

**PENGGUNAAN EUFEMISME OLEH WARGANET
DI MEDIA SOSIAL *TIKTOK*: KAJIAN STILISTIKA**

OLEH:

ANITA DWI PUTRI

(F011201013)



SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna meraih gelar Sarjana Sastra Indonesia
pada Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin*

DEPARTEMEN SASRA INDONESIA

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

SKRIPSI

PENGUNAAN EUFEMISME OLEH WARGANET DI MEDIA SOSIAL
TIKTOK: KAJIAN STILISTIKA

Disusun dan Diajukan Oleh:

ANITA DWI PUTRI

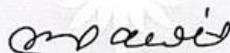
Nomor Pokok: F011201013

Telah Dipertahankan di Depan Panitia Ujian Skripsi

Pada 23 Juli 2024

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Menyetujui

Pembimbing



Prof. Dr. Muhammad Darwis, MS.
NIP 195908281984031004

Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Akin Duli, MA.
NIP 196407161991031010

Ketua Departemen Sastra Indonesia
Fakultas Ilmu Budaya,



Dr. Munira Hasjim, S.S., M.Hum.
NIP 19710510199832001

UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU BUDAYA

Pada hari ini, Selasa 23 Juli 2024 panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul: **Penggunaan Eufemisme oleh Warganet di Media Sosial Tiktok: Kajian Stilistika** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra di Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 Juli 2024

1. Prof. Dr. Muhammad Darwis, M.S. Pembimbing



2. Prof. Dr. Hj. Nurhayati, M.Hum. Penguji I



3. A. Meirling, S.S., M.Hum. Penguji II





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU BUDAYA

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10 Kampus Tamalanrea Makassar 90245
Telepon (0411) 587223-590159 Faximili (0411) 587223
Laman ilmubudaya.unhas.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN

Sesuai dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin nomor: 619/UN4.9.1/KEP/2024 tanggal 3 Juli 2024 atas nama **Anita Dwi Putri**, NIM **F011201013**, dengan ini menyatakan menyetujui hasil penelitian yang berjudul "Penggunaan Eufemisme oleh Warganet di Media Sosial *Tiktok*: Kajian Stilistika" untuk diteruskan kepada panitia Ujian Skripsi.

Makassar, 3 Juli 2024

Pembimbing,

Prof. Dr. H. Muhammad Darwis M.S.
NIP 195908281984031004

Disetujui untuk diteruskan kepada Panitia Ujian Skripsi
Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin

Dr. Hj. Munira Hasjim, S.S., M.Hum.
NIP 19710510 199803 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anita Dwi Putri
Nim : F011201013
Departemen : Sastra Indonesia
Judul : Penggunaan Eufemisme oleh Warganet di Media Sosial
Tiktok: Kajian Stilistika

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian sendiri, jika kemudian hari ternyata ditemukan plagiarisme, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai hukum yang berlaku dan saya bertanggung jawab secara pribadi dan tidak melibatkan pembimbing dan penguji.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan tanpa paksaan ataupun tekanan dari pihak lain.

Makassar, 23 Juli 2024



Anita Dwi Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini berjudul “Penggunaan Eufemisme oleh Warganet di Media sosial *Tiktok*”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S-1) dan memperoleh gelar Sarjana Sastra, di Departemen Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari banyaknya kesulitan yang dihadapi selama mengerjakan skripsi ini. Namun, berkat segala bentuk dukungan yang diperoleh dari keluarga, para dosen, khususnya dosen pembimbing, orang terkasih, dan teman-teman akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhammad Darwis, M.S., selaku pembimbing. Beliau adalah sosok yang berwibawa, sabar, disiplin, dan menyenangkan yang sangat penulis hormati serta segani. Bukan hanya ilmu yang penulis dapatkan dari beliau, namun juga semangat dan berbagai motivasi sebagai pendorong penulis mampu mengerjakan apa yang memang menjadi tujuan. Selama penyusunan skripsi, penulis merasakan sedikit keraguan akan kegagalan yang mungkin akan penulis hadapi. Namun, berkat hadirnya beliau sebagai pembimbing yang senantiasa paham dengan kesulitan dan selalu mengingatkan agar terus berusaha serta berdoa penulis mampu berada di titik sekarang ini. Penulis sangat bersyukur diberikan kesempatan dibimbing secara langsung oleh beliau.

2. Prof. Dr. Nurhayati, M.Hum., selaku penguji I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis dalam menyempurnakan skripsi ini. Beliau adalah sosok yang tegas dan sangat penulis hormati.
3. A. Meirling AJ, S.S., M.Hum., selaku penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis dalam menyempurnakan skripsi ini. Beliau adalah sosok yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dan sangat penulis hormati.
4. Dr. Hj. Munira Hasjim, M.Hum., selaku ketua departemen yang telah memudahkan penulis dalam hal pengurusan berkas dan memberikan saran yang membangun untuk penulis.
5. seluruh dosen yang telah memberikan ilmu, inspirasi, dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.
6. Murli, S.Sos, M.Si., selaku Kepala Sekretariat Departemen Sastra Indonesia yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan segala urusan administrasi selama penyusunan skripsi ini.
7. para staf dan karyawan akademik Fakultas Ilmu Budaya yang telah membantu penulis dalam hal-hal terkait kelengkapan berkas.
8. kedua orang tua tercinta, Tahang dan Marpida yang tiada hentinya memberikan kasih sayang dan dukungan berupa doa yang tulus kepada penulis. Mereka merupakan sosok yang selalu menjadi motivator penulis agar memberikan yang

terbaik dan tidak putus asa dengan segala kesulitan dan hambatan yang penulis hadapi. Ucapan terima kasih untuk mereka tidak bisa dituliskan dengan hanya satu halaman saja, bahkan berapa halamanpun tidak pernah cukup seperti kasih penulis terhadap mereka.

9. seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan tepat waktu.
10. teman-teman dan sahabat yang penulis banggakan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Meskipun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Sekian dan terima kasih.

Makassar, 23 Juli 2024

Anita Dwi Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
Abstrak	xiv
<i>Abstrak</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoretis	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Stilistika	10

a. Pengertian Stilistika.....	10
b. Pembagian Stilistika	11
1) Stilistika Linguistik.....	11
2) Stilistika Sastra	11
2. Gaya Bahasa.....	12
a. Pengertian Gaya Bahasa	12
b. Pembagian Gaya Bahasa	13
1) Gaya Bahasa dari Nonbahasa	14
2) Gaya Bahasa dari Segi Bahasa	14
3. Eufemisme	16
a. Pengertian Eufemisme	17
b. Konstruksi Eufemisme	19
c. Pembagian Eufemisme	19
d. Bentuk Eufemisme	20
1) Penggunaan Singkatan	21
2) Penggunaan Kata Serapan.....	22
3) Penggunaan Istilah Asing.....	23
4) Penggunaan Metafora	24
5) Penggunaan Parafrasa	25
4. Frekuensi.....	26
5. Media Sosial.....	26
a. Pengertian Media Sosial	26

b. Ciri-ciri Media Sosial	28
c. Manfaat Media Sosial	30
6. <i>Tiktok</i>	31
a. Pengertian <i>Tiktok</i>	31
b. Sejarah <i>Tiktok</i>	32
c. Tujuan <i>Tiktok</i>	33
d. <i>Tiktok</i> Edisi 34.7.0.....	33
7. Warganet	34
B. Penelitian Relevan.....	35
C. Kerangka Pikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
C. Jenis dan Sumber Data	42
D. Populasi dan Sampel	44
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	44
1. Metode Pengumpulan Data	44
2. Teknik Pengumpulan Data.....	45
a. Teknik Dokumentasi	45
b. Teknik Catat.....	45
F. Metode Analisis Data	45
G. Prosedur Penelitian	46

BAB IV HASIL PENELITIAN	48
A. Hasil Penelitian.....	48
B. Pembahasan	49
1. Bentuk-bentuk Eufemisme.....	49
a. Penggunaan Singkatan.....	49
1) Inisial	49
2) Akronim	56
b. Penggunaan Kata Serapan	60
c. Penggunaan Istilah Asing	69
d. Penggunaan Metafora.....	73
e. Penggunaan Parafrasa.....	79
2. Frekuensi Penggunaan Eufemisme.....	83
a. Frekuensi Penggunaan Singkatan.....	83
1) Inisial	83
2) Akronim	84
b. Frekuensi Penggunaan Kata Serapan	85
c. Frekuensi Penggunaan Istilah Asing	86
d. Frekuensi Penggunaan Metafora.....	87
e. Frekuensi Penggunaan Parafrasa.....	87
BAB V PENUTUP.....	90
A. Simpulan	90
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN 1	96
LAMPIRAN 2	99

Abstrak

ANITA DWI PUTRI. *Penggunaan Eufemisme oleh Warganet di Media Sosial Tiktok: Kajian Stilistika* (dibimbing oleh **Muhammad Darwis**).

