

TESIS

**ANALISIS PROSES NEOLOGISME DALAM *MENFESS*
AKUN *AUTOBASE* @convomf DI *TWITTER*:
KAJIAN MORFOSEMANTIK**

*ANALYSIS OF NEOLOGISM PROCESS IN MENFESS OF
@convomf AUTOBASE ACCOUNT ON TWITTER:
A MORPHOSEMANTIC ANALYSIS*

**ILMA SARAH ZENA
F012202001**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU LINGUISTIK
PASCASARJANA FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

TESIS

**ANALISIS PROSES NEOLOGISME DALAM *MENFESS*
AKUN *AUTOBASE* @convomf DI *TWITTER*:
KAJIAN MORFOSEMANTIK**

*ANALYSIS OF NEOLOGISM PROCESS IN MENFESS OF
@convomf AUTOBASE ACCOUNT ON TWITTER:
A MORPHOSEMANTIC ANALYSIS*

**ILMA SARAH ZENA
F012202001**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU LINGUISTIK
PASCASARJANA FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**ANALISIS PROSES NEOLOGISME DALAM MENFESS
AKUN AUTOBASE @convomf DI TWITTER:
KAJIAN MORFOSEMANTIK**

***ANALYSIS OF NEOLOGISM PROCESS IN MENFESS OF
@convomf AUTOBASE ACCOUNT ON TWITTER:
A MORPHOSEMANTIC ANALYSIS***

Tesis

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Ilmu Linguistik

Disusun dan diajukan oleh

ILMA SARAH ZENA
F012202001

Kepada

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU LINGUISTIK
PASCASARJANA FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

TESIS

**ANALISIS PROSES NEOLOGISME DALAM MENFESS AKUN AUTOBASE
@convomf DI TWITTER: KAJIAN MORFOSEMANTIK**

Disusun dan diajukan oleh:

ILMA SARAH ZENA

F012202001

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis

Pada tanggal 27 Maret 2023

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Menyetujui:

Komisi Penasihat

Ketua



Dr. Ikhwan M. Said, M.Hum.

Anggota



Dr. Asriani Abbas, M.Hum.

Ketua Program Studi Linguistik



Dr. Ery Iswary, M.Hum.

Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Akin Duli, M.A.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilma Sarah Zena
NIM : F012202001
Program Studi : S-2 Ilmu Linguistik

Dengan ini menyatakan bahwa tesis berjudul “Analisis Proses Neologisme dalam *Menfess Akun Autobase @convomf* di *Twitter*. Kajian Morfosemantik” adalah benar karya tulisan saya sendiri dengan arahan dari komisi pembimbing (Dr. Ikhwan M. Said, M.Hum. sebagai pembimbing utama dan Dr. Asriani Abbas, M.Hum. sebagai pembimbing pendamping). Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di tesis ini.

Makassar, 27 Maret 2023



Ilma Sarah Zena

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Mahakuasa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan tesis berjudul *“Analisis Proses Neologisme dalam Menfess Akun Autobase @convomf di Twitter: Kajian Morfosemantik”* ini terselesaikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad saw. beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umat yang selalu istikamah menjalankan ajarannya. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Humaniora di Program Studi Ilmu Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin Makassar.

Proses penyelesaian tesis ini merupakan perjuangan yang panjang bagi penulis. Tanpa bimbingan dan arahan yang tulus dari berbagai pihak, kiranya sulit untuk menyelesaikan tesis ini. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang berjasa atas terselesaikannya tesis ini. Pihak-pihak tersebut di antaranya:

1. Bapak Dr. Ikhwan M. Said, M.Hum. selaku Ketua Komisi Penasihat yang telah sabar meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis sehingga tesis ini dapat terarah dengan baik. Semoga Allah Swt. melimpahkan kesehatan dan kesejahteraan.
2. Ibu Dr. Asriani Abbas, M.Hum. selaku Anggota Komisi Penasihat yang tidak pernah lelah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis agar dapat terus bersemangat dalam penyelesaian tesis ini. Semoga Allah Swt. melimpahkan kesehatan dan ketentraman.

3. Bapak Prof. Dr. Muhammad Hasyim, M.Si. selaku penguji I yang telah memberikan kritik dan saran yang bersifat konstruktif sehingga penulis dapat memperkaya dan melengkapi referensi dalam penyelesaian tesis ini. Semoga Allah Swt. melimpahkan kesehatan dan keberkahan.
4. Ibu Dr. Dafirah, M.Hum. selaku penguji II yang telah meluangkan waktunya dan memberikan arahan sehingga penulis dapat melengkapi referensi dan kekurangan lain dalam tesis ini. Semoga Allah Swt. melimpahkan kesehatan dan keberkahan.
5. Ibu Dr. Munira Hasjim, S.S., M.Hum. selaku penguji III yang telah memberikan banyak masukan dan saran membangun terhadap penelitian tesis ini dan memberikan ilmunya kepada penulis. Semoga Allah Swt. melimpahkan kesehatan dan keberkahan.
6. Ibu Dr. Ery Iswary, M.Hum. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Linguistik yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada mahasiswa Program Magister Ilmu Linguistik.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya selama proses perkuliahan dan staf pegawai Fakultas Ilmu Budaya, terkhusus kepada Pak Mullar, Pak Satria, dan Baso Daeng Nai yang membantu penulis dalam pengurusan administrasi akademik.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Magister Ilmu Linguistik Universitas Hasanuddin yang telah menjadi bagian dari kehidupan penulis dan menghabiskan banyak waktu dengan berbagi sukacita.

Ungkapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, didikan, materi, dan dorongan yang tidak ternilai harganya. Begitu pula kepada kakak penulis yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan selanjutnya demi menyempurnakan tesis ini. Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Makassar, 27 Maret 2023

Penulis

ABSTRAK

ILMA SARAH ZENA. *Analisis Proses Neologisme dalam Menfess Akun Autobase @convomf di Twitter: Kajian Morfosemantik* (dibimbing oleh Ikhwan M. Said dan Asriani Abbas).

