



Permainan Bahasa dalam Dialog di ask.fm

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Tania Alifianita

NIM : 14030112140091

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

ABSTRAK

Nama : Tania Alifianita
NIM : 14030112140091
Judul : Permainan Bahasa dalam Dialog di ask.fm

Media sosial menjadi sarana komunikasi baru yang sangat digemari oleh semua orang dari berbagai kalangan. Hal ini karena, melalui media sosial, kita dapat berbagi tidak hanya informasi, tapi juga nilai, dan perilaku dengan sangat cepat serta mampu melintasi batasan sosial dan budaya yang sebelumnya ada pada medium komunikasi tradisional. Salah satu media sosial yang popular digunakan oleh kaum muda di Indonesia adalah ask.fm, yang berbasis tanya jawab. Setelah melihat sekilas permainan bahasa di ask.fm, terdapat keterlibatan antara elemen pribadi, sosial, dan kultural dalam pemaknaan sebuah pesan. Di Indonesia, percakapan dengan topik jender dan SARA melalui media sosial dilakukan dengan sangat hati-hati, namun hal berbeda justru terjadi dalam dialog di ask.fm. Pengguna ask.fm melakukan percakapan seputar SARA dan jender dalam suasana kasual dan menggunakan permainan bahasa untuk menciptakan suasana ini. Topik SARA dan jender menjadi perhatian khusus dalam penelitian ini, karena topik tersebut dapat dibicarakan dalam suasana kasual meskipun dianggap sensitif dan berpotensi menimbulkan konflik.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan memahami permainan bahasa pada dialog di ask.fm, khususnya profil SelebAsk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis percakapan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, *New Media Theory*, *Computer Mediated Communication Theory*, *Symbolic Interactionism Theory*, dan *Language Games Theory*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa permainan bahasa yang bersifat humoris menjadi pilihan kebanyakan SelebAsk saat melakukan perbincangan tentang SARA dan jender. Karena humor berfungsi sebagai pelepas ketegangan yang ampuh dan dapat dilontarkan dengan spontan. Ketidakcocokan atau inkongruitas antara ekspektasi pembaca dan kalimat yang diberikan oleh SelebAsk, merupakan benang merah terciptanya humor dalam percakapan. Terdapat makna superioritas dalam permainan bahasa humor yang mengacu pada sifat manusia secara alamiah sebagai individu kompetitif dan rakus akan kekuasaan. Namun dalam percakapan ask.fm, secara umum SelebAsk menggunakan permainan bahasa hanya untuk menggapai kesenangan semata tanpa ada tujuan lain yang merugikan kelompok lainnya. Di samping humor, digunakan pula permainan bahasa sarkasme sebagai bentuk superioritas atau keangkuhan kebudayaan atau kepribadian seseorang, dan bentuk serangan secara verbal kepada kelompok lain.

Kata kunci: *Analisis Percakapan, Permainan Bahasa, Media Sosial, Humor*

ABSTRACT

Name : Tania Alifianita
NIM : 14030112140091
Title : Language Games in ask.fm Conversations

The social media becomes a whole new way of communication which is very popular in any level of individuals. It is because, through social media, we can share not only information, but also values, dan actions which are transmitted rapidly across social and cultural limitations. One of the most popular social media among youth in Indonesia is ask.fm, which has question-answer type of interaction. If we look at ask.fm conversation in a glance, there is a harmonic involvement between personal, social, and cultural element in message interpreting. In Indonesia, conversation about SARA and gender through social media should be held in careful way, but otherwise it is been discussed in casual way by using language games. Ethnicity, Religion, Race, Inter-group relation (termed SARA) and gender issues are under the spotlight in this research, because these kind of issues can be discussed in very casual situation eventhough they are considered as sensitive issues and potentially building conflicts.

The objectives of the research are describing and understanding language games in conversation of ask.fm, especially the SelebAsk's profiles. This research uses qualitative method as well as conversation analysis, and *using Language Games Theory* as a main theory supported by *New Media Theory*, *Computer Mediated Communication Theory*, and *Symbolic Interactionism Theory*.

This research showed us that humourous kind of language games are commonly used by SelebAsk while discussing about SARA and gender issues. Because humour basically has the stress relieving function which is very effective dan could be transmitted spontaneously. Incompatibility or incongruity between reader's expectation and SelebAsk's utterances is the key to humorous conversation. There is superiority meaning within humorous language games which leads to human's natural characteristic as competitive and gluttonous for power. However in conversation of ask.fm, SelebAsk commonly use language games genuinely just for fun, achieving amusements without any intentions of hurting other groups. Aside from humour, sarcasm language game is also used as a form of superiority or vanity of particular culture or individual's personality, and as a verbal aggression towards other groups.

