ke-alay-an gue, dibanding menjadi preman atau pengedar narkoba. Gue sadar banget, kalo bakal ada yang nganggep gue tuh kampungan. tapi biarin aja lah, gue gak ganggu mereka juga. Alay itu jadi pelarian gue, biar bisa gaul dan bersosialisasi sama orang-orang sekitar. Daripada saya gaul beneran, tapi ngehabisin uang orangtua, mending jadi alay deeh!”

Menurut P, selain melalui media, faktor lingkungan juga sangat berperan dalam proses perkembangan penggunaan bahasa *alay*. Teman dari lingkungan sekolah sampai lingkungan tempat tinggal turut berperan serta dalam menularkan penggunaan bahasa unik ini.

“Lingkungan iya banget pengaruhnya buat mularin bahasa alay. Gue juga dulu gitu, diajarin nongkrong, diajain nulis sms ala alay, maen bareng juga. Ya dari diri sendiri aja sih, mau ikutin ato gak. Gue si netral, temen gue mau pake bahasa alay ga masalah.”

“Temen itu sangat ngaruh sama penyebaran bahasa alay. Jadi misalnya kita nge-wall-in orang nih (di Facebook), pake tulisan alay gitu. Orang-orang pertamanya jijik, tapi taruhan deh jadi penasaran juga akhirnya. Terus ikut-ikutan ketularan alay deh jadinya.”

P memberikan opini dari acara MTV Alay yang memperlihatkan penggunaan bahasa *alay* dari penulisannya maupun gaya bicara si pembawa acara.

“Gue selalu update dengan perkembangan musik di Indonesia. Ya salah satunya nonton MTV. Itu kan Music Television. Wajib ditonton. Ditambah lagi ada MTV Alay yang sering muter band-band yang gue suka. Support lah buat program acara yang kayak gini, yang memperkaya pengetahuan bermusik di Indonesia. Untuk bahasa sih sebenarnya agak lebay yah dari VJ-nya. Untung host-nya bisa ngebawain acaranya gak jayus (arti: tidak lucu). Jadi ga masalah lah dia berpenampilan alay, ngomong bahasa alay.” katanya santai.

P mengatakan bahwa penggunaan bahasa *alay* akan terus berkembang seiring dengan banyaknya generasi muda yang muncul dan penasaran terhadap bahasa tersebut dilihat di MTV Alay.

“Dengan banyaknya remaja yang tiap hari komunikasi lewat sms, FB atau apa pake bahasa alay. Ditambah dari adanya program MTV Alay yang nunjukin gaya berbicara, tulisan, dan kata-kata baru, kayaknya bakalan makin banyak anak alay. Ya, selama itu gak bikin orang terganggu, alay makin berkembang juga gapapa.”

- **Pemaknaan P dalam Penggunaan Bahasa Alay**

Informan P terkenal ramah dan mudah bergaul berdasarkan observasi peneliti dimana P sering disapa dan dikenal teman-teman SMUnya selama diwawancara. P kadang berbicara dengan temannya dengan bahasa *alay*, akan tetapi ia tidak menggunakan bahasa *alay* secara tulisan karena menganggap cukup rumit dan membutuhkan banyak waktu dalam menulisnya. Walaupun lingkungan sekitarnya, mulai dari teman sekolah dan teman sepermainannya sering menggunakan bahasa tersebut, P tidak menjadikan penggunaan bahasa *alay* sebagai pedoman untuk memiliki banyak teman dan dianggap “gaul”.

P terlihat memaknai penggunaan bahasa *alay* secara *negotiated* cenderung *opositional* dengan sikap menerima adanya perkembangan penggunaan bahasa tapi hanya sewaktu-waktu menggunakan bahasa tersebut walaupun dalam kesehariannya P bergaul dengan teman-temannya yang sering menggunakan bahasa *alay*.

- **Pemaknaan P dalam Penggunaan Bahasa Alay pada MTV Alay**

Frekuensi P menonton MTV Alay tidak terlalu sering dan sebagian besar sebatas melihat musik video yang ditampilkan di acara tersebut untuk menambah referensi P dalam bermusik dengan sesekali menyukai celoteh si pembawa acara ketika menggunakan bahasa *alay*. Kata-kata di program tersebut yang ditiru P adalah

“*unyu*” dan “*cekidot bekickor*”. P pada dasarnya menyukai seluruh segmen di acara MTV Alay karena selain memutar musik video, acara ini menurutnya juga menghibur karena gaya kocak dari si pembawa acaranya. Jadi jika dilihat dari pemaknaan P dalam penggunaan bahasa alay pada MTV Alay, P termasuk pada kategori *negotiated* karena P lebih fokus dan menyukai segala sesuatu yang berhubungan dengan musik pada program acara tersebut dan P tidak menjadikan MTV Alay sebagai referensi dalam mempraktekan bahasa alay yang ada di dalam program tersebut ke lingkungannya.