Neologisme merupakan fenomena pembentukan kosakata baru yang masih jarang digunakan, serta belum sepenuhnya berterima dalam masyarakat umum. Penelitian ini bertujuan (1) menelaah bentuk neologisme; (2) mengungkap makna neologisme; dan (3) menemukan faktor-faktor kemunculan neologisme. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan morfosemantik. Data dalam penelitian ini adalah seluruh neologisme dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter* selama tahun 2021. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dengan menggunakan teknik dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Analisis data penelitian disajikan melalui tiga tahapan, yakni pereduksian data, penyajian data, dan penyimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat delapan dari sepuluh jenis proses pembentukan kata (*word formation*) yang teridentifikasi, yaitu penciptaan kosakata baru (*coinage*), pengakroniman (*acronym*), proses pembentukan kata ganda (*multiple processes*), meminjaman kata (*borrowing*), pemenggalan kata (*clipping*), penggabungan kata (*blending*), pemajemukan kata (*compounding*), dan derivasi (*derivation*); (2) analisis makna neologisme mengakibatkan terjadinya perubahan makna ameliorasi atau peyorasi; dan (3) faktor-faktor kemunculan neologisme terdiri atas faktor linguistik, yaitu pengabaian kaidah bahasa dan ejaan yang tepat, dan faktor-faktor nonlinguistik, yakni tingkat kreativitas, anutan berbahasa, kecepatan arus penyebaran informasi, kemudahan dalam memahami makna, pertimbangan terhadap dampak makna usia, dan gender. Dengan demikian, neologisme merupakan representasi keberagaman berbahasa sebagai wujud ekspresi dan rasa kebersamaan penuturnya.

Kata kunci: neologisme, proses pembentukan kata, akun *autobase*, *Twitter*.



ABSTRACT

ILMA SARAH ZENA. *Analysis of Neologism Process in Menfess of @convomf Autobase Account on Twitter: A Morphosemantic Analysis* (supervised by Ikhwan M. Said and Asriani Abbas).

The neologism is the phenomenon of creating new words which are rarely used and not accepted yet by the common community. The research aims at (1) elaborating the neologism forms; (2) disclosing the neologism meanings; and (3) identifying the neologism emergence factors. This was the qualitative research with the morphosemantic approach. The research data were all neologisms in the *menfess* of @convomf autobase account on *Twitter* during year 2021. The data were collected using the observation, documentation, and questionnaire distribution. The data analysis was presented through three stages, namely data reduction, data display, and conclusion drawing. The research result indicates that (1) there are eight out of ten word formation processes identified, namely coinage, acronym, multiple processes, borrowing, clipping, blending, compounding, and derivation; (2) the analysis of neologism meanings can lead to amelioration and pejoration; (3) the neologism emergence factors comprise the linguistic factors, namely avoidance of grammar and spelling conventions, and non-linguistic factors, namely creativity, language adherence, quick transfer of information, ease of understanding, meaning impact, age, and gender. Therefore, the neologism is language diversity representation as the expression realisation and sense of togetherness among language speakers.

Keywords: neologism, word formation process, *autobase* account, *Twitter*.



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Hasil Penelitian yang Relevan	13
B. Landasan Teori	19
1. Morfologi	19
2. Proses Morfologis	21
3. Proses Pembentukan Kata menurut Yule	25
a. Peminjaman Kata (<i>Borrowing</i>)	25
b. Pemajemukan Kata (<i>Compounding</i>)	27
c. Pengakroniman (<i>Acronym</i>)	28

d. Penciptaan Kosakata Baru (<i>Coinage</i>)	29
e. Penggabungan Kata (<i>Blending</i>)	30
f. Pemenggalan Kata (<i>Clipping</i>)	32
g. Derivasi (<i>Derivation</i>)	33
h. Derivasi Balik (<i>Backformation</i>)	34
i. Konversi (<i>Conversion</i>)	35
j. Proses Pembentukan Kata Ganda (<i>Multiple Processes</i>)	36
4. Semantik	37
a. Makna Leksikal	38
b. Makna Gramatikal	39
5. Morfosemantik	41
6. Neologisme	43
7. Faktor-faktor Kemunculan Neologisme	45
a. Kecepatan Penyebaran Arus Informasi	46
b. Pengabaian Kaidah Bahasa dan Ejaan yang Tepat	46
c. Usia	47
d. Gender	48
e. Kemudahan dalam Memahami Makna	48
f. Pertimbangan terhadap Dampak Makna	49
g. Tingkat Kreativitas	49
8. Akun <i>Autobase</i>	50
C. Kerangka Pikir	52
D. Definisi Operasional	55
BAB III METODE PENELITIAN	57
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	57
B. Data dan Sumber Data	58
C. Populasi dan Sampel	58
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	59
E. Teknik Analisis Data	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Proses Pembentukan Neologisme	64
1. Peminjaman Kata (<i>Borrowing</i>)	65
2. Pemajemukan Kata (<i>Compounding</i>)	66
3. Pengakroniman (<i>Acronym</i>)	67
4. Penciptaan Kosakata Baru (<i>Coinage</i>)	69
5. Penggabungan Kata (<i>Blending</i>)	71
6. Pemenggalan Kata (<i>Clipping</i>)	72
7. Derivasi (<i>Derivation</i>)	73
8. Proses Pembentukan Kata Ganda (<i>Multiple Processes</i>)	75
B. Analisis Makna Neologisme	76
1. Neologisme dengan Makna Berubah	77
2. Neologisme dengan Makna Baru	84
C. Faktor-faktor Kemunculan Neologisme	92
1. Tingkat Kreativitas	93
2. Anutan Berbahasa	95
3. Pengabaian Kaidah Bahasa dan Ejaan yang Tepat	99
4. Kecepatan Penyebaran Arus Informasi	102
5. Kemudahan dalam Memahami Makna	104
6. Pertimbangan terhadap Dampak Makna	107
7. Usia	109
8. Gender	111
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	116
A. Simpulan	116
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh <i>menfess</i> dalam akun <i>autobase @convomf</i>	7
Gambar 2. Bagan kerangka pikir	54

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel 1. Penciptaan kosakata baru (<i>coinage</i>)	125
Tabel 2. Proses pembentukan kata ganda (<i>multiple processes</i>)	131
Tabel 3. Pengakroniman (<i>acronym</i>)	138
Tabel 4. Peminjaman kata (<i>borrowing</i>)	143
Tabel 5. Pemenggalan kata (<i>clipping</i>)	147
Tabel 6. Penggabungan kata (<i>blending</i>)	149
Tabel 7. Pemajemukan kata (<i>compounding</i>)	152
Tabel 8. Derivasi (<i>derivation</i>)	154

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan bidang ilmu pengetahuan dan teknologi menghadirkan media sosial sebagai *platform* digital yang digunakan untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi dengan mudah dan cepat. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk merepresentasikan diri, melakukan berbagai kegiatan sosial berbasis virtual, berbagi, dan berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Beberapa *platform* media sosial yang sangat digemari dan sering diakses oleh banyak pengguna di dunia adalah *YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Twitter*.