Eufemisme di media sosial termasuk bahasa yang khas dalam penggunaan corak bahasa. Pola-pola baru ditemukan dalam penggunaannya di media sosial *Tiktok*. Penelitian ini bertujuan memaparkan bentuk dan frekuensi penggunaan eufemisme di media sosial *Tiktok* edisi 34.7.0 pada Januari hingga Maret 2024. Populasi penelitian mencakup kalimat yang mengandung kata atau frasa eufemisme dalam komentar warganet. Data yang ditemukan dikumpulkan dengan teknik simak, dokumentasi dan catat, serta diambil secara purposive dengan minimal tiga data untuk setiap kategori. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif untuk mengklasifikasi dan mengelompokkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima bentuk eufemisme tersebar dalam 47 data yang digunakan oleh warganet: (1) penggunaan singkatan (inisial dan akronim), (2) penggunaan kata serapan, (3) penggunaan istilah asing, (4) penggunaan metafora, dan (5) penggunaan parafrasa. Setiap bentuk penggunaan eufemisme dapat ditentukan frekuensi penggunaan. Hal ini berarti bahwa eufemisme yang paling dominan digunakan oleh warganet di media sosial *Tiktok* adalah bentuk singkatan, dengan 13 data. Dominasi ini disebabkan oleh adanya dua subkategori dalam singkatan, yaitu inisial dan akronim, yang memperluas variasi dan frekuensi penggunaannya. Sebaliknya bentuk eufemisme yang paling jarang digunakan adalah parafrasa, dengan hanya 6 data, karena hanya memiliki satu kategori. Temuan ini mengindikasikan kecenderungan warganet untuk menggunakan kata-kata yang lebih singkat dan padat dalam komunikasi. Hal ini mungkin disebabkan oleh kebutuhan untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan efisien di platform media sosial yang memiliki karakteristik komunikasi singkat dan sering kali dibatasi oleh jumlah karakter.

Kata kunci: eufemisme, frekuensi, warganet, *Tiktok*

Abstrak

ANITA DWI PUTRI. *Use of Euphemisms by Netizens on Tiktok Social Media: Stylistic Study (supervised by Muhammad Darwis).*

Euphemisms on social media include language that is typical in the use of language patterns. New patterns were discovered in its use on Tiktok social media. This research aims to explain the form and frequency of use of euphemisms on social media Tiktok edition 34.7.0 from January to March 2024. The research population includes sentences containing euphemistic words or phrases in netizen comments. The data found was collected using listening, documentation and note-taking techniques, and was taken purposively with a minimum of three data for each category. Analysis was carried out using descriptive methods to classify and group data. The results of the research show that there are five forms of euphemisms spread across 47 data used by netizens: (1) use of abbreviations (initials and acronyms), (2) use of loan words, (3) use of foreign terms, (4) use of metaphors, and (5) use of paraphrases. Each form of euphemism use can be determined by the frequency of use. This means that the most dominant euphemisms used by netizens on Tiktok social media are abbreviations, with 13 data. This dominance is due to the existence of two subcategories within abbreviations, namely initials and acronyms, which expand the variety and frequency of their use. On the other hand, the most rarely used form of euphemism is paraphrase, with only 6 data, because it only has one category. This finding indicates netizens' tendency to use shorter and more concise words in communication. This may be due to the need to convey messages quickly and efficiently on social media platforms which are characterized by short communications and often limited character counts.

Keywords: euphemism, frequency, netizens, Tiktok

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh manusia. Bahasa digunakan oleh manusia untuk menyampaikan sesuatu baik itu secara timbal balik ataupun tidak. Bahasa menjadi pembeda antara manusia dengan makhluk hidup lainnya. Bahasa merupakan wadah untuk manusia melakukan komunikasi. Komunikasi tersebut dapat berupa komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Dalam komunikasi tentu ada aturan-aturan yang bertujuan menjaga nilai rasa kesopanan dan tanggapan yang positif untuk lawan komunikasinya. Komunitas berbahasa memiliki kriteria tertentu untuk mengukur etika seseorang, salah satunya tentang pengekspresian sesuatu hal yang mengandung ungkapan tabu.

Ungkapan dikatakan sebagai suatu hal tabu, ketika seseorang menyampaikan selalu berupaya agar apa yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pendengarnya. Salah satu caranya dengan menggunakan gaya bahasa. Gaya bahasa erat kaitannya dengan ilmu stilistika. Stilistika (stylistics) adalah ilmu yang secara spesifik mengungkap penggunaan gaya bahasa melalui cara memilih kata serta penggunaan struktur bahasa yang khas. Ada beberapa gaya bahasa yang termasuk ke dalam kajian ilmu stilistika. Salah satu gaya bahasa yang dimuat pada stilistika, yakni gaya bahasa eufemisme.

Darwis, (2013:3) menjelaskan bahwa sebagai kajian stilistika, eufemisme digunakan sebagai pilihan kemungkinan untuk pengungkapan sesuatu yang tidak disenangi, bersifat tabu, dan sensitif, serta untuk menghindari muka, baik muka

sendiri maupun mitra tutur atau pihak ketiga yang terlibat dalam penuturan itu. Menurut Keraf, (2010) kata eufemisme berasal dari kata bahasa Yunani *euphemizein* ialah mempergunakan kata-kata dengan arti yang baik atau dengan tujuan yang baik. Eufemisme merupakan salah satu gaya bahasa berfungsi untuk mengganti kata atau ungkapan yang bermakna kasar dengan kata atau ungkapan yang lebih halus. Eufemisme digunakan untuk menyampaikan pesan dengan lebih beretika, sopan, dan santun.

Kajian eufemisme ini memberikan gambaran berbagai macam perubahan makna kata yang berkaitan dengan berbagai hal mengenai budaya berbahasa masyarakat modern. Eufemisme merupakan ungkapan halus untuk menghindari ungkapan atau bahasa yang kasar dan kurang sopan demi menjaga kesantunan. Penghalusan dalam eufemisme menyebabkan makna dari suatu ungkapan bergerak dan bergeser. Setiap individu hendaknya memiliki pemahaman mengenai hal tersebut untuk menghindari kesalahan penafsiran.

Media sosial merupakan salah satu wadah seseorang berkomunikasi secara tidak langsung melalui tulisan. Media sosial merupakan wadah untuk berkomunikasi dan bertukar informasi tanpa terhalangi oleh lokasi dan waktu. Penggunaan media sosial seolah-olah tidak memiliki batasan dalam berbahasa pada media sosial. Banyak jenis bahasa yang digunakan baik itu kasar, sopan, santun, dan sebagainya. Namun, seiring perkembangannya gaya bahasa eufemisme pula banyak ditemukan pada media sosial. Salah satu media sosial yang dimaksud dalam hal ini, yakni *Tiktok*.

Tiktok merupakan platform media sosial yang memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga tiga menit yang didukung dengan berbagai fitur di dalamnya. *Tiktok* merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digemari seseorang, setiap konten yang diinginkan hampir keseluruhan termuat di dalamnya. Pada unggahan-unggahan yang ditemukan oleh warganet tersebut mereka dapat berkomentar pada postingan yang diunggah oleh kreator *Tiktok*. Komentar tersebut dapat dilontarkan secara bebas tanpa batas.

Kajian stilistika terhadap penggunaan eufemisme oleh warganet di media sosial *Tiktok* memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana warganet berinteraksi di media sosial, serta bagaimana mereka memandang berbagai topik dan isu yang sedang hangat diperbincangkan. Selain itu, kajian stilistika ini juga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana penggunaan eufemisme dapat mempengaruhi cara warganet memandang suatu topik atau isu, serta bagaimana penggunaan eufemisme dapat mempengaruhi cara warganet berinteraksi satu sama lain di media sosial.

Pada beberapa komentar banyak ditemukan berbagai macam gejala-gejala berbahasa. Eufemisme merupakan salah satu gejala yang lumayan banyak ditemukan pada komentar-komentar yang diungkapkan oleh warganet pada unggahan para kreator tersebut. Pada unggahan tersebut warganet berkomentar dengan bebas, baik itu pro maupun kontra. Eufemisme tersebut tentu memiliki bentuk dan alasan digunakannya gaya bahasa tersebut yang berbeda-beda tergantung dari maksud yang ingin diungkapkan oleh warganet yang berkomentar

berkaitan unggahan tersebut. Ungkapan-ungkapan eufemisme yang terdapat pada komentar *Tiktok* kebanyakan telah mengalami pembaharuan yang cukup pesat mengikuti perkembangan zaman dan memuat ungkapan yang lebih gaul. Ada beberapa contoh ungkapan yang ditemukan pada komentar warganet di *Tiktok*.

Contoh berikutnya, yaitu akun warganet @rahmanrido739 berkomentar pada unggahan @BAJAK NERAKA “*korupsi* semuanya” ungkapan *korupsi* menggantikan atau memperhalus kata *pencuri*. Ungkapan tersebut tetap dalam bahasa Indonesia tetapi lebih memperhalus ungkapan dalam bentuk parafrase. Alasannya untuk mengurangi rasa malu seorang pelaku *korupsi*.

Contoh lain akun warganet @tohari9720 berkomentar pada unggahan @harapanrakyat.com “Siap *Gulung Tikar* MIN...”. Ungkapan *Gulung Tikar* menggantikan atau memperhalus kata *bangkrut*. Kata tersebut merupakan ungkapan dalam bentuk metafora. Alasannya untuk menyamarkan makna agar tidak orang tersebut tidak langsung tersinggung.

Contoh dalam bentuk lain seperti akun @Bobb_cok berkomentar pada unggahan @Rakyat Merdeka “mungkin dh lupa siapa yg *melengserkan* Gusdur”. Ungkapan tersebut dalam bentuk penggunaan parafrase. Alasannya untuk kesopanan dan kenyamanan. *Melengserkan* lebih sopan didengar dari kata *memecat*. Hal tersebut dilakukan agar orang yang dimaksud tersebut masih merasa nyaman.