5.1.3 Informan 3

Informan selanjutnya adalah seorang perempuan berinisial MA. Informan adalah siswa di sebuah SMAN 1 Pamulang. MA memiliki kepribadian yang menyenangkan dan suka bergaul berdasarkan info yang didapat dari hasil wawancara, MA sering pergi ke tempat *nongkrong* bersama teman-temannya setiap akhir minggu. MA menganggap dirinya cukup banyak teman karena tidak pemilih dalam berteman mulai dari status ekonominya ataupun teman kelasnya yang dianggap teman-teman lainnya kurang bergaul.

Wawancara dilakukan di tempat *nongkrong* favorit informan, yaitu di pelataran Bengawan Solo Coffee, TerasKota, BSD. Selain bermain bersama teman-temannya, MA memiliki berbagai macam hobi untuk mengisi waktu luangnya. Salah satu yang paling ia sukai adalah membaca novel.

“Aku suka banget baca novel, apalagi yang kisah cinta-cintaan remaja gitu. Komik cantik juga suka banget. Novel-novel ini tuh bagus banget, soalnya ujung ceritanya happy ending. So sweet deh! Hehehe. Kalo urusan nonton sinetron, aku suka nonton sinetron Remaja, “Putih Abu-Abu”. Pulang sekolah, wajib deh nonton sinetron itu.”

Selain kegemarannya membaca novel remaja, MA memiliki hobi *browsing* internet dan berenang.

“Kalo tiap kesini (baca: TerasKota), ya palingan kita nongkrong disini. Kebetulan khan tempatnya lega, cukuplah kalo mau ngumpul-ngumpul bangsa 10 orang. Tapi kita gak mungkin juga lah beli minum di kafe, secara mahal banget harganya! Jadi bawa bekel atau beli di luar, baru dibuka deh di tempat tongkrongan.”

Saat pertama kali berkenalan lewat jaringan sosial, MA memasang foto profil berjilbab. Saat bertemu di Bengawan Solo Coffee, informan MA terlihat tidak mengenakan jilbab, dan mengenakan kaos yang dipadankan dengan luaran *cardigan*.

“Kalo di luar jam sekolah memang aku lepas jilbab kak, masih belum yakin. Pertama panas, gerah, kedua belum biasa kak. Hehehe, di sekolah sih gak wajib pake jilbab, tapi aku memang dikenal sebagai orang yang pake jilbab di sekolah.”

Setelah melakukan wawancara dan diselingi obrolan di luar konteks penelitian, peneliti bertukar email, nomor telepon dan Facebook dengan MA. Dari informasi tersebut, peneliti mendapat data lebih lanjut lagi mengenai penggunaan bahasa si informan.

Pada saat MA ditanya mengenai remaja *alay*, ia berpendapat :

“Alay itu anak yang berlebihan dalam berbicara, tulis, bergaul, dan berpenampilan. Ciri khas anak alay itu kelihatan dari dari penampilan busana mereka, selain dari menulis bahasanya. Terus, kalo anak alay lagi ngomong pasti pengen kelihatan gaul, memakai pakaian tren terbaru, dan sering bercanda berlebihan.”

Menurut pendapat MA, alasan remaja menggunakan bahasa *alay* agar terlihat lebih “gaul” dan menjadi pusat perhatian orang-orang di sekitarnya. Berikut kutipannya:

“Alasan jadi alay ya? Hmm, mungkin supaya terlihat gaul. Oh iya, yang jelas anak alay tuh pengen diliat banget. Jadi dia tuh pengen jadi pusat perhatian gitu deh, diliat dari cara ngomong aja, biar diliat orang tuh gaul.”

Ketika MA ditanya mengenai gaya pergaulan MA dan awal MA menggunakan bahasa *alay*, ia menjawab:

“Pertama kali nulis bahasa alay itu dari SMS, ya awal-awal pake hape deh. Biar cepet aja sih ngetiknya, aku campur pake angka. Liat aja di hape, biasanya kan kalo pencet spasi agak lama tuh, mending diganti sama tuts yang lain. Lebih cepet.”