Media sosial berperan cukup penting dalam proses perubahan dan perkembangan bahasa sebagai pendorong terciptanya kosakata baru untuk mengatasi istilah yang dianggap kurang atau belum tersedia dalam bahasa tersebut. Kosakata baru akan selalu diciptakan sebagai wujud kebutuhan penggunaannya dan terbentuk ketika seseorang menguasai lebih dari satu bahasa. Kosakata yang terbentuk di media sosial tidak hanya dipahami sebagai sebuah realitas struktural, tetapi juga memiliki hubungan dengan realitas di luar dirinya. Oleh karena itu, setiap *platform* media sosial memiliki dan akan selalu menciptakan kosakata baru yang digunakan dalam konteks situasional tertentu. Misalnya, kata *avatar* yang digunakan dalam tradisi Hinduisme merupakan perwujudan titisan dewa atau disebut sebagai *Awatara*. Di sisi lain, kata *avatar* dalam konteks di media sosial merupakan

gambar tiga dimensi yang digunakan untuk merepresentasikan identitas pengguna akun. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa kosakata yang terbentuk lebih dulu sebelum ditemukannya media sosial, tetapi kata tersebut dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna media sosial saat ini. Kemunculan kosakata baru yang tidak dapat diprediksi menyebabkan proses indeksasi sulit dilakukan sehingga diperlukan pemutakhiran secara rutin dengan memasukkan entri kosakata baru yang mulai aktif digunakan untuk berkomunikasi di media sosial.

Salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna adalah *Twitter*. *Twitter* merupakan sebuah layanan jejaring sosial berbasis pembuatan pesan singkat (*microblogging*) yang dikembangkan pada tahun 2006 oleh Evan Williams, Jack Dorsey, Christopher “Biz” Stone, dan Noah Glass. *Twitter* memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk menulis dan mengunggah pendapat dalam bentuk pesan singkat yang disebut sebagai kicauan (*tweet*). Tampilan antarmuka pengguna dan fitur yang sederhana menjadikan *Twitter* lebih mudah diaplikasikan oleh penggunanya. Menurut Puntoadi (2011:87-92), *Twitter* sebagai media sosial dapat digunakan untuk menggerakkan suatu kelompok, meningkatkan jaringan yang tidak terbatas, menyebarkan ide dan gagasan, membuka peluang dalam strategi pemasaran, dan membangun citra diri.

Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna *Twitter* terbanyak di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh dari *Hootsuite (We are Social)* mengenai tren pengguna internet dan media sosial sepanjang

tahun 2021, ditemukan fakta bahwa pengguna *Twitter* di Indonesia adalah sebanyak 90,64 juta atau sama banyaknya dengan 58,3% dari jumlah pengguna media sosial. Salah satu kelebihan *Twitter* adalah mampu mengangkat isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan publik melalui fitur topik yang sedang tren (*trending topic*) sehingga menjadikan media sosial ini banyak digunakan oleh masyarakat. Pengguna *Twitter* dapat memilih dan mengakses informasi terbaru dengan mudah dan cepat, baik dari dalam negeri maupun seluruh dunia, serta dapat berpartisipasi langsung dalam membahas dan membagikan topik tersebut.

Twitter menyajikan beragam akun *fanbase* yang diciptakan untuk mengumpulkan pengguna akun dengan daya minat atau ketertarikan serupa. Akun *fanbase* dioperasikan oleh beberapa admin yang bertugas menyediakan wadah bagi para penggemar untuk bergabung dan berinteraksi di dalamnya. Kemajuan teknologi yang berkelanjutan dan adanya keinginan untuk memudahkan proses komunikasi menyebabkan akun-akun *fanbase* tersebut berkembang menjadi akun *autobase* yang saat ini semakin sering dimanfaatkan oleh pengguna *Twitter*.

Akun *autobase* adalah akun yang digunakan untuk mengirim submisi pesan berupa kicauan secara otomatis. Dalam pengoperasiannya, pesan terlebih dahulu dikirim secara personal oleh pengguna akun bersangkutan melalui fitur *Direct Message* (DM) kepada akun *autobase* tertuju. Selanjutnya, pesan akan diunggah oleh akun *autobase* tersebut secara otomatis sehingga identitas pengirim pesan yang sebenarnya tidak dapat

diketahui (anonim). Berbagai jenis akun autobase dapat ditemukan di *Twitter* dengan beragam kategori dan topik pembahasan.

Akun *autobase* dijalankan oleh sebuah sistem bot yang berfungsi untuk mengunggah kicauan secara otomatis dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, sebuah kata format (*trigger*) wajib disematkan dalam badan pesan sebagai kata kunci agar pesan tersebut dapat diidentifikasi oleh bot. Kicauan yang diunggah oleh akun *autobase* disebut sebagai *menfess*, sementara pengirim pesan yang menggunakan fitur akun *autobase* disebut sebagai *sender*. Adanya fasilitas yang mendukung kebebasan berekspresi di media sosial menjadikan akun *autobase* sangat populer dan digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan perasaan, gagasan, atau informasi dalam bentuk tulisan. Manusia memiliki latar belakang dan kemampuan berbahasa yang berbeda sehingga peluang kemunculan kosakata baru yang mengindikasikan adanya perubahan dan perkembangan bahasa akan semakin besar ditemukan dalam *menfess* di akun *autobase*.