Fenomena tersebut menjadi sangat menarik untuk dibahas. Terutama berfokus pada media sosial *Tiktok*. Zaman sekarang, *Tiktok* menjadi platform yang sangat digemari di mana pun. Mulai dari kalangan remaja hingga dewasa menggunakan *tiktok*. Media sosial *Tiktok* edisi 34.7.0 yang digunakan dalam hal ini tentu memiliki kelebihan dari edisi sebelumnya. Kelebihan dari *Tiktok* edisi ini warganet dapat berkomentar secara bebas apabila kreator membuka komentar untuk umum. Namun, bisa saja kreator membatasi komentarnya dengan mengubah pengatur komentar menjadi hanya untuk teman. Kemudian komentar yang merasa kurang pantas dapat dihapus oleh kreator yang mengunggah video tersebut, atau bahkan

dari pihak *Tiktok* sendiri. Banyak pembaharuan ungkapan-ungkapan eufemisme oleh warganet di dalam berkomentar.

Pada media sosial *Tiktok* banyak ditemukan penggunaan eufemisme. Hal tersebut disebabkan untuk menghindari penggunaan kata yang kurang pantas diucapkan dan dianggap kasar. Selain ungkapan kasar tersebut dapat secara otomatis dihapus oleh pihak *Tiktok* ada pula alasan lainnya. Pada zaman sekarang segala sesuatu telah diatur oleh Undang-Undang. Pada penggunaan media sosial misalnya ketika warganet menggunakan bahasa yang kasar atau kurang pantas diucapkan membuat seseorang yang diberi komentar keberatan maka dapat dilaporkan dengan dasar Undang-Undang.

Undang-undang yang mengatur hal tersebut ialah Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang yang mengatur hal tersebut lebih tepatnya pada pasal 27 A “Setiap orang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain dengan cara menuduhkan suatu hal, dengan maksud supaya hal tersebut diketahui umum dalam bentuk informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang dilakukan melalui sistem elektronik”. Berdasarkan hal tersebut seseorang lebih berhati-hati dalam berbahasa di media sosial. Maka gaya bahasa eufemisme menjadi pilihan seseorang untuk berkomentar agar lebih baik dan membuat makna suatu kata lebih halus dan menyamarkan makna.

Penggunaan eufemisme diangkat sebagai masalah dalam penelitian, selain dilandasi oleh undang-undang ada pula penyebab lainnya. Penggunaan eufemisme diangkat karena termasuk penggunaan bahasa yang khas dalam penggunaan corak

bahasa. Oleh karena itu, corak bahasa yang khas tersebut perlu diungkap untuk diketahui oleh masyarakat luar. Berdasarkan hal tersebut terbitlah judul penelitian “Penggunaan Eufemisme oleh Warganet di Media Sosial *Tiktok*: Kajian Stilistika” dengan alasan ingin mengetahui seberapa banyak bentuk eufemisme dengan pola-pola kebahasaan baru yang diungkapkan oleh warganet dalam berkomentar.

Setelah melihat bentuk-bentuk dari eufemisme, selanjutnya frekuensi penggunaan eufemisme dari setiap bentuk yang ditemukan dapat diungkapkan. Frekuensi penggunaan dilihat dari bentuk mana yang lebih dominan digunakan maupun yang tidak dominan. Hal tersebut disebabkan ingin melihat kecenderungan warganet dalam berkomentar di media sosial. Warganet terkenal memiliki kecenderungan berbahasa sesuai kebutuhan, yaitu singkat, padat, dan jelas. Selain itu media sosial memiliki karakteristik penyampaian pesan yang cepat dan seringkali terbatas jumlah karakter. Jadi, melalui pengungkapan frekuensi untuk melihat penggunaan yang dominan dan tidak dominan dari setiap bentuk eufemisme dapat diketahui bagaimana kecenderungan warganet dalam berbahasa di media sosial. Demikian, penelitian ini dapat memberikan pembaharuan bagi ilmu bahasa dengan hadirnya ungkapan-ungkapan eufemisme yang lebih bersifat positif.

Penggunaan eufemisme oleh warganet dalam berkomentar pada unggahan yang ada di media sosial *Tiktok* dapat menjadi sebuah kajian stilistika yang menarik. Kajian stilistika ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana warganet berinteraksi dan berkomunikasi di media sosial, serta bagaimana mereka memandang berbagai topik yang sedang hangat

diperbincangkan. Topik yang dipilih bukan hanya satu karena mempertimbangkan kecukupan data yang diperlukan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Penggunaan bentuk-bentuk eufemisme baru banyak ditemukan pada komentar warganet pada video unggahan kreator di media sosial *Tiktok*.
2. Frekuensi penggunaan eufemisme dari setiap bentuk yang digunakan warganet untuk berkomentar pada video unggahan kreator di media sosial *Tiktok*.

C. Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi data mengenai bentuk-bentuk penggunaan eufemisme baru yang digunakan warganet untuk berkomentar secara bebas pada video di media sosial *Tiktok*.
2. Penelitian ini hanya menganalisis frekuensi penggunaan eufemisme dari setiap bentuk yang digunakan oleh warganet dalam berkomentar secara bebas pada video di media sosial *Tiktok*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk-bentuk eufemisme yang digunakan warganet dalam berkomentar pada unggahan video di media sosial *Tiktok*?

2. Bagaimana frekuensi penggunaan setiap bentuk eufemisme yang digunakan oleh warganet dalam berkomentar pada unggahan video di media sosial *Tiktok*?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi, menentukan serta mendeskripsikan terhadap rumusan masalah yang telah diuraikan, yaitu:

1. Untuk mengungkap bentuk-bentuk eufemisme yang digunakan warganet dalam berkomentar pada video di media sosial *Tiktok*.
2. Untuk mengungkap frekuensi penggunaan eufemisme dari setiap bentuk oleh warganet dalam berkomentar pada video di media sosial *Tiktok*.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoretis maupun manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pengembangan serta acuan dalam membahas mengenai eufemisme ke depannya. Selain itu, dapat dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian sejenis, khususnya mengkaji eufemisme dengan pisau analisis stilistika.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Manfaat penelitian bagi para peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat meningkatkan maupun menambah pengetahuan dalam bidang bahasa khususnya eufemisme.

b. Manfaat penelitian bagi masyarakat

Melalui penelitian ini, masyarakat diharapkan dapat mengetahui berbagai macam bentuk dan frekuensi dari penggunaan eufemisme yang sering ditemukan atau bahkan digunakan dalam berkomentar baik secara langsung maupun tidak langsung.

c. Manfaat penelitian bagi pembaca

Melalui penelitian ini, pembaca diharapkan dapat mengetahui berbagai macam bentuk dan frekuensi dari penggunaan eufemisme yang sering ditemukan atau bahkan digunakan dalam berkomentar baik secara langsung maupun tidak langsung.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Stilistika

a. Pengertian Stilistika

Stilistika berasal dari bahasa Inggris *stylistic* yang diturunkan dari kata *style* yang berarti gaya. Secara definisi stilistika adalah ilmu gaya bahasa. Stilistika dapat dikatakan sebagai ilmu yang mempelajari tentang keberadaan gaya bahasa dalam karya sastra. Menurut Darwis, (2002:91) telaah ilmiah terhadap karya sastra dengan orientasi linguistik lazimnya dimasukkan ke dalam wilayah bidang ilmu stilistika. Oleh karena itu terminologi stilistika adalah terminologi linguistik.

Menurut Leech, (2007:11) stilistika sebagai studi (linguistik) tentang gaya, jarang dilakukan untuk kepentingan sendiri, hanya sebagai latihan untuk menggambarkan kegunaan bahasa. Berikutnya menurut Verdonk, (2002:4) stilistika atau studi tentang gaya sebagai analisis ekspresi yang khas dalam bahasa dan deskripsi tujuan serta.

Menurut Pradopo, (2021:2) stilistika itu ilmu tentang gaya (bahasa). Menurut Nurgiyantoro, (2018: 41) stile pada hakikatnya merupakan teknik. Stile adalah teknik pemilihan ungkapan kebahasaan yang dapat mewakili sesuatu yang akan diungkapkan dengan sekaligus untuk mencapai efek keindahan. Demikian dapat ditegaskan bahwa stilistika adalah ilmu yang mengungkapkan penggunaan gaya bahasa yang khas. Stilistika juga mampu berdiri sebagai penyumbang terhadap penelitian gaya bahasa untuk mencapai berbagai bentuk pemaknaan. Kemudian

ditegaskan pula bahwa telaah ilmiah terhadap suatu teks secara rinci dengan teknik pengungkapan kebahasaan agar lebih indah. Hal tersebut menghasilkan berbagai *style* atau gaya bahasa.

b. Pembagian Stilistika

Menurut Darwis, (2002:91) stilistika terbagi dua, yaitu stilistika linguistik dan stilistika sastra, sebagai berikut:

1) Stilistika Linguistik

Menurut Darwis, (2002:91) stilistika linguistik berusaha menyingkapkan fakta-fakta linguistik untuk menjelaskan keberadaan penggunaan gaya bahasa antara pengarang yang satu dengan pengarang yang lain (serangkaian ciri individual), antara kelompok pengarang yang satu dengan kelompok pengarang yang lain (serangkaian ciri kolektif), baik secara sinkronik maupun diakronik, atau menjelaskan perbedaan ragam bahasa karya sastra dengan ragam bahasa karya non sastra. Dalam stilistika linguistik tidak terdapat kewajiban untuk menjelaskan keterkaitan antara pilihan kode bahasa (bentuk linguistik) dan fungsi atau efek estetika atau artistik karya sastra.