Keywords: *Conversation Analysis, Language Games, Social Media, Humour*

1. Latar Belakang

Pergerakan gaya hidup modern masyarakat mendorong terciptanya beberapa media sosial yang memiliki karakteristik dan keunggulan masing-masing, sehingga memberikan alternatif gaya (*style*) berkomunikasi yang berbeda dari sebelumnya. Media sosial menjadi sarana komunikasi baru yang sangat digemari oleh semua orang dari berbagai kalangan. Hal ini karena, melalui media sosial, kita dapat berbagi tidak hanya informasi, tapi juga nilai, dan perilaku dengan sangat cepat serta mampu melintasi batasan sosial dan budaya yang sebelumnya ada pada medium komunikasi tradisional.

Sejak diciptakan pada tahun 2010, media sosial ask.fm digunakan oleh lebih dari 83 juta pengguna aktif dan dikunjungi lebih dari 375 juta kali di seluruh dunia (<https://www.quantcast.com/ask.fm?country=GLOBAL#generalInterestsCard>). Di Indonesia sendiri, Ask.fm adalah satu media sosial yang cukup populer, bahkan saat ini menempati peringkat ke-6 kategori *social network* (http://www.similarweb.com/country_category/indonesia/internet_and_telecom). Dengan jumlah pengguna sebanyak 1,2 juta orang yang kebanyakan adalah remaja berumur 18-24 tahun (<https://www.quantcast.com/ask.fm?country=ID#trafficCard>) membuktikan bahwa ask.fm termasuk media sosial yang sangat digandrungi oleh remaja Indonesia.

Tidak jarang mereka yang pandai memberikan jawaban mendulang jumlah *likes* yang luar biasa banyaknya dan menjadi idola di dunia ask.fm, atau dalam istilahnya seorang SelebAsk. Beberapa SelebAsk yang terkenal di Indonesia, yaitu:

1. @MarcoIvanos. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara ini memiliki lebih dari 3 juta likers di profile ask fm nya, selain memiliki paras tampan juga terkenal akan answers-nya yang cerdas dan lucu.
2. @Rio_Damar adalah seorang mahasiswa penerima beasiswa Chevening yang berkuliah di Inggris. Rio yang memiliki sekitar 800 ribu likers di profilnya, juga dikenal sebagai pendiri website melela.org dimana para LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transjender) bisa membuka diri berkisah tentang kehidupannya.
3. @rezaphlv atau dikenal juga sebagai Presiden ask.fm karena jumlah likersnya yang sangat banyak, lebih dari 10 juta likers. Kepopulerannya di ask.fm meroket karena jawabannya yang menghibur, cerdas, ringan, sehingga mudah dimengerti muda-mudi.

Percakapan tidak biasa yang terjadi di profil ask.fm, khususnya profil para SelebAsk Indonesia seputar SARA, jender, dan lain sebagainya, menjadi topik yang sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut.

2. Rumusan Masalah

Setelah melihat sekilas permainan bahasa di ask.fm, terdapat keterlibatan antara elemen pribadi, sosial, dan kultural dalam pemaknaan sebuah pesan. Makna tidak semata-mata terletak dalam setiap hal ini, tapi dalam hubungan ketiga hal tersebut. Di Indonesia, percakapan dengan topik jender dan SARA melalui media sosial dilakukan dengan sangat hati-hati, namun hal berbeda justru terjadi dalam dialog di ask.fm. Pengguna ask.fm melakukan percakapan seputar SARA dan jender dalam suasana kasual dan menggunakan permainan bahasa untuk menciptakan suasana ini. Lalu, bagaimana permainan bahasa dalam dialog di ask.fm?

3. Teori Permainan Bahasa (Ludwig Wittgenstein)

Menurut Wittgenstein, bahasa digunakan oleh manusia dalam berbagai bidang kehidupan, dan dalam kehidupan manusia itu terdapat aturan penggunaan yang berbeda (Kaelan. 2004). Ia menolak pernyataan bahwa pemaknaan merupakan sebuah “proses kognitif”, namun baginya pemaknaan dan pemahaman berbeda-beda tergantung konsep pengalaman manusia. Ia mengibaratkan penggunaan bahasa sebagai sebuah permainan yang aturan-aturannya digunakan untuk mencapai tujuan. Masing-masing permainan bahasa memiliki aturannya sendiri, contohnya seseorang sudah seharusnya mengetahui bagaimana menggunakan bahasa ketika meminta maaf, memohon sesuatu, atau menuntut.