Salah satu akun *autobase* yang dimanfaatkan sebagai media untuk berdiskusi dan berbagi pendapat adalah *@convomf*. Akun yang telah beroperasi sejak tahun 2020 ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 987 ribu dan telah menghasilkan lebih dari satu juta kicauan. Akun *autobase @convomf* digunakan untuk membahas topik seputar dunia nyata yang bersifat umum. Misalnya, pengguna akun dapat menyampaikan keluhan terkait masalah keluarga yang bersifat pribadi, melontarkan pertanyaan mengenai kebutuhan sekolah atau perkuliahan, melakukan transaksi jual-

beli barang, atau sekadar bertukar pendapat dalam pembahasan secara universal. *Sender* dalam akun *autobase @convomf* dapat membagikan atau mencurahkan masalah kehidupan di dunia nyata secara anonim dan mendapat berbagai respons dari pengguna akun yang saling terhubung.

Tingkat keterlibatan (*engagement rate*) akun *autobase @convomf* dalam sebulan adalah rata-rata sebanyak 1.60% per *tweet* (tinjauan ini dilakukan pada bulan November 2021) dengan total jumlah kicauan yang disukai adalah sebanyak 590 ribu dan kicauan ulang (*retweet*) sebanyak 102 ribu kali. Tingkat keterlibatan di media sosial diperlukan sebagai dasar untuk mengetahui kebutuhan audiens dan jangkauan relevansi akun. Standar tingkat keterlibatan yang baik di Twitter adalah berkisar 0.02% sampai 0.09% per *tweet*. Hal ini membuktikan bahwa akun *autobase @convomf* memiliki tingkat keterlibatan lebih banyak dua kali lipat dibandingkan akun-akun *autobase* lain yang juga membahas seputar topik umum di dunia nyata, seperti *@askrlfess* dengan tingkat keterlibatan sebanyak 0.26% per *tweet* dan *@tanyakanrl* dengan tingkat keterlibatan sebanyak 0.53% per *tweet*. Dengan demikian, akun *autobase @convomf* dipilih untuk dikaji dalam penelitian ini karena memiliki impresi yang cukup tinggi dari pengguna *Twitter* secara umum.

Keberadaan neologisme sebagai manifestasi perkembangan bahasa merupakan sebuah kajian yang menarik untuk diteliti. Neologisme merupakan kosakata yang dianggap baru dan masih jarang digunakan, serta belum sepenuhnya berterima dalam masyarakat umum. Neologisme

dibaratkan sebagai kosakata baru. Penggunaan media sosial yang semakin masif mendorong kemunculan kosakata baru, baik disengaja maupun tidak disengaja. Bentuk neologisme yang ditemukan di media sosial merupakan kata yang dikembangkan dari konten media lain sehingga kemunculan neologisme dalam tataran leksikal perlu dianalisis berdasarkan sudut pandang morfosemantik, yakni suatu penelitian kebahasaan dengan mengaplikasikan teori morfologi dan teori semantik.

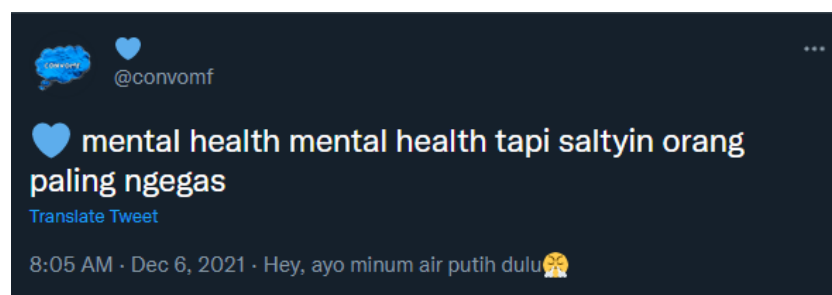
Ditinjau dari aspek morfologinya, penelitian ini berfokus pada susunan pembentuk kata, yakni bagaimana suatu kata dapat terbentuk. Yule (2014:66) berpendapat bahwa proses pembentukan kata (*word formation*) merupakan bagian dari kajian morfologi yang menjelaskan konsep kata dengan melihat jenis dan proses pembentukan kata tersebut. Yule mengklasifikasikan sepuluh proses pembentukan kata yang terdiri atas peminjaman kata (*borrowing*), pemajemukan kata (*compounding*), pengakroniman (*acronym*), penciptaan kosakata baru (*coinage*), penggabungan kata (*blending*), pemenggalan kata (*clipping*), derivasi balik (*backformation*), derivasi (*derivation*), konversi (*conversion*), dan proses pembentukan kata ganda (*multiple processes*). Neologisme yang ditemukan dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter* dianalisis berdasarkan teori pembentukan kata (*word formation*) oleh George Yule.

Berdasarkan kajian aspek semantiknya, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna yang diperoleh dari neologisme tersebut. Semantik menelaah makna atau arti yang terkandung dalam suatu bahasa, kode,

atau hal-hal lain yang direpresentasikan. Analisis semantik dalam penelitian ini ditinjau secara leksikal dan kontekstual untuk memperoleh temuan data berupa makna baru dari kosakata baru dan makna baru yang terbentuk karena adanya pergeseran makna dari kosakata lama. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya misinterpretasi makna neologisme yang dapat menghambat efektivitas komunikasi antarsesama pengguna *Twitter*.

Kemunculan neologisme di media sosial tidak terjadi begitu saja tanpa adanya penyebab signifikan yang menjadi pendorongnya. Selain adanya perubahan dan perkembangan bahasa dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta keinginan untuk memperkaya khazanah kosakata dalam bahasa tersebut, neologisme di media sosial dilatarbelakangi oleh beberapa faktor-faktor pendukung lainnya. Penelitian ini mencoba menemukan dan memaparkan faktor-faktor penyebab kemunculan neologisme dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter* yang diharapkan dapat memberikan dan menambah pemahaman mengenai dasar keberagaman penggunaan bahasa seseorang.

Mengacu kepada latar belakang masalah, selanjutnya dipaparkan salah satu temuan data neologisme yang dianalisis dalam contoh berikut.



Gambar 1. Contoh *menfess* dalam akun *autobase @convomf*

Contoh di atas merupakan salah satu *menfess* yang diunggah oleh akun *autobase @convomf*. Identitas pengirim pesan yang sebenarnya tidak diketahui karena semua submisi yang masuk akan diunggah melalui akun *autobase* tersebut. Simbol hati berwarna biru berfungsi sebagai kata kunci (*trigger*) agar pesan dapat diunggah secara otomatis.