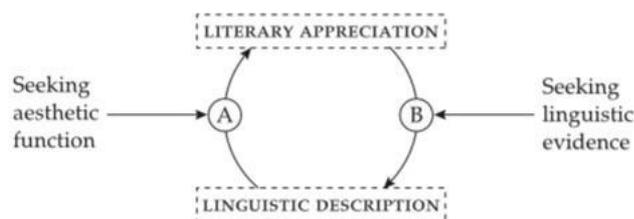
2) Stilistika Sastra

Menurut Darwis, (2002:91) yang ditekankan dalam stilistika sastra ialah bagaimana menemukan fungsi sastra, yaitu memberikan efek estetika (puitis). Efek estetika ini dicoba untuk dideskripsikan melalui penyodoran fakta-fakta linguistik. Demi mencapai tujuan estetika ini, kalau perlu dilakukan penyimpangan atau manipulasi gramatikal semantis.

2. Gaya Bahasa

a. Pengertian Gaya Bahasa

Gaya bahasa tentu tidak terlepas dari ilmu stilistika. Menurut Leech, (2007:11) gaya adalah sebuah konsep rasional. Beberapa studi statistik yang lebih ketat mengenai gaya bertujuan untuk menemukan penulis karya yang atribusinya yang meragukan. Penyelidikan semacam ini cenderung berkonsentrasi pada ciri-ciri kebahasaan yang belum tentu relevan secara artistik, misalnya rentan kosakata, panjang kalimat, atau frekuensi konjungsi tertentu, dengan prinsip ‘cap jempol’ asli seorang penulis lebih mungkin ditemukan dalam tulisannya.



Menurut Keraf, (2010: 112) gaya, khususnya gaya bahasa ini, dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* merupakan turunan dari kata latin *stilus*, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Kemudian kata *style* berubah menjadi kemampuan dan keahlian untuk menulis atau mempergunakan kata-kata secara indah. Gaya bahasa memiliki dua sudut pandang yang berbeda yaitu dari segi bahasa maupun non bahasa. Gaya bahasa dari segi non bahasa dapat dikategorikan berdasarkan pengarang, waktu, media, dan sebagainya. Berbeda dengan itu, gaya bahasa, yaitu dilihat dari pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan penyampaian kalimat.

Gaya bahasa yang merupakan bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Cocok tidaknya kata- kata yang dipergunakan dengan gaya bahasa disesuaikan dengan pikiran atau perasaan orang yang menggunakannya karena gaya bahasa merupakan bagian dari pilihan kata, maka dari itu tidak lepas dari penguasaan kosakata bagi penutur kata tersebut. Keraf kembali menyatakan pendapatnya bahwa gaya bahasa juga bermakna cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis atau pemakai bahasa.

Kridalaksana, (2001: 75) mengemukakan bahwa, gaya bahasa secara luas, yakni 1) pemanfaatan atas kekayaan bahasa oleh seseorang dalam bertutur atau menulis. 2) pemakaian ragam tertentu untuk memperoleh efek-efek tertentu. 3) keseluruhan ciri-ciri bahasa sekelompok penulis sastra. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya bahasa adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana mengekspresikan sesuatu dalam diri, baik dalam bentuk tulisan maupun dalam bentuk lisan. Selain itu gaya bahasa dapat disampaikan secara individu maupun kelompok. Oleh sebab itu gaya bahasa dapat membuat seseorang mudah dinilai dari segi watak maupun yang lainnya. Berkaitan dengan penjelasan sebelumnya bahwa gaya bahasa dibedakan dari segi bahasa dan nonbahasa.

b. Pembagian Gaya Bahasa

Menurut Keraf, (2010:115) gaya bahasa dapat ditinjau dari bermacam-macam sudut pandangan. Oleh sebab itu, sulit diperoleh kata sepakat mengenai

suatu pembagian yang bersifat menyeluruh dan diterima oleh semua pihak. Berikut beberapa jenis gaya bahasa menurut Keraf, yaitu (1) gaya bahasa dari nonbahasa dan (2) gaya bahasa dari segi bahasa, sebagai berikut:

1) Gaya Bahasa dari NonBahasa

Pengikut Aristoteles menerima *style* dari bermacam-macam unsur. Pada dasarnya terbagi menjadi tujuh pokok, yaitu berdasarkan pengarang, berdasarkan masa, berdasarkan medium, berdasarkan subyek, berdasarkan tempat, berdasarkan hadirin, dan berdasarkan tujuan.

2) Gaya Bahasa dari Segi Bahasa

Dilihat dari sudut bahasa yang digunakan, maka gaya bahasa dapat dibedakan berdasarkan titik tolak unsur bahasa yang dipergunakan, yaitu (a) gaya bahasa berdasarkan pilihan kata; (b) gaya bahasa berdasarkan nada; (c) gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat; dan (d) gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna, sebagai berikut :

a) Gaya Bahasa berdasarkan Pilihan Kata

Berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa mempersoalkan kata mana yang paling tepat dan sesuai untuk porsi-porsi tertentu dalam kalimat, secara tepat dan tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat. Dalam bahasa standar, gaya bahasa berdasarkan pilihan kata dapat dibedakan atas gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi, dan gaya bahasa percakapan.

b) Gaya Bahasa berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sugesti tersebut akan lebih nyata ketika diikuti dengan sugesti suara dari pembicara bila yang dihadapi bahasa lisan. Nada pertama-tama lahir dari sugesti yang dipancarkan oleh rangkaian kata-kata, sedangkan rangkaian kata-kata itu tunduk pada kaidah sintaksis yang berlaku. Berdasarkan hal tersebut gaya bahasa dilihat dari sudut nada yang terkandung dalam sebuah wacana terbagi atas gaya bahasa sederhana, gaya bahasa mulia dan bertenaga, dan gaya bahasa menengah.

c) Gaya Bahasa berdasarkan Struktur Kalimat

Struktur sebuah kalimat dapat dijadikan landasan untuk menciptakan gaya bahasa. Struktur kalimat adalah kalimat bagaimana sebuah unsur kalimat yang penting dalam kalimat tersebut. Ada kalimat yang bersifat periodik, bersifat kendur, dan kalimat berimbang. Berdasarkan hal tersebut diperoleh gaya bahasa seperti klimaks, antiklimaks, paralelisme, antitetis, repetisi. Salah satu gaya bahasa, yaitu repetisi terbagi lagi atas epizeuksis, tautotes, anafora, epistofora, simpleks, mesodiplosis, epanalepsis, dan anadiplosis.

d) Gaya Bahasa berdasarkan Langsung Tidaknya Makna

Gaya bahasa berdasarkan makna diukur dari langsung tidaknya makna, yaitu apakah acuan yang dipakai masih mempertahankan makna denotatifnya atau sudah ada penyimpangan. Gaya bahasa ini biasanya disebut sebagai *trope* yang berarti 'pembalikan atau 'penyimpangan'. Kemudian berganti dengan istilah *figure of speech*. *Trope* atau *figure of speech* berfungsi untuk menjelaskan, memperkuat,

menghidupkan objek yang mati, menstimulasi asosiasi, menimbulkan gelak tawa, atau untuk hiasan. Gaya bahasa *trope* atau *figure of speech* dibagi atas dua kelompok, yaitu (1) gaya bahasa retorik; dan (2) gaya bahasa kiasan, sebagai berikut:

(1) Gaya Bahasa Retorik

Macam-macam gaya bahasa retorik, yaitu aliterasi, asonansi, anastrof, apofasis atau preterisio, apostrof, asindeton, polisindeton, kiasmus, ellipsis, eufemismus, litotes, hysteron proteron, pleonasme dan tautologi, periphrasis, prolepsis atau antipraxis, erotesis dan pertanyaan retorik, silepsis dan zeugma, koreksio dan epanortosis, hiperbol, paradoks, dan oksimoron.

(2) Gaya Bahasa Kiasan

Pada mulanya bahasa kiasan berkembang dari analogi. Analogi diartikan sebagai kemiripan atau relasi identitas antara dua pasangan istilah berdasarkan sejumlah besar ciri yang sama. Analogi tersebutlah yang kemudian berkembang menjadi kiasan. Ada beberapa macam kiasan, yaitu persamaan atau simile, metafora, alegori, parable, fabel, personifikasi, alusi, eponym, epitet, sinekdoke, metonimia, antonomasia, hipalase, ironi, sinisme, sarkasme, satire, inuendo, antifrasis, dan paronomasia.