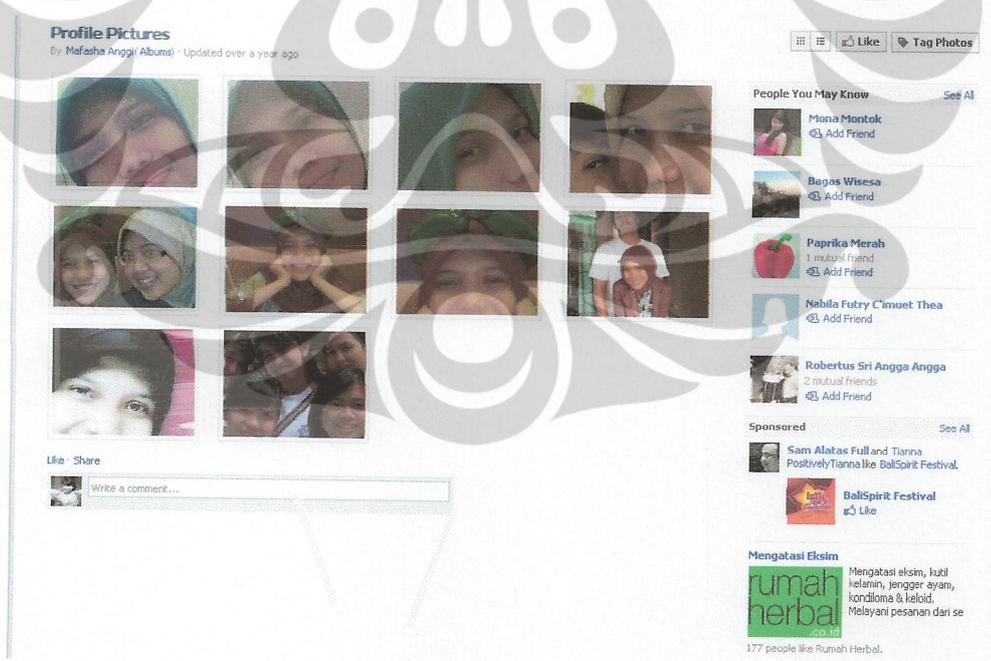
“Dibilang terlalu gaul, enggak, tapi klo dibilang gak gaul juga enggak. Ya, biasa aja kayaknya aku, kak. Aku pokoknya ga kuper-kuper amat sih kak. Banyak temen dan sering nongkrong juga. Alhamdulillah gak punya musuh sampe sekarang.”

MA berpendapat, seorang remaja tidak harus menjadi *alay* agar dianggap “gaul”. Menurutnya, remaja dapat mencari alternatif lain untuk memperluas pergaulan tanpa harus menggunakan bahasa *alay*. Ia mengatakan jika seseorang tertarik terhadap suatu hal, lebih baik ia menempatkan pada tempat yang tepat agar tidak terlihat kampungan atau norak.

“Gak harus alay kok Kak, biar diliat gaul. Buktinya ada temenku yang gak alay, tapi gaul banget. Pengen sih kayak gitu, tapi aku gak tahan kalau gak ngumpul sama temenku sehari aja. Hehehe, dari musik deh misalnya suka emo, ya emo aja, suka harajuku ya harajuku aja. Gak usah dicampur-campur. Kalo dicampur-campur keliatan kampungan.”

“Aku sih sering pake buat SMS sama bales message temen di situs. Biar ga kepanjangan aja sih, sama ningkatin daya kreativitas. Ada yang bilang agak susah buat nulis huruf gede kecil sama huruf, tulisan itu deh yang orang-orang bilang alay, tapi aku ga masalah. Malah makin cepet nulisnya.”

Menurut MA, seorang remaja mengikuti menggunakan bahasa *alay* karena asupan informasi yang ditontonnya melalui media televisi yang sudah dijelaskan di atas, dan juga jejaring sosial. Televisi, terutama sinetron remaja yang digandrungi MA, kerap menampilkan secara visual gaya berbicara remaja masa kini.



Apabila satu hal menjadi tren dalam masyarakat, setiap orang, khususnya remaja akan dengan cepat ingin mengikuti perkembangan tersebut agar mendapat eksistensitas dalam kelompoknya. Hal ini sangat disayangkan MA akibat penyalahgunaan penggunaan bahasa *alay* yang terkesan menjadi sebuah keharusan untuk mendapat sebutan “anak gaul”.

“Kasian juga sih ngeliat anak-anak yang begitu amat, maksa ngomong bahasa alay biar keliatan gaul. Kalo pertemanan mah ga liat dari bahasa. Kalo aku sih pakai tulisan itu ya buat mulis lewat SMS atau Facebook atau ngobrol sama temen pake bahasa itu ya karena udah kebiasaan, bukan karena mau dianggap gaul.”

Mengenai penyebaran penggunaan bahasa *alay* di MTV Alay, MA berpendapat bahwa program ini cukup diminati teman-teman sekitarnya karena selain program musik, acara ini juga dikemas secara jenaka. MA juga mengaku merupakan fans dari pembawa acara program tersebut, VJ Daniel.

“iya, aku suka nonton MTV Alay. Acaranya lucu. Bikin saya ketawa mulu liat tingkah si VJ ngerjain orang-orang yang di studio. Apalagi kalo liat tingkah Daniel bilang kata “unyu”. Ngegemesin.”

“Bagian dari acara ini yang aku suka itu pas ‘How Alay Are You?’. Jadi datengin orang-orang di jalan untuk disuruh baca tulisan alay. Ada orang yang baca sampe matanya muter-muter. Haha.. unyu banget deh kak pokoknya.”

Sebagai anak yang suka bergaul, MA sedikit banyak mendapat referensi kata-kata *alay* dan cara pengucapannya dari program acara ini.

“Kata yang khas banget dari acara ini tuh ‘unyu’ yang disebut tiga kali sambil nempelin telunjuk ke pipi sama ‘cekidot bekidot’ tiap mau nonton video klip. Aku tau kata ‘unyu’ juga dari program ini. Awalnya temen yang ngomong itu. Sebagai anak yang paling gaul di sekolah, hehe, aku penasaran darimana mereka tau bahasa itu. Oh, ternyata dari MTV Alay. Yang awalnya dari penasaran, setelah liat keseluruhan acaranya, aku jadi suka. Lebih ke becanda-becanda sama lucu-lucuannya sih. Bikin yang nonton ikut ketawa.”