Kata ***saltyin*** terbentuk melalui dua proses pembentukan kata, yakni peminjaman kata (*borrowing*) dan proses derivasi (*derivation*). Kata ***saltyin*** diperoleh dari kata dasar ***salty*** yang berasal dari bahasa Inggris dan bermakna ‘asin’ atau merujuk kepada segala bentuk rasa yang mengandung dan bersifat asin, seperti garam. Selanjutnya, kata ini mengalami proses derivasi melalui penambahan sufiks {-in} yang membentuk kata kerja. Berdasarkan konteks penggunaannya, terdapat pergeseran makna yang menyebabkan kata tersebut diartikan sebagai ‘tindakan yang menunjukkan rasa kesal dan geram’. Kata ***saltyin*** dalam *menfess* tersebut bertujuan untuk menyinggung orang-orang yang terlihat peduli dan sering membahas isu kesehatan mental, tetapi tidak menyadari perilakunya yang masih suka mengusik dan mencaci orang lain. Kata ***saltyin*** dikategorikan sebagai neologisme karena membentuk kosakata baru yang dianggap telah diterima dan sering digunakan di *Twitter*.

Berdasarkan permasalahan penelitian dan contoh fenomena neologisme di atas, dapat dipahami bahwa kemunculan neologisme memiliki urgensi yang bersifat fundamental sebagai pendorong perubahan dan perkembangan bahasa. Kosakata baru dimunculkan untuk

memudahkan praktik komunikasi di media sosial agar dapat dilakukan dengan bebas dan sederhana. Namun, kemunculan neologisme yang tidak dapat diprediksi dikhawatirkan membuat pengguna media sosial merasa kesulitan dalam memahami konteks pembahasan sehingga dikhawatirkan dapat menggagalkan proses komunikasi karena salah satu pihak yang tidak memahami maksud dari pesan tersebut.

Seiring perkembangan zaman, tingkat pemahaman berbahasa seseorang akan terus berkembang sehingga menciptakan makna-makna baru atau mengubah makna yang telah ada sebelumnya. Dengan demikian, analisis proses pembentukan kata dan makna neologisme, serta faktor-faktor pendukung yang menjadi latar belakang kemunculannya akan terungkap melalui penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Tahapan ini merumuskan beberapa pertanyaan yang timbul dan patut diidentifikasi dan diuraikan berdasarkan permasalahan yang dikemukakan. Berikut ini merupakan ketiga pertanyaan tersebut.

1. Bagaimana analisis bentuk neologisme melalui proses pembentukan kata dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter*?
2. Bagaimana analisis makna-makna neologisme yang terdapat dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter*?
3. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pembentukan neologisme dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan ketiga pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya, berikut dipaparkan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini.

1. Menelaah bentuk-bentuk neologisme berdasarkan analisis proses pembentukan kata (*word formation*) yang terdapat dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter*.
2. Mengungkap makna-makna baru dari kosakata baru atau pergeseran makna dari kosakata yang telah ada sebelumnya yang terdapat dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter*.
3. Menemukan faktor-faktor yang memengaruhi kemunculan neologisme dalam *menfess* di akun *autobase @convomf* di *Twitter*.

D. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik secara teoretis maupun praktis. Berikut ini dipaparkan manfaat penelitian yang dimaksud.

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis merupakan manfaat dalam sebuah penelitian yang memiliki pengaruh atau hubungan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, dalam hal ini ilmu linguistik dan pengaplikasiannya. Berikut ini merupakan penjelasan manfaat teoretis tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai fenomena kebahasaan yang berkaitan dengan gejala neologisme dalam

akun *autobase @convomf* di *Twitter* yang dianalisis berdasarkan kajian ilmu morfologi dan semantik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap kemunculan neologisme di media sosial yang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan penggunanya.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan serta mampu memberikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, dalam hal ini analisis bentuk dan makna kosakata baru di media sosial atau secara umum.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan penerapan dari hasil penelitian yang dapat digunakan secara langsung di dunia nyata sebab bersifat aplikatif. Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung kepada beberapa pihak sebagai berikut.

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengetahuan yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pemahaman mengenai neologisme, proses morfologis, analisis semantik, dan pengaplikasian kajian morfosemantik secara menyeluruh.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi bagi masyarakat secara umum agar dapat mengetahui bentuk dan makna kosakata baru atau kosakata lama dengan makna baru yang digunakan secara lazim untuk berkomunikasi di media sosial.

Melalui hal tersebut, pembaca diharapkan dapat memperkaya pengetahuan akan fenomena neologisme yang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, masyarakat dapat menyadari dan memahami realitas keberagaman penggunaan bahasa seseorang berdasarkan faktor-faktor kemunculan neologisme yang ditemukan dalam penelitian ini.

c. Bagi pengguna media sosial

Pengguna media sosial diharapkan dapat mengetahui bentuk dan makna kosakata baru atau makna baru yang digunakan secara lazim untuk berkomunikasi di media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memudahkan kegiatan berkomunikasi sehingga pertukaran informasi dapat dilakukan secara efektif. Temuan data penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam memperkaya perbendaharaan kosakata baru atau bahasa gaul yang digunakan di media sosial sehingga dapat digunakan sewajarnya berdasarkan kebutuhan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian hendaknya memiliki sebuah tinjauan berupa kajian pustaka terkait topik penelitian yang dipilih. Bab ini membahas hasil penelitian yang relevan, landasan teori yang digunakan untuk mengkaji ilmu morfologi dan semantik, serta pemaparan teori-teori pendukung dalam penelitian ini.

A. Hasil Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa hasil penelitian yang ditemukan dari berbagai sumber dengan pembahasan masalah kebahasaan yang dianggap relevan sebagai penunjang dalam penelitian ini. Meskipun demikian, pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian-penelitian tersebut hanya mengkaji beberapa aspek tertentu sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh temuan baru yang sekiranya berbeda dari penelitian sebelumnya. Berikut ini dijabarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu beserta perbandingannya dengan penelitian ini.