3. Eufemisme

Eufemisme merupakan sub bagian X-Femisme. X-Femisme merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut eufemisme, ortofemisme, dan disfemisme. Eufemisme merupakan kata atau frasa yang halus, sedangkan ortofemisme merupakan kata atau frasa langsung dan netral (tidak cenderung eufemisme maupun

disefemisme). Sementara itu, disefemisme merupakan kata atau frasa yang lebih kasar. Ketiganya memiliki bentuk, makna dan fungsi yang berbeda-beda. Berdasarkan ketiga bentuk gaya bahasa tersebut yang dibahas lebih mendalam ialah eufemisme.

a. Pengertian Eufemisme

Eufemisme berasal dari kata Yunani *Eufemozein* yang berarti berbicara dengan jelas dan masuk akal. Eufemisme berasal dari kata *eu* yang berarti ‘baik’ dan *phanai* yang berarti ‘berbicara’. Maka dari itu dapat dimaknai secara singkat ‘berbicara dengan baik’. Menurut Darwis, (2013:3) sebagai kajian stilistika, eufemisme digunakan sebagai pilihan kemungkinan untuk pengungkapan sesuatu yang tidak disenangi, bersifat tabu, dan sensitif, serta untuk menghindari kehilangan muka, baik muka sendiri maupun mitra tutur atau pihak ketiga yang terlibat dalam pertuturan tersebut.

Para ahli lain juga mengungkapkan pengertian eufemisme. Menurut Malo & Mohammed, (2014:3) eufemisme merupakan ungkapan yang baik, halus, dan menyenangkan. Dalam berkomunikasi eufemisme sering digunakan dalam berbagai bahasa domain sosial seperti hukum, politik, agama, dan bidang Pendidikan. Menurut Sutarman, (2013:46) eufemisme dikatakan sebagai bentuk ekspresi yang halus dari apa yang kasar atau kurang baik. Eufemisme merupakan sebuah kata atau ungkapan yang halus dan tidak kasar, yang digunakan untuk mengganti ungkapan yang tabu, terlalu keras atau tidak pantas untuk menjaga perasaan orang lain.

Menurut Warren, (1992:135) eufemisme dapat ditemukan jika setiap kali kata digunakan bukan lagi dengan makna denotasinya. Penafsir menganggap penggunaan suatu kata atau ungkapan sebagai bukti keinginan pembaca untuk menunjukkan suatu fenomena sensitif dengan cara yang bijaksana atau terselubung. Definisi tersebut, yaitu (i) rujukan dianggap sebagai fenomena sensitif. Hal ini menjelaskan mengapa dapat membedakan topik-topik yang disukai. (ii) ungkapan yang merujuk dianggap tidak terlalu kasar dan kurang langsung dibandingkan dengan beberapa alternatif lainnya. Hal ini menyiratkan bahwa eufemisme cenderung menyebutkan fenomena yang sudah diberi nama. (iii) Persepsi penafsir bahwa pilihan ekspresi penutur ditentukan oleh pertimbangan bijaksana atau rasa malu terhadap rujukannya yang menentukan apakah suatu ekspresi merupakan eufemisme atau bukan.

Berdasarkan ketiga hal tersebut, menurut Warren, (1992:135) Eufemisme apa yang ada di mata atau ditelinga orang yang melihatnya dan tidak dapat diverifikasi secara objektif, meskipun biasanya terdapat konsensus di antara para pengguna bahasa mengenai kata-kata apa yang termasuk eufemisme. Dengan kata lain, tidak mungkin menyajikan definisi eufemisme hanya sekedar semboyan. Namun memungkinkan konstruksi eufemisme yang nadanya belum tentu halus, tetapi tetap dianggap sebagai sesuatu yang mengelak yang dibangun dari kesadaran bahwa rujukan yang dimaksud adalah tabu. Inilah yang disebut sebagai eufemisme vulgar.

b. Konstruksi Eufemisme

Menurut Warren, (1992:135) ada empat cara utama eufemisme dapat dikonstruksikan, sebagai berikut:

- 1) Perangkat pembentukan kata dalam bahasa tersebut digunakan. Contohnya derivasi “berdarah” *sanguinary*, “military blunder” akronim yang berarti melampaui semua kesalahan sebelumnya, dan lain-lain.
- 2) Kata-kata asing yang diimpor. Contohnya “pakaian dalam” dari bahasa Prancis, yaitu *calaboose*; “penjara” dari Bahasa Spanyol, yaitu *calabozo*.
- 3) Bentuk kata ofensif diubah menurut aturan tertentu. Contohnya *divil* dan *devil* (bukan setan); *Gad*, *Gosh*, dan *Golly* (bukan tuhan); epar (bahasa gaul untuk pemerkosaan); dan sebagainya.
- 4) Tercipta pengertian baru untuk beberapa kata atau kombinasi kata yang sudah mapan. Contohnya pertumbuhan (tumor); pergi ke toilet (buang air besar atau buang air kecil); dan sebagainya.

c. Pembagian Eufemisme

Menurut Warren, (1992:135), Eufemisme mungkin murni kontekstual, konvensional, atau mati, sebagai berikut:

- 1) Eufemisme murni kontekstual adalah bentukan nonce.
- 2) Eufemisme konvensional adalah eufemisme yang aslinya kontekstual tetapi kemudian telah memantapkan dirinya dan menjadi makna kamus.
- 3) Eufemisme mati adalah kata-kata yang masih digunakan dalam arti eufemistik, namun sudah kehilangan kekuatan eufemistiknya. Contohnya penyakit, idiot, konyol, dan kecelakaan. Eufemisme mati tidak

boleh disamakan dengan eufemisme usang, yaitu kata-kata eufemisme atau makna eufemistik yang sudah tidak digunakan.

Berdasarkan ketiga jenis tersebut, Menurut Warren, (1992:136) peralihan dari satu jenis eufemisme ke jenis eufemisme lainnya terjadi secara bertahap dan terdapat beberapa contoh eufemisme yang sedang dalam proses menjadi konvensional, sudah mati atau ketinggalan zaman. Sering dikatakan bahwa hilangnya kekuatan eufemistik disebabkan oleh seringnya penggunaan. Artinya, jika eufemisme sering digunakan sebagai penanda fenomena tabu sehingga terbentuk asosiasi yang kuat antara kata tersebut dan referensi tabu, maka kekuatan eufemismenya akan hilang. Penjelasan ini menyiratkan bahwa kekuatan eufemistik hanyalah soal kekuatan asosiatif antara suatu bentuk kata dengan rujukan tabunya, yaitu semakin kuat hubungan tersebut maka semakin lemah kekuatan eufemistiknya dan sebaliknya.

d. Bentuk Eufemisme

Eufemisme memiliki beragam bentuk yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Beberapa bentuk tersebut memiliki kemiripan meskipun diungkapkan oleh ahli yang berbeda-beda. Salah satu pendapat ahli mengenai bentuk-bentuk eufemisme mengenai fenomena di kehidupan sehari-sehari. Sejalan dengan itu menurut Sutarman, (2013:65) berdasarkan penggunaan yang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari ungkapan eufemisme dapat dibentuk dengan beberapa jenis, yaitu (1) penggunaan singkatan (inisial dan akronim), (2) penggunaan kata serapan, (3) penggunaan istilah asing, (4) penggunaan metafora, dan (5) penggunaan parafrase. Penjelasannya sebagai berikut:

1) Penggunaan Singkatan

Singkatan merupakan bentuk pemendekan kata yang masih bersifat umum. Penyingkatan dapat dilakukan pada satu kata, dua kata, maupun beberapa kata. Bentuk-bentuk penyingkatan ada yang bersifat kreasi perseorangan maupun dengan pola-pola yang sudah dibakukan penggunaannya. Berikut beberapa bentuk penggunaan singkatan, yaitu inisial dan akronim, sebagai berikut:

a) Inisial

Inisial adalah bentuk singkatan dari beberapa kata yang dibentuk dengan mengambil huruf awal tiap kata menjadi satu deretan huruf. Pada kenyataannya penyingkatan dengan inisial tidak harus mengambil huruf awalnya saja kadang juga mengambil lebih dari satu huruf untuk menyingkat satu kata saja. Penggunaan singkatan baik disadari maupun tidak oleh penuturnya ternyata juga berfungsi menghaluskan kata-kata atau istilah tertentu. Istilah yang digunakan untuk mewakili kata atau istilah yang dianggap terlalu vulgar untuk diucapkan secara langsung dinilai sebagai cara yang bijak untuk menjaga etika dalam komunikasi. Berikut beberapa contohnya:

BAB (Buang Air Besar)
Mr. P (Penis, Alat Kelamin Laki-aki)
WC (*Water Close*, Jamban, Kakus)
PHK (Pemutusan Hubungan Kerja, Pemecatan)
PSK (Pekerja Seks Komersial)

b) Akronim

Akronim (*acronym*) adalah kependekan yang berupa gabungan huruf atau suku kata, ataupun bagian lain yang ditulis dan dilafalkan sebagai kata yang wajar. Akronim merupakan fenomena kebahasaan modern yang unik dan menarik untuk

dicermati. Keberadaannya seolah menjadi alternatif pembentukan kata baru. Banyak akronim yang seolah sudah melupakan asal kata aslinya dan menjadi kata yang mandiri. Selain lebih singkat dan memiliki cakupan lebih luas akronim dianggap lebih halus dari kata-kata asli yang disingkatnya. Berikut kata yang merupakan akronim:

Narkoba (Narkotika dan obat-obatan berbahaya)
 Lansia (Lanjut usia)
 Miras (Minuman Keras)
 Pungli (Pungutan Liar)
 Pasutri (Pasangan suami istri)
 WIL (Wanita idaman lain)
 Jablay (Jarang dibelai)
 Sara (suku, agama, ras, dan antargolongan)
 Dugem (Dunia gemerlap)

2) Penggunaan Kata Serapan

Kata serapan sering diartikan sebagai kata yang diadopsi baik dari bahasa asing maupun bahasa daerah. Hal tersebut karena untuk mengembangkan suatu bahasa akan sangat sulit tanpa meminjam kata dan konsep dari bahasa lain. Alasan penggunaan kata serapan sebagai berikut :

- a) Adanya istilah asing tertentu yang tidak dapat ditemukan padanan kata yang tepat dalam bahasa Indonesia.
- b) Istilah asing lebih memiliki cakupan makna yang luas, sehingga tidak diperlukan definisi yang panjang dan menimbulkan pemborosan kata seperti yang terjadi dalam bahasa Indonesia.
- c) Penggunaan istilah asing untuk hal-hal tertentu dianggap lebih aman, sublimatis, dan memiliki nilai eufemistik yang tinggi karena makna kata lebih disamarkan.