Menurut MA, dengan menonton MTV Alay menumbuhkan penggunaan bahasa baru yaitu alay yang sedang trending di kalangan remaja di generasinya.

“Acara - ini kreatif banget, kak. Ngegali banget bahasa alay yang lagi happening di kalangan remaja yang buktinya aja ada di programnya. Menurut aku semua kata-kata yang ada di program ini alay abis, ga ada Bahasa Indonesia yang bener. Ya, ga masalah kan kita-kita sebagai remaja mengekspresikan bahasa yang agak beda. Di MTV Alay lah wadahnya.”

- **Pemaknaan MA dalam Penggunaan Bahasa Alay**

MA memiliki kepribadian yang menyenangkan dan suka bergaul berdasarkan info yang didapat dari hasil wawancara, MA sering pergi ke tempat *nongkrong* bersama teman-temannya setiap akhir minggu. MA menganggap dirinya cukup banyak teman karena tidak pemilih dalam berteman mulai dari status ekonominya ataupun teman kelasnya yang dianggap teman-teman lainnya kurang bergaul.

Informan terakhir, Informan MA memaknai penggunaan bahasa alay dan termasuk pada tipe dominan dikarenakan MA memiliki self esteem tinggi dan tidak malu-malu jika dikatakan anak alay dilihat dari faktor kepercayaan diri dan dengan alasan praktis jika mau membalas SMS. MA juga sudah merasa nyaman dan sudah terbiasa menulis bahasa alay. Dengan hasil konsep diri MA, identitas diri dengan aktualisasi diri MA tidak terlampaui jauh karena MA sudah mencerminkan karakteristik remaja SMU yang mahir berbahasa *alay*.

- **Pemaknaan MA dalam Penggunaan Bahasa Alay pada MTV Alay**

Frekuensi MA menonton MTV Alay cukup sering dan lebih menyukai karakteristik VJ yang jenaka. Kata-kata di program tersebut yang ditiru P adalah “*unyu*” yang awalnya didapat MA dari teman-temannya.

Pemaknaan MA dalam penggunaan bahasa alay pada MTV Alay termasuk pada kategori dominated karena MA menjadikan MTV Alay sebagai referensi dalam mempraktekan bahasa alay yang ada di dalam program tersebut ke lingkungannya dan menganggap MTV Alay sebagai wadah atau cerminan remaja di generasi sekarang dalam berbahasa ‘*gaul*’ atau ‘*alay*’.

5.2 Pengetahuan Informan mengenai MTV Alay

Peneliti melakukan observasi lebih dalam kepada remaja SMU yang menonton dan khususnya mendapat informasi dari remaja dalam pemaknaan mereka mengenai penggunaan bahasa alay pada program MTV Alay dan apabila program tersebut memberikan perubahan yang signifikan terhadap lingkungan pergaulan mereka.

5.2.1 Informan 1

Informan 1 memiliki antusiasme yang cukup tinggi terhadap acara ini dilihat dari hasil interview yang mengatakan bahwa hampir setiap minggu informan menonton program ini karena selain menayangkan musik video yang digemari informan, MTV Alay menarik perhatian informan sebagai wadah informasi yang mengemas penggunaan bahasa alay secara unik dan dapat ditiru informan. Kata alay yang ditiru informan 1 dari program acara ini adalah kata “*unyu*” (arti: lucu) yang akan informan katakan jika melihat suatu barang yang lucu, yang ia suka atau sesuatu yang menggemaskan. Dan kata “*cemungud ead*” (arti: semangat ya) dipraktikkan oleh informan misalnya pada saat memberi semangat kepada teman-temannya sebelum ujian sekolah atau untuk menyemangati jika ada temannya yang bersedih. Informan 1 menambahkan ia mendapat referensi menulis atau mengucapkan alay dengan menambahkan huruf “s” atau “z” di akhir kata tanpa lupa menghilangkan huruf vocal di kata tersebut. Misalnya: “*kams kmans? Maks duls.*” (arti: kamu kemana, makan dulu)

Informan juga melakukan *like* pada *fanpage* MTV Alay di salah satu jaringan sosial *Facebook*.