Penelitian pertama berjudul "*Analysis of The Word Formation of English Netspeak Neologism*" yang dilakukan oleh Wei Liu dan Wenyu Liu (2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk-bentuk neologisme yang ditemukan di internet sebagai media dalam perkembangan sebuah bahasa yang digunakan dalam kegiatan berkomunikasi. *Netspeak* merupakan istilah yang merujuk pada bahasa-bahasa internet yang membentuk sebuah bahasa tertulis, tetapi sedang melakukan

pembicaraan. Data-data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menemukan secara langsung karakteristik dari setiap bentuk neologisme dalam bahasa internet dan pola-pola dari pembentukan katanya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses pembentukan kata dalam neologisme yang paling banyak ditemukan, yakni pemajemukan (*compounding*), diikuti oleh penggabungan kata (*blending*), afiksasi (*affixation*), kata lama dengan makna baru, akronim (*acronym*), konversi (*conversion*), dan pemenggalan kata (*clipping*). Penelitian ini memberikan bukti nyata bahwa keberagaman bentuk neologisme menunjukkan tingkat kreativitas seseorang dalam menggunakan bahasa internet di dunia maya.

Hal yang menjadi pembeda dengan penelitian tersebut terletak pada aspek yang dikaji. Penelitian yang dilakukan oleh Wei Liu dan Wenyu Liu hanya berfokus pada pembentukan neologisme berdasarkan proses pembentukan kata dan membahas karakter dari tuturan warganet dalam situs web *www.wordspy.com*, sedangkan penelitian ini menelaah bentuk neologisme yang dianalisis menggunakan proses morfologis oleh George Yule dan menjelaskan makna baru atau perubahan makna yang ditemukan dalam neologisme tersebut. Hal ini dilakukan agar pengguna media sosial dapat menggunakan kosakata baru tersebut berdasarkan konteks dan penggunaan sewajarnya, serta memahami makna baru atau perubahan maknanya. Dengan demikian, pemahaman seseorang mengenai fenomena neologisme di media sosial akan semakin bertambah dan meningkatkan produktivitasnya dalam menciptakan kosakata baru.

Sebuah penelitian dilakukan oleh Satriani (2021) dengan judul “Neologisme sebagai Representasi Perkembangan Kosakata Bahasa Indonesia: Analisis Morfosemantik”. Penelitian ini bertujuan mengungkapkan wujud-wujud neologisme dalam Bahasa Indonesia, serta membahas mengenai perannya dalam pembentukan dan dampaknya terhadap perkembangan Bahasa Indonesia. Objek penelitian ini meliputi bentuk neologisme yang ditemukan pada pemutakhiran Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) secara daring selama tahun 2019 dan membahas mengenai kata-kata baru yang digunakan dalam media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga wujud neologisme, yakni bentuk kata baru, bentuk baru, dan makna baru. Penelitian ini menjelaskan peran neologisme dalam pembentukan kosakata bahasa Indonesia, yakni pengisi rumpang leksikal, penstratifikasi kata, dan pengurai fitur-fitur kebahasaan. Neologisme dalam penelitian ini memberikan beberapa dampak, seperti memperkaya sistem leksikon bahasa Indonesia, memunculkan penggolongan kelas antarkata, dan membuka ruang analogi.

Berbeda dengan penelitian di atas yang meneliti bentuk neologisme dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daring, objek penelitian ini berfokus mengkaji fenomena neologisme dalam *menfess* di akun *autobase* di *Twitter*. Penggunaan akun *autobase* memungkinkan terkumpulnya berbagai pengguna akun dengan keberagaman pengetahuan berbahasa yang berbeda. Hal ini menjadikan neologisme semakin menarik apabila ditinjau dari objek penelitian ini tersebut.

Penelitian relevan selanjutnya ditemukan dari Fitria Hardini (2018) dengan tesis yang berjudul “Prosedur Penerjemahan Neologisme dalam *Social Media Interface*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk, tipe, dan variasi neologisme pada *social media interface* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi prosedur penerjemahan yang digunakan, serta pergeseran makna dan faktor yang melatarbelakanginya. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis tampilan antarmuka pada berbagai *platform* media sosial yang telah ditentukan. Teori Newmark mengenai neologisme diterapkan untuk membandingkan makna bahasa Inggris yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tipe neologisme yang paling banyak digunakan adalah tipe leksikal lama dengan makna baru untuk mempermudah pengguna media sosial dalam mengoperasikannya. Prosedur penerjemahan yang digunakan adalah peminjaman kata (*transference*) berdasarkan bentuk neologismenya, yaitu jargon sehingga tidak dapat diterjemahkan.

Dalam penelitian tersebut, objek yang dikaji adalah bentuk neologisme pada tampilan antarmuka di media sosial, sedangkan objek yang dikaji dalam penelitian ini merupakan *menfess* yang mengandung neologisme dan diunggah pada akun *autobase @convomf* di *Twitter*. Penelitian tersebut mengkaji prosedur penerjemahan yang diterapkan dalam menerjemahkan bentuk neologisme sehingga kajiannya lebih terarah pada penerjemahan, sedangkan penelitian ini berfokus pada pembentukan neologisme dengan

menggunakan kajian morfosemantik untuk menganalisis susunan pembentukan kata maupun maknanya. Analisis makna dilakukan untuk mengetahui makna baru atau pergeseran makna dalam kosakata tersebut. Kemudian, analisis faktor penyebab kemunculan neologisme dilakukan untuk mengetahui entitas utama yang melatarbelakangi praktik penggunaan neologisme di media sosial.

Istifatun Zaka (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “*The Phenomenon of Slang Language on Facebook and Twitter*” bertujuan untuk mengidentifikasi fenomena-fenomena ragam bahasa tidak resmi dalam media sosial, yakni *Facebook* dan *Twitter*. Penelitian ini menggunakan pendekatan sociolinguistik mengenai sosiolek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa *slang* pada umumnya membentuk kata atau frasa. Variasi dalam pembentukan bahasa *slang* terdiri atas penambahan bunyi kata, penghapusan bunyi kata, mengubah huruf vokal, mengganti huruf konsonan, pengulangan kata, dan pengubahan pengejaan kata. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahasa-bahasa *slang* yang bersumber dari berbagai bahasa, seperti bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Selain itu, fungsi bahasa dalam ragam bahasa *slang* terdiri atas fungsi informatif, direktif, ekspresif, komisif, fatik, dan puitik. Ragam bahasa *slang* dalam media sosial memiliki keunikannya masing-masing apabila dibandingkan dengan bentuk bahasa lain.