Hampir semua istilah keilmuan, khususnya yang dipergunakan dalam bidang medis atau kedokteran, merupakan kata serapan dari bahasa asing, baik yang sudah mengalami perubahan ejaan maupun yang tidak mengalami perubahan. Istilah-istilah medis yang memiliki nilai eufemistis banyak ditemukan dalam buku-buku ilmiah dan media massa cetak, khususnya pada artikel yang menyangkut kesehatan dan seksologi. Konsep makna yang tercakup dalam istilah-istilah serapat seksologi jika diungkap dengan padanan kata dalam bahasa Indonesia akan terasa vulgar dan kurang nyaman dibaca atau didengar. Berikut beberapa istilah serapan yang merupakan ungkapan eufemisme yang ditemukan di media massa:

Seks (kelamin)

Manstrubasi (merangsang alat kelamin sendiri untuk mencapai orgasme)

Making love (bersanggama, berhubungan intim, berhubungan seks)

3) Penggunaan Istilah Asing

Penggunaan istilah asing merupakan penggunaan bahasa asing pada tingkat satuan kata, frasa, maupun klausa dalam konteks kalimat ataupun wacana yang menggunakan bahasa Indonesia, baik secara lisan maupun tulisan. Penggunaan istilah asing dalam komunikasi pada dasarnya dilatarbelakangi alasan yang sama dengan penggunaan kata serapan. Ada beberapa alasan penggunaan istilah asing. Pertama, adanya istilah asing tertentu yang tidak dapat ditemukan sinonim kata yang tepat dalam bahasa Indonesia.

Berikutnya yang kedua, istilah asing memiliki cakupan makna konseptual yang lebih luas, sehingga tidak diperlukan definisi yang panjang dan menimbulkan pemborosan kata seperti yang terjadi dalam bahasa Indonesia. Ketiga, penggunaan istilah asing untuk beberapa hal dianggap memiliki makna yang lebih halus dan

kurang vulgar, serta bernilai eufemisme yang tinggi karena makna kata lebih disamarkan. Terakhir yang keempat, penggunaan istilah asing bagi penutur dianggap lebih memberi prestise, terlihat cerdas, dan modern.

Istilah “asing” memiliki konotasi istilah yang berasal dari bahasa Inggris. Padahal, penggunaan kata “asing” pada awalnya mengacu pada bahasa yang tidak dipahami oleh banyak orang. Kebetulan pada waktu itu bahasa yang tidak dipahami orang-orang Indonesia adalah bahasa Inggris sehingga sampai sekarang kata “asing” berkonotasi pada kata yang berasal dari bahasa “Inggris”. Istilah asing juga berlaku pada istilah atau kata dari “bahasa daerah” yang maknanya belum banyak diketahui orang-orang selain penutur bahasa tersebut. Penggunaan eufemisme pada istilah-istilah tertentu banyak menggunakan istilah dari kedua bahasa tersebut karena dianggap lebih halus dan tidak vulgar. Contohnya:

Foreplay untuk menggantikan pemanasan sebelum berhubungan seks
Momongan untuk menggantikan anak; keturunan
Loyo untuk menggantikan lemah syahwat.

4) Penggunaan Metafora

Metafora menjadikan kata lebih pajar dan kaya makna karena kata terbebas dari belenggu denotasi yang memungkinkan suatu kata dimaknai sesuai keinginan penutur atau penulisnya. Metafora merupakan perbandingan sifat suatu benda dengan benda lain tanpa menggunakan kata hubung, dapat menyangkut benda hidup maupun benda mati. Dalam perbandingan itu ada dua unsur yang dibandingkan, yaitu unsur “terbanding” dan unsur “pembanding”. Unsur “terbanding” merupakan konsep makna yang ingin disampaikan oleh penulis atau penutur. Unsur “pembanding” merupakan media yang digunakan untuk

membungkus makna yang ingin disampaikan berupa kalimat yang mendukung kiasan.

Di media massa banyak sekali ditemukan ungkapan metaforis. Salah satu alasan penggunaan metafora untuk menyamakan atau memperhalus makna yang ingin disampaikan. Pada kata-kata tertentu metafora merupakan cara yang tepat untuk membentuk ungkapan eufemisme. Ungkapan metaforis yang bernilai eufemisme biasanya menangkut fungsi-fungsi anggota tubuh tertentu, aktivitas seksual, maupun menyangkut profesi tertentu. Contohnya:

Buang air kecil (kencing)
 Buang hajat (berak)
 Payudara; buah dada (tetek)
 Kupu-kupu malam (pelacur; wanita penghibur)

5) Penggunaan Parafrasa

Parafrasa adalah mengungkapkan kembali makna suatu teks secara tertulis maupun lisan dengan mempergunakan kata-kata yang lebih panjang dari teks lainnya. Parafrasa harus mempertahankan urutan ide dari pengarangnya sesuai dengan urutan aslinya. Penggunaan parafrasa mempunyai beberapa tujuan. Salah satu tujuan yang berhubungan dengan eufemisme ialah memperhalus atau menyamakan makna suatu teks.

Memperhalus atau menyamakan makna suatu teks dapat dilakukan dengan menentukan diksi yang tepat. Pemborosan kata dalam masalah tertentu kadang selalu dikonotasikan negatif. Dalam hal-hal tertentu, pendeskripsian makna suatu kata dengan kata-kata yang lebih banyak justru dapat memperhalus makna kata tersebut. Eufemisme dapat dibentuk dengan parafrasa, yaitu menjelaskan dengan lebih banyak kata. Berikut beberapa contohnya:

Mati—————▶ meninggal dunia; pulang ke pangkuan Ilahi
 Kecelakaan————▶mendapat musibah
 Mandul —————▶ belum diberi keturunan
 Tunawisma —————▶tidak mempunyai tempat tinggal

4. Frekuensi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) frekuensi dalam ilmu linguistik atau bahasa adalah jumlah pemakaian suatu unsur bahasa dalam suatu teks atau rekaman. Frekuensi ialah jumlah penggunaan eufemisme dalam penelitian ini mengacu pada data setiap bentuk eufemisme. Frekuensi penggunaan setiap bentuk eufemisme dapat dilihat dari seberapa sering bentuk tersebut digunakan. Bentuk yang paling sering digunakan atau data yang ditemukan lebih banyak dibandingkan bentuk lainnya, ditetapkan sebagai frekuensi penggunaan paling dominan. Frekuensi penggunaan setiap bentuk eufemisme dilampirkan dalam bentuk tabel. Setiap bentuk eufemisme dipaparkan dalam tabel untuk mengetahui frekuensi penggunaan setiap bentuk. Contoh tabelnya sebagai berikut:

Bentuk Pertama	Bentuk Kedua
Data (1); (2); dan (3).	Data (4) dan (5)
Frekuensi = 3 Data	Frekuensi = 2 Data
Jumlah = 6 Data	

Tabel Frekuensi Penggunaan.

5. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Teknologi memiliki kemajuan yang sangat pesat dan dilibas oleh zaman. Kemajuan media terlihat dengan perubahan media analogi menjadi digital, melalui kemampuan konvergensi media massa saat ini. Kondisi ini semakin nyata

keberadaannya dengan kehadiran media sosial karena membuat orang mudah saling berkomunikasi dan berhubungan. Media sosial sendiri terdiri atas dua kata, yaitu media dan sosial. Media adalah alat komunikasi, sarana, perantara, dan sebagainya. Sosial adalah sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. Media sosial dari sisi bahasa dimaknai sebagai sarana dalam berkomunikasi.

Secara umum media sosial adalah sebuah media online yang para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial ialah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan. Selain itu, media sosial juga memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Interaksi yang dimaksud dapat berupa bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan *visual* maupun *audiovisual*. Para ahli juga mengemukakan pengertian media sosial, pertama menurut Mandibergh media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten.

Menurut Shirky media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Kemudian menurut Boyd, media sosial dijelaskan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut dapat dikatakan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan

penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu.