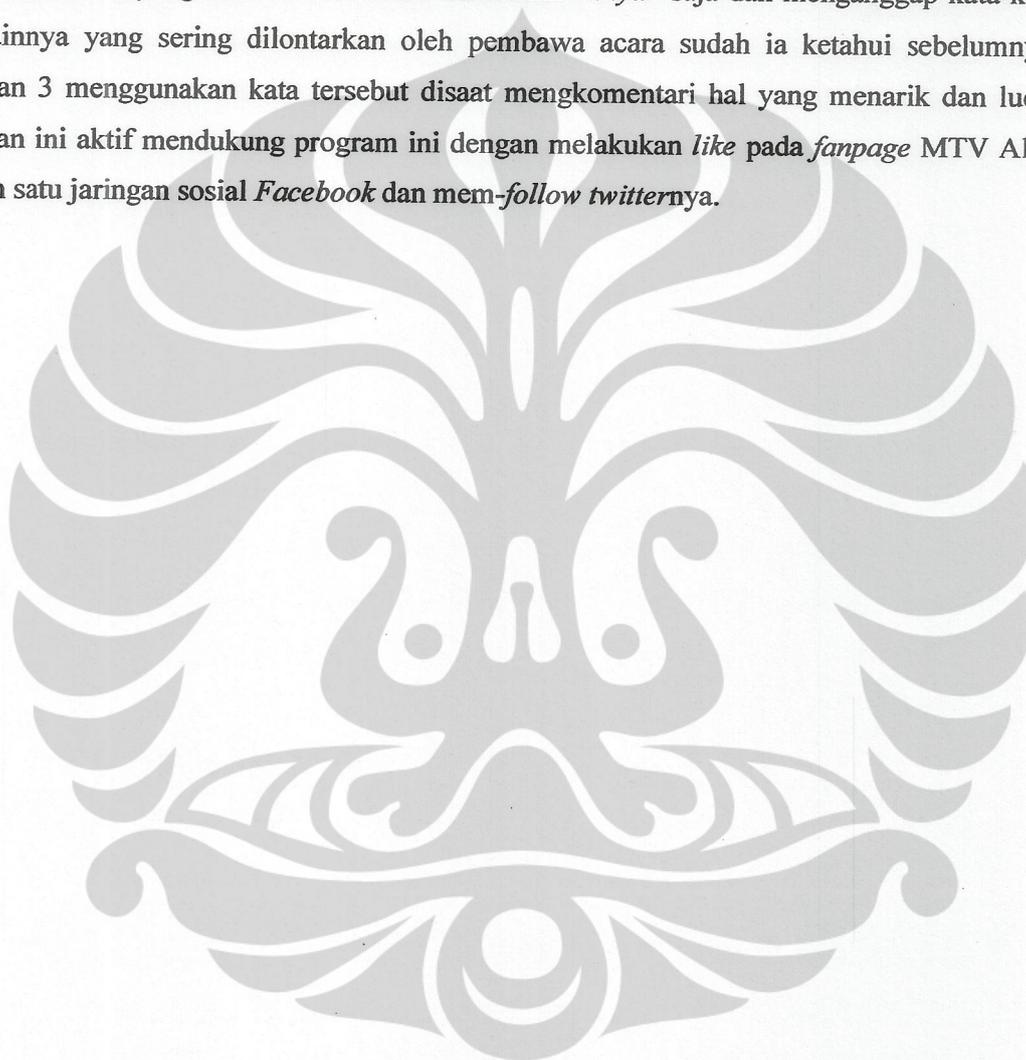
5.2.2 Informan 2

Informan 2 memiliki latar belakang sebagai pemain music dan bergabung dalam grup band lokal yang diakui oleh informan beraliran *emo-rock*. Untuk mendapat pengetahuan dan referensi dalam bermusik, informan 2 berpedoman pada acara MTV (*Music Television*) dan salah satu program yang diikutinya adalah MTV Alay. Walaupun si informan menyukai acara tersebut, namun ia tidak selalu menonton setiap minggu. Informan mengatakan MTV Alay cukup memberi dampak dalam menyebarkan penggunaan bahasa alay baik secara tulisan maupun lisan dan memperkaya perbendaharaan bahasa alay. Kata-kata alay yang sering digunakan informan 2 secara lisan adalah “*unyu*” dan “*cekidot bekidot*”. “*Unyu*” dikatakan informan 2 pada saat mengomentari hal-hal yang menarik dan lucu. Kata “*cekidot bekidot*” dipraktikkan informan misalnya pada saat ia mengajak teman-temannya untuk menyimak atau

memperhatikan suatu hal misalnya menonton kilasan musik video atau gaya permainan bermusiknya (bermain gitar).

5.2.3 Informan 3

Informan 3 menyukai program acara MTV Alay dan hampir setiap minggu menonton acara tersebut. Yang menarik perhatian informan 3 pada acara ini adalah penggunaan bahasa alay yang dikemas secara jenaka oleh pembawa acaranya. Kata yang diikuti informan dan sering digunakan yang diambil dari acara ini adalah “*unyu*” saja dan menganggap kata-kata alay lainnya yang sering dilontarkan oleh pembawa acara sudah ia ketahui sebelumnya. Informan 3 menggunakan kata tersebut disaat mengomentari hal yang menarik dan lucu. Informan ini aktif mendukung program ini dengan melakukan *like* pada *fanpage* MTV Alay di salah satu jaringan sosial *Facebook* dan *mem-follow* *twitter*nya.