Penelitian tersebut mencoba menemukan ragam bahasa *slang* dalam dua *platform* media sosial yang berbeda dengan menganalisis variasi

bahasa dan fungsi kebahasaannya berdasarkan kajian sosiolinguistik. Penelitian ini berfokus pada kajian morfosemantik, yakni gabungan antara disiplin ilmu morfologi dengan menganalisis proses pembentukan kosakata baru yang ditemukan dalam *menfess* yang diunggah oleh akun *autobase* di *Twitter* dan ilmu semantik melalui proses pengkajian makna baru atau perubahan makna yang diperoleh dari bentuk neologisme tersebut.

Penelitian lainnya terkait bentuk neologisme dalam tataran leksikal adalah “Neologisme dalam Iklan BMW” yang dilakukan oleh Kevin Naufal Syach (2021). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai teks atau kalimat dalam iklan sehingga makna yang disampaikan dapat lebih mudah dimengerti. Hal ini dilakukan dengan menganalisis bentuk-bentuk kalimat neologisme pada iklan dengan menggunakan kajian stilistika leksikal. Objek penelitian ini adalah kalimat dalam iklan BMW yang mengandung bentuk neologisme dan ditemukan pada akun laman resmi BMW. Bentuk neologisme yang ditemukan dianalisis menggunakan teori neologisme dari Shchipitsina dan George Yule. Bentuk neologisme yang paling dominan digunakan adalah proses penggabungan kata dan yang paling jarang digunakan adalah akronim.

Berbeda dengan penelitian tersebut yang mengkaji stilistika leksikal, penelitian ini berfokus pada kajian morfosemantik. Penelitian ini tidak hanya mengkaji bentuk neologismenya saja, melainkan menganalisis makna yang terdapat dalam setiap kata, frasa, atau istilah yang ditemukan di *menfess* akun *autobase @convomf* di *Twitter*. Selain itu, hal yang menjadi pembeda

dari penelitian ini adalah penyajian faktor-faktor yang melatarbelakangi kemunculan neologisme sebagai pendorong kreativitas berbahasa pengguna media sosial dalam praktik komunikasi di *Twitter*.

B. Landasan Teori

Landasan teori pada hakikatnya merupakan sebuah konsep yang mendasari dilakukannya sebuah penelitian. Hal ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai fenomena atau gejala sosial yang dikembangkan dalam sebuah teori. Berikut dijabarkan teori-teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini.

1. Morfologi

Morfologi merupakan teori utama yang dibahas dalam penelitian ini. Pada bagian ini dipaparkan beberapa definisi dari para ahli kebahasaan mengenai pandangannya terhadap ilmu morfologi sebagai kajian ilmu linguistik. Secara etimologis, kata morfologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*morphologie*" yang merupakan gabungan atas dua unsur kata "*morphe*" yang diartikan sebagai bentuk dan "*logos*" yang berarti ilmu. Secara terminologi, morfologi dapat didefinisikan sebagai ilmu mengenai bentuk dan pembentukannya (Chaer, 2015:3).

Berdasarkan pendapat Bauer (2007:248), "*Morphology is about the structure of words, how words are made up of smaller meaningful elements*" (morfologi mengkaji struktur kata, yakni bagaimana suatu kata dapat terbentuk dari unsur-unsur terkecil)". Sejalan dengan hal tersebut, Twain (2013:37) mengatakan, "*Morphology also refers to our internal grammatical*

knowledge concerning the words of our language, and like most linguistic knowledge we are not consciously aware of it (morfologi sebagai kajian ilmu bahasa yang merujuk pada pengetahuan tata bahasa internal dan melibatkan pembentukan kata pada sebuah bahasa yang kemunculannya sulit untuk disadari)". Ramlan (2019:29) memandang morfologi sebagai ilmu bahasa yang mempelajari seluk beluk kata serta fungsi perubahan bentuk kata tersebut, baik fungsi gramatikal maupun fungsi semantik.

Yule (2014:66) berpendapat bahwa morfologi merupakan kajian ilmu linguistik yang mengidentifikasi unsur dasar dalam bahasa. Adapun unsur yang dimaksud dalam hal ini disebut sebagai morfem. Dalam kajian ilmu morfologi, morfem merupakan satuan unit terkecil dari tata bahasa yang memiliki makna dan tidak dapat dibagi lagi menjadi bagian yang lebih kecil. Menurut Carstairs-McCarthy (2002), *"The area of grammar concerned with the structure of words and with relationships between words that involve the morphemes that compose them"* (ruang lingkup tata bahasa mengkaji struktur sebuah kata disertai dengan hubungan antarkata yang mengandung morfem pembentuknya)". Berdasarkan pendapat O'Grady dan Archibald (2015:101), *"Morpheme is the most important component of word structure"* (morfem merupakan sebuah komponen yang memiliki peran penting dalam pembentukan kata)". Oleh karena itu, proses identifikasi sebuah morfem dapat dilakukan secara mudah dengan membandingkan morfem tersebut dengan bentuk-bentuk yang lain. Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa morfologi

mengidentifikasi satuan unit dasar bahasa sehingga morfologi didefinisikan sebagai subdisiplin ilmu linguistik yang mempelajari tentang susunan kata.

Morfologi secara khusus meliputi seluk-beluk pembentukan kata serta fungsi perubahan-perubahan bentuk kata tersebut, baik fungsi secara gramatikal maupun semantik. Dalam proses pembentukan kata, terdapat sebuah elemen yang disebut sebagai konvensi atau kesepakatan. Hal ini disebabkan bahasa merupakan tanda yang memiliki hubungan antara makna dan simbol sehingga memerlukan adanya persetujuan yang telah disepakati bersama oleh masyarakat dan kemudian nantinya digunakan secara bersama pula dalam kehidupan sehari-hari.

Apabila suatu kata mengalami perubahan bentuk, besar kemungkinan hal tersebut mendorong terjadinya perubahan makna. Memahami dan mempelajari struktur pembentukan kata dalam morfologi akan mempermudah dalam memahami makna yang menghubungkan pembentukan kata tersebut. Contohnya, kata **makan** merupakan morfem yang tidak dapat diurai lagi menjadi bentuk terkecil. Kata **makan** merupakan bentuk kata kerja yang merujuk pada kegiatan yang sedang dilakukan. Kata **makanan** sudah mengalami perubahan kelas kata dan makna. Kata ini berubah menjadi nomina dan bermakna 'kebutuhan pokok manusia'.