Berbicara mengenai media sosial tentu tidak terlepas dari pengguna atau orang yang menggunakan media sosial tersebut. Pengguna itu sendiri ialah kegiatan dalam menggunakan suatu benda atau fasilitas, misalnya media sosial. Media sosial adalah platform yang timbul di media siber. Namun, media sosial memiliki ciri spesial yang tidak dimiliki oleh sebagian tipe media siber lainnya. Salah satu cirinya ialah media sosial beranjak dari uraian bagaimana media sosial tersebut digunakan selaku fasilitas sosial di dunia virtual.

b. Ciri-ciri Media Sosial

Menurut Nasrullah, (2017) media sosial memiliki beberapa ciri diantaranya:

1) Jaringan

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial, media sosial tergabung dari struktur sosial yang tercipta dalam jaringan ataupun internet. Adapun jaringan yang tercipta antar pengguna pada media sosial ialah jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh fitur teknologi, semacam pc, telepon genggam. Internet yang tercipta untuk memberikan donasi terhadap timbulnya berbagai jalinan sosial, berbagai nilai dalam warga virtual, hingga pada struktur sosial secara online.

2) Informasi

Media sosial berbeda dengan berbagai media lain yang ada di internet. Media sosial dapat mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, serta melaksanakan interaksi bersumber pada data. Maka data menjadi entitas yang sangat berarti dari media sosial. Selain itu data juga menjadi komoditas dalam

masyarakat informasi. Data memiliki ciri tersendiri. Berdasarkan pendapat Castells, data memiliki ciri serta kedatangan teknologi data yang terus memasuki segi-segi kehidupan masyarakat, yaitu informasi ialah bahan baku ekonomi, dan teknologi data membagikan pengaruh terhadap warga.

3) Interaksi

Interaksi dalam kajian media ialah salah satu perbandingan antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Interaksi merupakan suatu struktur yang menghubungkan khalayak ataupun teknologinya yang dibentuk dari fitur keras ataupun fitur lunak dari berbagai sistem media. Maka dari itu berdasarkan pendapat Nasrullah, (2017:25) bahwa interaksi diruang virtual dapat terjalin kapan saja serta mengaitkan pengguna dari bermacam daerah.

4) Konten oleh pengguna

Ciri media sosial yang lain merupakan konten oleh pengguna ataupun lebih terkenal diucap dengan *user generated content* (UGC). UGC ialah kedekatan simbiosis dalam budaya media baru yang membagikan peluang serta keleluasaan pengguna buat berpartisipasi. Konten oleh pengguna ini merupakan selaku indikator kalau di media sosial khalayak tidak cuma memproduksi konten di ruang namun pula konsumsi konten yang dibuat oleh pengguna lainnya. (Nasrullah, 2017:31).

5) Penyebaran

Media sosial tidak hanya menghasilkan konten namun dapat didistribusikan dan disebar oleh penggunanya. Penyebaran tersebut menimbulkan berbagai manfaat. Seperti informasi, perbaikan data, pendapat hingga opini menyetujui

ataupun tidak. Penyebaran melalui perangkat yang dimiliki oleh pengguna dapat dilihat bagaimana teknologi tersebut menyediakan sarana untuk memperluas jangkauan konten. Penyebaran tidak terbatas pada penyediaan teknologi, tetapi dapat menjadi budaya yang terdapat di media sosial.

c. Manfaat Media Sosial

Selain ciri-ciri dari media sosial, manfaat yang diberikan oleh media sosial tentu sangat banyak. Manfaat media sosial jika dilihat dari berbagai bidang, yaitu:

1) Media Sosial untuk Bersosialisasi

Sosialisasi ketika adanya sosial media menjadi mudah karena dapat dilakukan kapan saja, di mana saja, tanpa batas waktu dan ruang, tetapi terbatas pada koneksi, signal dan kuota internet. hal tersebut disebabkan tujuan utama dari media sosial itu sendiri memang untuk menarik banyak pengguna yang ingin bersosialisasi dan berkomunikasi dengan kerabatnya.

2) Sebagai Media Penghibur

Media sosial banyak menyediakan hiburan yang menarik bagi semua orang. Misalnya mendengarkan musik, *streaming video*, cerita-cerita lucu, gambar-gambar lucu, dan juga kutipan-kutipan menarik yang dapat membuat rileks dan bisa melupakan galau, jenuh dan pusing sejenak.

3) Penyalur Hobi

Media sosial dapat menjadi tempat penyaluran hobi karena seseorang dapat dengan mudah membagikan menyalurkan hobinya melalui unggahan video yang mereka buat. Selain itu, ada banyak grup dan akun dari media sosial yang menjadi tempat berkumpulnya para pengguna dengan minat dan hobi yang sejenis. Dalam

komunitas ini, para pengguna media sosial dapat saling berbagi pengalaman, tips dan banyak hal yang mengenai hobi dan kesamaan minat mereka.

4) Memberikan Berbagai Macam Informasi ter-update

Media sosial berisi segudang informasi, berita, ilmu, pengetahuan, dan kabar terkini, malah informasi-informasi tersebut lebih cepat menyebar melalui media sosial dibanding media elektronik, seperti televisi dan radio.

5) Media Sosial Untuk Mencari Uang

Manfaat yang satu ini sedang ramai-ramainya dinikmati oleh pengguna media sosial. Tidak adanya pajak yang dipungut dari promosi dan marketing pada media sosial, membuat para pengguna media sosial dapat mencari uang dengan leluasa dengan menggunakan media sosial. Hanya bermodalkan media sosial dan teknik marketing yang baik, maka pembeli akan datang dengan sendirinya.

6. Tiktok

a. Pengertian Tiktok

Menurut Prosenjit & Anwesana, (2021) *Tiktok* adalah sebuah aplikasi turunan dari internet yang berbasis media sosial dengan memberikan fitur untuk membuat dan membagikan konten berupa video singkat. Menurut Deriyanto, (2018:79) *Tiktok* merupakan media sosial sebagai sarana hiburan, tempat mengekspresikan diri, dapat membangun kreativitas, serta mendapatkan popularitas bagi pengguna dengan mengunggah video singkat.

Sejalan dengan pendapat keduanya, menurut Mana, (2021:4) *Tiktok* termasuk aplikasi yang memiliki ciri tersendiri dan berbeda dengan aplikasi lain. Penggunaannya dapat mengunggah video pendek yang telah dibuat dan bisa

menarik perhatian banyak orang sehingga menjadi cepat populer. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat ditegaskan bahwa aplikasi *Tiktok* merupakan aplikasi turunan dari internet atau media sosial untuk mengunggah video pendek dan dapat membuat seseorang yang menguahnya menjadi terkenal.

b. Sejarah *Tiktok*

Aplikasi *tiktok* merupakan salah satu bagian dari banyaknya aplikasi media sosial. *Tiktok* adalah sebuah aplikasi yang menarik dan unik. Selain itu dapat digunakan dengan mudah, seperti membuat video pendek, dan masih banyak lagi fitur yang ada di dalamnya. Aplikasi *Tiktok* ini diluncurkan di Tiongkok sebagai jaringan sosial dan platform video musik pada tahun 2016. Pada awalnya *Tiktok* tidak langsung diluncurkan dengan nama *Tiktok* tetapi dengan Douyi. Pada aplikasi tersebut memiliki pengguna sebanyak 100 juta dan tayangan videonya mencapai 1 miliar setiap harinya. Oleh karena itu perusahaan yang membuat aplikasi tersebut memperluas jangkauannya keluar dari Tiongkok dengan nama baru, yaitu *Tiktok*.

Sejak awal kemunculannya hingga sekarang perkembangan *Tiktok* sangat pesat. Pengguna *Tiktok* pula semakin banyak. Pada *app store* saat ini *Tiktok* memperoleh penilaian 4,9 dari 5 dan mencapai peringkat pertama sebagai aplikasi hiburan. Mayoritas pengguna *Tiktok* saat ini ialah masyarakat milenial. Pada kenyataannya aplikasi ini sempat diblokir pada tahun 2018 karena banyaknya laporan yang masuk mengenai aplikasi tersebut. Misi tersendiri dari *Tiktok* ialah untuk menangkap berbagai momen berharga dari seluruh dunia. Hal tersebut dapat dijangkau melalui *smarthphone*.

c. Tujuan *Tiktok*

Tiktok memungkinkan para penggunanya untuk menjadi konten kreator melalui aplikasinya yang menawarkan kesederhanaan dan kemudahan. Maka dari itu aplikasi *Tiktok* berisi video-video pendek dengan berbagai ekspresi bergantung unggahan pengguna *Tiktok*. Selain menciptakan video sendiri, pengguna dapat meniru video dari pengguna yang lain. Aplikasi *Tiktok* juga dianggap sebagai aplikasi yang menghibur karena terdapat berbagai unggahan video yang beragam. Ada berbagai macam fitur yang ditawarkan pada aplikasi *Tiktok* ini. Misalnya penambahan musik, fitur pada video seperti mengubah rona dan *tone* warna pada video, *sticker* dan efek video, dan sebagainya.