BAB 6

DISKUSI HASIL PENELITIAN

Dari data yang didapatkan dari ketiga informan penelitian, yang dimaksud dengan *alay* adalah gaya bahasa yang berpengaruh terhadap tingkah laku dan lingkungan sosial mereka. Hal ini terkait dengan lingkungan remaja yang mengutamakan eksistensi diri, karena mereka sedang dalam masa pencarian identitas diri. Banyak cara yang dilakukan individu untuk menunjukkan eksistensi diri. Cara yang biasa dilakukan dengan tampil beda, atau bertingkah untuk menarik perhatian secara positif atau negatif. Ada semacam keseragaman gaya yang kemudian menjadi gaya hidup (*lifestyle*) mereka. Remaja yang masih labil dan gemar meniru, sangat mudah tertular dan memilih menggunakan bahasa ini daripada menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Apalagi ada anggapan bahwa bahasa ini adalah bahasa gaul, sehingga orang yang tidak menggunakannya akan dianggap ketinggalan jaman atau kuno.

Disini terungkap bahwa *alay* adalah seorang remaja atau ABG yang masih belum mempunyai jati diri, meniru gaya orang lain di lingkungannya, berlebihan dalam berbicara, bergaul, dan berpenampilan, serta belum mempunyai tujuan pasti yang akan dicapai dalam hidupnya. Selain itu, *alay* pada umumnya memiliki karakteristik, mempunyai banyak foto di akun Facebook-nya, dan penulisan bahasa dalam SMS/*chatting* yang menggabungkan angka, simbol, dan huruf dalam menyusun sebuah kata.

Dalam penyebaran bahasa *alay*, media massa memiliki peran yang sangat penting terutama tayangan televisi dan situs jejaring sosial sebagai wadahnya. MTV *Alay* berdasarkan hasil wawancara sedikit banyak memberi referensi bagi penontonnya dalam menerima informasi yang dipraktikkan oleh pembawa acaranya untuk mengikuti bahasa *alay*.

Untuk pelafalan penggunaan bahasa *alay*, ketiga informan memberikan informasi yang mirip pada program MTV *Alay*, selain penulisan teks yang menggunakan kombinasi huruf, simbol, dan angka, remaja *alay* juga cenderung tidak menulis teks dalam bentuk yang normal sehingga muncul kesan lain dalam penyampaian maksud pesan tersebut. Misalnya pada acara MTV *Alay*, sering diucapkan kata “*unyu*”, dan kata yang sekarang ini sedang *booming* yaitu “*cemungut eaa*”. Dengan adanya *paralanguage* dalam penggunaan kata-kata tersebut, informan mencoba memberikan kesan seperti anak balita sehingga terdengar imut dan lucu padahal informan sudah berusia remaja.

Pernyataan di atas sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Brand D. Ruben bahwa *paralanguage* adalah sebuah bentuk bahasa yang digunakan bukan mengenai apa yang kita katakan, melainkan bagaimana kita mengatakannya. *Paralanguage* mengacu pada unsur-unsur komunikasi nonverbal yang digunakan untuk memodifikasi makna dan menyampaikan emosi. *Paralanguage* dapat dinyatakan secara sadar atau tidak sadar, termasuk pada *pitch*, volume suara, dan dalam beberapa kasus, intonasi berbicara. *Paralanguage* dalam bentuk tertulis meliputi tanda baca, jenis huruf, besar-kecilnya ukuran huruf yang dipakai, bahkan tinta yang digunakan pada saat menulis. Semua komponen tersebut apabila dilaksanakan baik secara seimbang maupun tidak seimbang akan mempengaruhi reaksi psikologis orang yang membaca.

Stuart Hall dalam usahanya menjelaskan proses decoding, memperkenalkan Reception Analysis yang berfokus pada bagaimana audience yang berbeda-beda memaknai isi media sehingga lebih mengambil perspektif pada audience daripada media itu sendiri. Reception analysis juga melihat pengaruh kontekstual dalam penggunaan media dan juga interpretasi dan pemaknaan dari keseluruhan pengalaman yang dilihat audience.

Pemikiran Stuart Hall ini mengatakan bahwa penonton merupakan individu yang diposisikan secara sosial yang pembacaannya akan dikerangkakan oleh makna budaya dan praktik yang dimiliki bersama dalam hal ini penggunaan bahasa alay pada remaja.

Tagline MTV Alay: “*Anak Melayu TOTAL yang bangga sama musik melayu Indonesia*” memang digandrungi remaja terutama informan yang menyukai musik pop melayu yang sedang *booming*. Dari program ini memberikan pandangan baru bagi remaja dalam hal penggunaan bahasa alay. Apalagi beberapa dari mereka beranggapan bahwa bahasa alay adalah bahasa gaul, sehingga seseorang yang tidak menggunakannya akan dianggap kuno, ketinggalan jaman, bahkan ‘ndeso’ yang berarti kampungan. Dengan adanya pernyataan tersebut, maka remaja akan semakin tertantang dan berlomba-lomba untuk mencari tahu bahkan menciptakan sendiri bahasa-bahasa yang menurut mereka pantas untuk disebut sebagai bahasa alay dan dapat digunakan oleh remaja-remaja lainnya. Selain itu, remaja tidak ingin selalu terpaku dalam bahasa baku, yang harus digunakan dengan baik dan benar sesuai dengan kaidah yang dianjurkan. Seperti yang diketahui bahwa remaja tidak begitu suka dengan adanya aturan-aturan. Itulah sebabnya mengapa mereka lebih banyak memilih menggunakan bahasa alay daripada bahasa Indonesia.