4. Teknik Analisis Data

Pengelompokan transkrip ke dalam kategori dilakukan agar identifikasi dan analisis dapat dilakukan dengan lebih mendetail. Kemudian transkrip potongan percakapan tersebut dianalisis berdasarkan 4 aspek penting dalam konteks. Sebab, menurut Cruse (2006: 35), konteks adalah faktor esensial dalam interpretasi ungkapan dan ekspresi. Aspek-aspek tersebut adalah:

- a) Situasi fisik yang langsung, yaitu terdapat hubungan antara konten dan pembaca. Dapat berupa kedekatan atau kesamaan tempat kejadian, latar belakang pribadi, atau kepentingan.
- b) Situasi yang lebih luas, termasuk hubungan sosial dan kekuasaan antara subjek yang disebutkan di dalam kalimat, penutur, dan pembaca,

- c) Pengetahuan yang diduga ditukarkan antara penutur (SelebAsk) dan pembaca. Merupakan asumsi makna tersurat dan ekspektasi penutur yang ingin disampaikan kepada pembaca.
- d) Apa yang sebenarnya dikatakan (*The Conversational Implicature*), yaitu makna tersembunyi di dalam kalimat. Makna tersebut diperoleh dengan mempertimbangkan ketiga situasi/kemungkinan di atas.

5. Humor dan Superioritas

Dalam konsep ini, menurut Ermida (1968: 15) humor dilihat sebagai fenomena interaktif yang berdasarkan pada hubungan asimetris antara dua atau lebih individu. Dan dipersepsikan sebagai pembawa kesenangan saat mereka merasa superior. Stimulus humor ini hampir selalu situasional, biasanya memperlihatkan kecacatan atau kelainan pada diri objek humor.

Orang lain yang menjadi objek humor biasanya berasal dari kelompok sosial yang lebih rendah, tidak hanya dari segi ekonomi atau sosial saja, namun kelompok sosial yang tidak memiliki porsi kekuasaan dan martabat tinggi. Misalnya kelompok yang secara rasial berkonotasi negatif atau berbeda, sering menjadi sasaran olok-anak kelompok lain yang lebih tinggi.

6. Konflik Ekspektasi dan Kenyataan dalam Humor

Teori inkongruitas menyatakan bahwa hal yang menyebabkan seseorang tertawa adalah sebuah persepsi akan sesuatu yang inkongruen. Fitur yang paling jelas terlihat dalam humor yaitu: ambiguitas, atau makna ganda, yang sengaja mengecoh audiens, kemudian diikuti dengan lelucon utamanya.

7. Humor Sebagai Pelepas Ketegangan

Seringkali, kita menemukan bentuk percakapan yang tidak memiliki tendensi atau kecenderungan makna lain di balik ungkapan, selain untuk hiburan semata. Demikian pula di ask.fm, SelebAsk juga sering melontarkan jawaban lucu tanpa disertai maksud apa pun selain untuk bercanda. Tujuannya murni untuk memperoleh kesenangan. Sebagaimana yang dikemukakan John Dewey (dalam Morreal, 2009:17) , lelucon menandai akhir dari masa ketegangan atau ekspektasi.

8. Kesimpulan

1. Permainan bahasa yang bersifat humoris menjadi pilihan kebanyakan SelebAsk saat melakukan perbincangan tentang SARA dan jender. Karena humor berfungsi sebagai pelepas ketegangan yang ampuh dan dapat dilontarkan dengan spontan. Ketidakcocokan atau inkongruitas antara ekspektasi pembaca dan kalimat yang diberikan oleh SelebAsk, merupakan benang merah terciptanya humor dalam percakapan
2. Terdapat pula makna superioritas dalam permainan bahasa humor yang mengacu pada sifat manusia secara alamiah sebagai individu kompetitif dan rakus akan kekuasaan. Melalui humor, manusia cenderung melempar olok-an atas kekurangan kelompok lain yang dirasa menjadi sebuah ancaman atau memiliki status lebih rendah darinya.
3. SelebAsk yang menjadi subjek penelitian ini ketiganya berjenis kelamin laki-laki, dan topik yang dibahas kebanyakan adalah tentang SARA, terutama agama. Beberapa ungkapan terkait agama yang digunakan sebagai permainan bahasa antara lain: *niqab* dan *jilboobs* yang identik dengan kaum perempuan beragama islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Firdaus. (2013). *Open Your Heart, Follow Your Prophet*. Jakarta: Qultum Media.
- Astari, Debi. (2014). Perilaku Berinternet dan Interaksi Sosial Remaja di Kota Semarang (Studi tentang Cyberbullying di Ask.fm). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Baran, J.Stanley and K.Dennis Davis. (2014). Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Barbulet, Gabriel. (2012). *Social Media- A pragmatic Approach: Contexts & Implicatures*. Turkey: Elsevier Ltd.
- Berdensky, W. Joseph. (2014). *A concise history of Nazi Germany: Fourth Ed*. UK: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Birkle, Carmen; Krewani, Angela and Kuester, Martin. (2014). *McLuhan's Global Village Today: Transatlantic Perspective (Studies for The International Society for Cultural History)*. London: Pickering and Chatto Ltd.
- Blumer, Herbert. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Methods*. London: University of California Press.
- Bolestuff, T. (2008). *Coming of age in second life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton: Princeton University Press.
- Data statistik tentang ask.fm di level global. (2016). Dalam <https://www.quantcast.com/ask.fm?country=GLOBAL#generalInterestsCard>. Diakses pada 7 Februari pukul 17.00 WIB
- Data peringkat media sosial dan website kategori internet dan telekomunikasi se-Indonesia. (2016) Dalam