Video yang diunggah oleh pengguna *Tiktok* juga beragam tergantung penggunanya. Mulai dari musik video, orang yang sedang berjoget mengikuti musik, dan sebagainya. Ada pula video mengenai edukasi, membahas tentang politik, dan berbagai berita yang sedang hangat diperbincangkan saat ini. Maka dari itu dikatakan *Tiktok* dapat menjadi sumber salah satu sumber informasi yang sangat baik karena semua dimuat menjadi satu. Ada pula fitur komentar yang membuat semua orang yang menonton dapat berkomentar dengan bebas. Penonton dapat berkomentar baik itu komentar positif maupun negatif dengan ciri khas bahasa masing-masing.

d. *Tiktok* edisi 34.7.0

Tiktok sering mengalami pembaharuan edisi yang tentunya lebih baik dari sebelumnya. Salah satunya pada edisi 34.7.0. Pembaharuan yang terjadi untuk membantu pengguna mengelola waktu di aplikasi *Tiktok*. Selain itu dapat

membantu pengguna berdiskusi secara digital, dan sebagainya. Pada edisi terbaru ini pula terdapat fitur baru bagi para pengguna, yaitu ‘Tambahkan ke Aplikasi Musik’ berfungsi untuk para pengguna menyimpan lagu yang mereka temukan di *Tiktok* pada layanan *streaming* musik pilihan. Fitur terbaru lainnya ialah *Tiktok* series yang memberikan kesempatan kepada kreator yang memenuhi syarat untuk mengunggah koleksi konten premium di balik *paywall* dan mendapatkan bayaran untuk konten tersebut. Series tersebut dapat mencakup hingga 80 video, masing-masing berdurasi mulai 30 detik hingga 20 menit.

Adapun untuk fitur komentar pada edisi terbaru ini kreator *Tiktok* dapat memilih siapa saja penggunaan lain yang dapat mengomentari video yang diunggah. Komentar dapat dibatasi dengan membuka fitur pengaturan pada *Tiktok*. Pengguna dapat memilih semua orang, yaitu siapa pun dapat mengomentari video. Kemudian, teman, yaitu hanya pengikut yang diikuti kembali oleh pengguna yang mengunggah video. Terakhir tak seorang pun, yaitu fitur komentar ditutup dan pengguna lain siapa pun itu tidak akan dapat berkomentar pada video tersebut.

7. Warganet

Warganet dalam KBBI diartikan sebagai warga internet atau orang yang aktif menggunakan internet. Istilah warganet adalah sebuah lakuran dari kata warga (*citizen*) dan internet yang artinya warga internet (*citizen of the net*). Kata tersebut menyebut seseorang yang aktif terlibat dalam komunikasi dalam maya atau internet pada umumnya. Istilah tersebut juga umum ditujukan kepada kepentingan dan kegiatan aktif di internet, menjadikannya wadah sosial dan intelektual, khususnya terkait akses terbuka, netralitas internet dan kebebasan berbicara.

Warganet juga umum disebut sebagai warga siber atau *cyvercitizen*. Istilah tersebut banyak digunakan pada pertengahan 1990-an sebagai cara untuk menyebut orang-orang yang mendiami geografi baru dari internet. Berbicara mengenai warganet, maka erat kaitannya dengan media sosial. Warganet merupakan pengguna media sosial. Pada media sosial warganet dapat berinteraksi secara bebas. Warganet berinteraksi di media sosial menggunakan bahasa. Bahasa yang digunakan warganet dalam berinteraksi bermacam-macam.

Warganet diberi kesempatan berbahasa melalui komentar pada media sosial. Warganet meskipun dikatakan dapat berinteraksi secara bebas namun tetap ada yang membatasi. Dalam berinteraksi seringkali terbatas oleh jumlah karakter tergantung kebutuhan media sosial tersebut. Selain itu warganet memiliki kecenderungan ingin berkomunikasi secara cepat. Hal tersebut memungkinkan warganet lebih cenderung menggunakan kata-kata yang singkat.

B. Penelitian Relevan

1. Penelitian relevan yang pertama oleh Yosani.dkk. (2002) dengan judul “Penggunaan Eufemisme dalam Kolom Komentar di Postingan Instagram Nadiem Makarim” penelitian tersebut mendeskripsikan tipe-tipe eufemisme yang terdapat pada kolom komentar Instagram milik Nadiem Makarim. Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian tersebut, yaitu tipe-tipe dan konteks penggunaan eufemisme pada komentar tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif bentuk deskriptif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan metode simak dan teknik catat.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan terletak pada penggunaan eufemisme pada komentar di postingan media sosial, tetapi media sosial yang digunakan berbeda. Penelitian tersebut menggunakan media sosial *Instagram*, sedangkan penelitian ini menggunakan media sosial *Tiktok*. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan terletak pada hasil penelitian dan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu teknik dokumentasi dan catat, objek penelitian diambil menggunakan tangkapan layar (*screenshot*) dan hasil penelitian menunjukkan bentuk-bentuk dan frekuensi dari setiap bentuk penggunaan eufemisme oleh warganet dalam berkomentar.

2. Penelitian relevan yang kedua Pirmasari, (2019) dengan judul “Analisis Bentuk dan Makna Eufemisme dalam Bahasa Tabu pada Pergaulan Remaja di Desa Salante Kecamatan Plampang Kabupaten Sumbawa” penelitian tersebut menjelaskan mengenai bahasa tabu, eufemisme beserta jenis dan bentuk-bentuknya, dan teori tentang makna. Hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian tersebut, yaitu berbagai bentuk dari eufemisme beserta makna dari eufemisme yang terdapat pada tuturan remaja. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif metode deskriptif dan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah metode simak, yaitu teknik rekam dan catat.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan ialah membahas mengenai bentuk-bentuk dari penggunaan eufemisme. Perbedaan jelas terletak pada objeknya. Perbedaan lain terdapat pada teknik pengumpulan data penelitian tersebut menggunakan metode simak, yaitu teknik rekam dan

catat sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan teknik dokumentasi dan catat, objek penelitian diambil menggunakan tangkapan layar (*screenshot*). Selain itu dari segi ilmu kajian berbeda. Penelitian sebelumnya menggunakan kajian tentang pemaknaan ialah ilmu semantik, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan kajian stilistika.

3. Penelitian relevan yang ketiga oleh Mardhiah, (2022) dengan judul “Penggunaan Eufemisme pada Kolom Komentar Berita Utama Padang Ekspres” penelitian tersebut mendeskripsikan bentuk-bentuk penggunaan eufemisme sebagai penghalusan penggunaan istilah atau kata. Hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian tersebut, yaitu penggunaan eufemisme dalam kolom komentar berita utama Padang Ekspres. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif metode deskriptif dan teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan analisis.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan terletak penggunaan eufemisme pada komentar warganet, tetapi objeknya berbeda. Penelitian tersebut pada kolom komentar berita surat kabar, sedangkan penelitian ini terdapat pada media sosial *Tiktok*. Penelitian ini hanya membahas mengenai bentuk-bentuk penggunaan eufemisme, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas bentuk-bentuk sekaligus frekuensi dari penggunaan setiap bentuk eufemisme pada kolom komentar *Tiktok*.

Kajian ilmu yang digunakan berbeda, penelitian tersebut menggunakan kajian analisis wacana, sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis stilistika. Kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode

deskriptif, tetapi perbedaan terdapat pada teknik pengumpulan data. Penelitian tersebut menggunakan teknik dokumentasi dan analisis, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan, yaitu teknik dokumentasi dan catat, objek penelitian diambil menggunakan tangkapan layar (*screenshoot*).

4. Penelitian relevan yang keempat oleh Riswadi, (2022) dengan judul “Penggunaan Gaya Bahasa Eufemisme Pada Pernyataan Resmi Presiden Jokowi Periode 2014-2019” penelitian ini berfokus penggunaan eufemisme yang ditinjau dari kajian ilmu stilistika. Hasil penelitian tersebut memperoleh hasil mengenai pembentukan dan alasan penggunaan gaya bahasa eufemisme pada pernyataan resmi presiden Jokowi periode 2014-2019. Pada penelitian ini teori pembentukan gaya bahasa yang digunakan ialah teori Allan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah menggunakan ilmu kajian stilistika. Selain itu hal yang dijelaskan mengenai stilistika merujuk ke gaya bahasa eufemisme. Namun teori yang digunakan untuk mengetahui bentuk-bentuk eufemisme yang digunakan berbeda. Penelitian yang dilakukan menggunakan teori Sutarman. Objek kajiannya cukup berbeda, penelitian sebelumnya hanya membahas hanya pada pernyataan presiden Jokowi, penelitian ini membahas mengenai isu politik secara luas yang tengah hangat diperbincangkan. Kemudian media yang digunakan berbeda, yaitu terkhusus pada media sosial *Tiktok*.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir ini dibuat berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan. Alur kerangka pikir ini bersumber dari media sosial *Tiktok* edisi 34.7.0 dengan menganalisis teks komentar warganet pada unggahan kreator. Berdasarkan hal tersebut, diperoleh teks kalimat yang berisi gaya bahasa eufemisme. Teks kalimat tersebut dianalisis dengan pisau analisis stilistika linguistik. Kemudian data tersebut diklasifikasikan ke dalam bentuk eufemisme melalui teori Sutarman, (2013:65) ada lima, yaitu (a) penggunaan singkatan (inisial dan akronim); (b) penggunaan kata serapan; (c) penggunaan istilah asing; (d) penggunaan metafora; dan (e) penggunaan parafrasa. Penelitian dilanjutkan dengan menentukan dan mengungkapkan frekuensi penggunaan dari setiap bentuk eufemisme yang ditemukan menggunakan tabel. Frekuensi dalam hal ini digunakan untuk menganalisis dominasi penggunaan dari setiap bentuk eufemisme. Terakhir, dihasilkan keluaran penelitian bentuk dan frekuensi penggunaan dari setiap bentuk eufemisme tersebut.

Bagan Kerangka Pikir