Indikator dari seseorang yang eksistensi dirinya ingin diakui atau tidak oleh lingkungannya yaitu berdasarkan pada faktor pengalaman diri (*life history*). Dalam hal ini

hasil dari ketiga informan memiliki latar belakang yang berbeda mulai dari remaja personil sebuah grup band yang pasti sudah terbiasa bertemu banyak orang sehingga tidak canggung dalam bergaul, remaja yang tergolong biasa saja tapi ingin dikenal banyak temannya sebagai anak ‘gaul’ dengan sering *nongkrong* dan ikut kegiatan ekstrakurikuler di sekolahnya.

Sesuai dengan pemikiran Stuart Hall diatas, pemaknaan dari ketiga informan yang menonton MTV Alay pada penggunaan bahasa alay di program tersebut didapat diantaranya pada tingkat bahwa MTV Alay sebagai media dalam memproduksi pesan berhasil mencapai target dalam hal ini remaja. Remaja lalu mengkonsumsi pesan tersebut berdasarkan makna yang ditawarkan MTV Alay dan mempraktekkan penggunaan bahasa alay ke lingkungan pergaulannya sehari-hari. Dari *social self* individu remaja yang terbentuk dari faktor lingkungan yang mengatakan dia kurang bergaul jika tidak menggunakan bahasa alay yang ada di MTV Alay, dengan kondisi lingkungan yang mendukung menggunakan bahasa alay tersebut dan timbul *self esteem* yang tinggi jika menggunakan bahasa tersebut. Dan muncullah keinginan untuk melakukan apa saja yang membuat individu tersebut merasa ‘gaul’, dalam hal ini yaitu melalui penggunaan bahasa. Akhirnya dengan aktualisasi diri (*make something actual*), individu mewujudkan diri sesuai dengan apa yang dibutuhkan kelompoknya, dalam hal ini teman bermain dan teman sekolahnya. Dia merasakan adanya eksistensi di lingkungan tersebut jika menggunakan kata-kata alay yang ada pada program MTV Alay diantaranya “*unyu*”, “*cekidot bekidot*”, “*cemungud eaa*”.

Informan pada tingkat dominated ini memiliki pemaknaan penggunaan bahasa alay pada program MTV Alay bahwa mereka mendukung adanya program tersebut dan mempraktekan baik *gesture*, *paralanguage*, maupun kata-kata alay yang dilihat mereka dari si pembawa acara.

Pada tingkat individu remaja yang mengkonsumsi pesan dari MTV Alay akan tetapi bertolak belakang pada pengaplikasian dalam penggunaan bahasa alay, disini terlihat bahwa individu tidak terlalu ingin menunjukkan eksistensi dirinya lewat penggunaan bahasa alay. Walaupun *social self* yang terlihat oleh informan cukup kuat karena dianggap pergaulannya luas misalnya dari pergaulan luas dengan mengikuti kegiatan di sekolah atau diluar sekolah. Tetapi aktualisasi dirinya hanya mengaplikasikan sebagian gaya dalam penggunaan bahasa alay pada keadaan tertentu misalnya ikut menggunakan sebagian kata seperti “*unyu*” dan “*cekidot bekidot*” di lingkungan sekitarnya dan tidak pada bentuk penulisan alay yang ditampilkan di MTV Alay. Dalam hal ini pemaknaan dalam penggunaan bahasa alay pada program tersebut hanya sebagai hiburan.

BAB 7

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Bahasa *Alay* merupakan suatu bentuk penggunaan bahasa baru yang muncul dalam masyarakat, terutama di kalangan remaja. Bahasa *alay* secara tulisan memiliki ciri khas menggunakan kombinasi huruf, angka, dan simbol dalam mengetik SMS ataupun menulis pesan di situs jejaring sosial.

Dari penelitian mengenai pemaknaan remaja SMU dalam penggunaan bahasa alay pada program MTV Alay, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. MTV Alay merupakan program acara pertama di Indonesia pada akhir tahun 2010 yang menggunakan kata *alay* dan cukup memberikan informasi perbendaharaan kata *alay*. Penggunaan bahasa *alay* di program ini yang dipraktikkan remaja untuk mendapatkan identitas diri atau predikat anak “gaul”. Dalam penggunaan bahasa alay berbentuk pesan verbal maupun nonverbal, seperti penggunaan bahasa atau istilah-istilah khusus (*jargon* dan *argot*). Dari hasil penelitian mendapat beberapa perbendaharaan kata yang sering dilontarkan pembawa acara di acara ini dan menjadi *trending* di kalangan remaja misalnya kata “*unyu*” (arti: lucu), “*cekidot bekicot*” (arti: check it out) dan “*cemungud eaa*” (arti: semangat ya). Kata-kata tersebut hampir dituturkan pembawa acara di setiap awal acara, perubahan segmen dan akhir acara, dan bahkan di setiap akhir kalimatnya.
2. Alasan yang paling dasar menonton MTV Alay selain dari faktor hiburan dan pengetahuan bermusik, berawal dari sejarah MTV yang merupakan acara musik pertama di Indonesia yang menayangkan video musik dan kegiatan remaja yang dikemas menarik. Berawal dari sejarah tersebut, dan munculnya acara MTV Alay dengan memberikan informasi menggunakan bahasa *alay*, menumbuhkan keinginan yang kuat untuk meniru perilaku kawan sebayanya, dalam meningkatkan pergaulan, menghadapi perkembangan zaman, dan menarik perhatian orang lain agar dianggap “gaul”, “eksis”, dan diakui di lingkungan masyarakat dengan menggunakan bahasa alay yang ditampilkan di program tersebut. Dalam hal ini MTV Alay memberi banyak referensi bahasa.