http://www.similarweb.com/country_category/indonesia/internet_and_telecom. Diakses pada 7 Februari pukul 17.00 WIB

Data statistik dan demografis media sosial Facebook di level global. (2016). Dalam <http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/>. Diakses pada 7 Februari pukul 18.00 WIB

Ermida, Isabel. (1968). *The language of comic narratives : humor construction in short stories*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co.

Grayling, A.C. (1996). *Wittgenstein: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.

Griffin, Edward. (2003). The Chasm: Two Ethics That Divide The Western World.

Haiman, John. (1998). *Talk is Cheap: sarcasm, alienation, and the evolution of language*. New York: Oxford University Press.

HosseiniMardi, Homa. Et al. (2014). *A Comparison of Common Users across Instagram and Ask.fm to Better Understand Cyberbullying*. USA: University of Colorado.

Huang, Hanyun. (2014). *Social Media Generation in Urban China: A Study of Social Media Use and Addiction among Adolescents*. Heidelberg: Springer.

Kaelan. (2004). *Filsafat Analitis Menurut Ludwig Wittgenstein: Relevansinya Bagi Pengembangan Pragmatik*. Yogyakarta: Fakultas Filsafat Universitas Gajah Mada.

Kenny, Anthony. (2006). *Wittgenstein: Revised Edition*. USA: Blackwell Publishing.

Littlejohn, W.Stephen and Karen A.Foss. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. United States of America: SAGE Publications.

Moleong, Lexy. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Markee, Numa. (2000). *Conversation Analysis*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Neuman, W.Lawrence. (2007). *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches (2nd Edition)*. Boston: Pearson Education Inc.

N.N, Delise. (2014). *How Do You Facebook? The Jendered Characteristics of Online Interaction*. New Orleans: Springer.

N.N, Delise. (2014). *How Do You Facebook? The Jendered Characteristics of Online Interaction*. New Orleans: Springer.

Poblete, Barbara. et al. (2011). *Do All Birds Tweet the Same? Characterizing Twitter Around the World*. Chile.

Power, Kelly-Ann. (2013). *Professional Learning on Twitter: A content analysis of professional learning conversations among self-organized groups of educators*. Tesis. University of Windsor.

Ross, Alison. (2005). *The language of humour*. New York: Routledge.

Samovar, Larry. Porter, E. Richard. McDaniel, Edwin. 2010. *Komunikasi lintas budaya*. Jakarta:salemba humanika

Scott, Kate. (2014). *The pragmatics of hashtags: Inference and conversational style on Twitter*. United Kingdom: Elsevier Ltd.

Sidnell, Jack and Tanya Stivers. (2013). *The Handbook of Conversations Analysis*. UK: Blackwell Publishing Ltd.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tentang media sosial tanya jawab ask.fm. (2016). Dalam <http://about.ask.fm/about/>. Diakses pada

7 Februari pukul 17.00 WIB

Thurlow, Crispin; Lengel, Laura and Tomic Alice. (2004). *Computer Mediated Communication*. London: SAGE Publications Ltd.

Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa, Ed kedelapan*. Jakarta:Kencana

Vanderstoop; Scott.W. (2008). *Research methods for everyday life: Blending qualitative and quantitative approaches*. San Francisco: John Willey & Sons, Inc.

West, Richard. Turner H.Lynn. 2008. *Pengantar teori komunikasi: analisis dan aplikasi*. Jakarta:Salemba Humanika

Yule, George. (2006). *The Study of Language*. UK: Cambridge University Press.