Dari seluruh data-data yang didapat oleh peneliti terhadap remaja *alay*, hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa penggunaan bahasa *alay* yang ada di MTV Alay merupakan

suatu bentuk komunikasi baru yang memiliki tampilan yang berbeda dan unik dalam kalangan remaja generasi saat ini.

7.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

7.2.1 Implikasi Akademis

Penggunaan konsep pemaknaan sebagai kerangka pemikiran dalam penelitian ini sudah mampu menjelaskan bentuk komunikasi yang baru di kalangan remaja alay dengan berpedoman pada acara MTV Alay, yang menjelaskan bahasa *alay* yang disuguhkan di program tersebut merupakan suatu bentuk komunikasi baru yang memiliki tampilan yang unik dalam masyarakat.

7.2.2 Rekomendasi Akademik

- Untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat lebih dalam bagaimana dampak dari penggunaan bahasa alay dari program ini, apakah mempengaruhi perkembangan psikologis remaja atau kehidupan mereka dalam bermasyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Boyd-Barret, Oliver dan Chris Newbold. *Approaches to Media: A reader*.
New Tork: Oxford University Press. Flew, Terry. 2002.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2007.

Baker, Chris. 2005. *Cultur Studies* (terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana

Creswell, J.W. *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*.
Thousand Oakes: Sage Publications. 1994.

Devito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book Eleventh Edition*. Pearson Education Inc. USA. 2007.

Fisher Aubrey. 1997. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Keraf, Gorys. *KOMPOSISI: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Flores: Penerbit Nusa Indah. 1994.

Kountur, R., (2003), *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Thesis*, Penerbit PPM, Jakarta

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2002.

[Type text]

Liliweri, Alo. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset. 2003.

M.A, Morissan, 2009, *Teori Komunikasi*, Jakarta : PT. Ghalia Indonesia.

McQuail, 1987, *Teori Komunikasi Massa ed. 2*, Jakarta: Erlangga

Mehrabian, Albert. *Nonverbal Communication*. Chicago: Alsiue-Atherton, 1972.

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset. 2005.

Muslih, Moh. *Filsafat Ilmu: Kajian Atas Asumsi Dasar, Paradigma dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: Belukar. 2005.

Neuman, W.L. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon. 1997.

Onong Uchajana. *“Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 200.

Papalia, D. & Olds, S.W. 1992. *Human Development (5th ed.)*. New York: McGraw Hill.

Patton, M.Q. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. California: Sage Publications. 1990.

Peterson, T., J. Jensen, dan W. Rivers. *Mass Media and Modern Society*. New York: Holt, Rineheart & Winston, 1965.

Poerwandari, E.K. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. 2005.

Priyadi, BP. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2006.

Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2000.

Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 1994.

Richard West dan Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory*. New York: McGraw Hill. 2007.

Ruben, BD., dan Lea P Stewart, *Communication and Human Behavior*. Boston: Allyn and Bacon. 1998.

Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2006.

Samovar, Larry A. Richard E. Porter. *Communication Between Cultures*. California: Wadsworth, 1991.

-----, *Intercultural Communication: A Reader*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company. 1976.

Sendjaja, S.Djuarsa, Phd., dkk, *TEORI KOMUNIKASI*. Universitas Terbuka, 1999.

Sunarto, Kamanto. *Pengantar Sosiologi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2004.

Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Media Presindo.

Walhstrom, Billie J. *Perspectives on Human Communication*. Wm.C.Brown Publishers Dubuque, 1992.

Warsito, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Winarso, Heru Puji. 2005. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta : Prestasi Pustaka

WEBSITE:

<http://bahasa.kompasiana.com/2011/09/11/fenomena-bahasa-alay-nan-lebay/>

<http://www.facebook.com/pages/MTV-Alay/100199820041498>

<http://konselingcenter.co.cc/cetak.php?id=70>

<http://www.lpmjournal.com/uncategorized/bahasa-alay>

<http://www.pearsonhighered.com/product?ISBN=0205625703>

www.socialresearchmethods.net

<http://sosbud.kompasiana.com/2010/06/01/alay-dan-pertentangan-kelas/>

<http://www.tips-fb.com/2009/06/fight-against-alay-in-facebook.html>