2. Proses Morfologis

Berdasarkan pendapat Kridalaksana (1993:141), morfem merupakan satuan bahasa terkecil yang maknanya relatif stabil dan tidak dapat dibagi atas bagian bermakna yang lebih kecil lagi. Oleh karena itu, proses

pembentukan kata meliputi tiga komponen utama, yakni leksem (sebagai *input*), morfem, dan kata (sebagai *output*). Menurut Alhasibunur (2018:48), analisis struktural dalam kajian morfologi membagi kata ke dalam unsur-unsur pembentuknya, seperti *root*, prefiks dan sufiks sehingga dapat dipahami bahwa setiap kata memiliki makna dasar. Sebelum membentuk sebuah kata, bentuk linguistik yang paling pertama dilalui adalah leksem (calon kata). Leksem merupakan *input* yang digunakan untuk membentuk kata. Dalam perjalanannya menuju sebuah kata, leksem harus mengalami proses morfologis atau proses pembentukan kata.

Proses morfologis pada dasarnya merupakan proses pembentukan kata dari bentuk kata dasar dan mengalami proses pembubuhan afiks, pengulangan, penggabungan, pemendekan, dan pengubahan status (Chaer, 2008:25). Menurut Arifin (2009:9), proses morfologis merupakan proses yang dilakukan dengan mengubah leksem dan satuan leksikal menjadi kata yang dibuktikan dengan potensinya menjadi elemen dalam kalimat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses morfologis berfokus pada proses mengubah leksem sehingga membentuk kata.

Proses morfologis antara satu bahasa dengan bahasa lain sangat berbeda. Setiap ahli bahasa juga memiliki pandangan yang berbeda dalam mengkategorikan proses morfologis tersebut. Menurut Kridalaksana (2007:12), proses morfologis mencakup enam proses pembentukan kata yang terdiri atas derivasi balik, derivasi zero, afiksasi, reduplikasi (pengulangan), abreviasi (pemendekan), dan komposisi (penggabungan).

Proses pembentukan kata menurut Bauer (2002) dapat mencakup beberapa pembentukan, yakni afiksasi (*affixation*), konversi (*conversion*), pemenggalan kata (*truncation*), penggabungan kata (*blending*), abreviasi (*abbreviation*), akronim (*acronym*), derivasi balik (*backformation*) dan pemajemukan (*compounding*). Sebagaimana kedua pendapat ahli yang telah disebutkan sebelumnya, Yule (2014) mengklasifikasikan sepuluh proses pembentukan kata, meliputi peminjaman kata (*borrowing*), pemajemukan kata (*compounding*), pengakroniman (*acronym*), penciptaan kosakata baru (*coinage*), penggabungan kata (*blending*), pemenggalan kata (*clipping*), derivasi balik (*backformation*), derivasi (*derivation*), konversi (*conversion*), dan proses pembentukan kata ganda (*multiple processes*).

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam setiap pembagian proses morfologis yang dikemukakan oleh setiap ahli. Proses morfologis tidak lepas dari proses afiksasi, reduplikasi, dan penggabungan (komposisi). Menurut Kridalaksana, reduplikasi dapat dibagi menjadi tiga bagian, yakni reduplikasi morfemis, reduplikasi fonologis, dan reduplikasi sintaksis. Lebih lanjut, Kridalaksana (2008:104) menerapkan istilah komposisi dalam mereferensikan proses penggabungan kata ketika dua atau lebih leksem digabungkan untuk membentuk sebuah kata. Hasil dari proses ini disebut penggabungan leksem atau kompositum yang membentuk calon kata yang majemuk. Di sisi lain, Bauer membagi beberapa proses morfologis lebih banyak daripada Kridalaksana. Bauer (2002:16) juga menambahkan proses pemenggalan kata (*truncation*) yang didefinisikan sebagai proses

menghilangkan sebagian elemen pembentuk kata atau bagian dari kata dasar sehingga kata tersebut dapat menjadi lebih singkat.

Yule (2014) mengelompokkan proses pembentukan kata menjadi jauh lebih kompleks dan beragam. Yule menambahkan proses penciptaan kosakata baru (*coinage*) yang dianggap sesuai untuk menganalisis pembentukan neologisme. Dalam penerapannya di kehidupan sehari-hari, *coinage* merupakan pembentukan kata yang digunakan untuk mewakili kata asal. Misalnya, masyarakat Indonesia cenderung menggunakan istilah merek dagang “Chiki” untuk menamai semua jenis produk makanan ringan asin meskipun merek dagangnya berbeda. Hal ini disebabkan pelafalan merek dagang tersebut sangat familiar bagi lidah masyarakat karena merupakan salah satu pelopor makanan ringan di Indonesia. Harganya yang murah membuat produk-produk tersebut lebih terjangkau oleh setiap kalangan sehingga selalu menjadi bagian dari kenangan masa kecil masyarakat Indonesia. Fenomena pembentukan kata seperti ini tentunya sangat lazim dan banyak ditemukan dalam kegiatan berkomunikasi.

Proses *coinage* di media sosial dapat ditemukan dalam kata yang dikreasikan dan mengalami perubahan bentuk sehingga menghasilkan bentuk baru yang berbeda dari sebelumnya, seperti kata *info* yang mengalami perubahan bentuk menjadi kata *ingfo* akibat adanya proses nasalisasi melalui penambahan fonem [g]. Penambahan fonem dilakukan karena keinginan untuk melafalkan kata tersebut secara sederhana dan leluasa sehingga tuturan kata memengaruhi bahasa tulisnya. Di samping

itu, Yule juga menambahkan *multiple processes* atau proses pembentukan kata ganda. Proses ini juga dianggap sering muncul dalam praktik komunikasi karena sebuah kata dapat diciptakan tidak hanya melalui satu proses saja, tetapi dengan menggabungkan beberapa proses pembentukan kata lain di dalamnya. Kedua proses pembentukan kata tersebut dianggap sering digunakan dalam tataran penyusunan kata di media sosial. Berdasarkan pemaparan dan perbandingan mengenai proses morfologis di atas, maka teori pembentukan kata (*word formation*) oleh Yule dianggap paling sesuai dan relevan untuk menganalisis fenomena neologisme yang ditemukan di media sosial dikarenakan kompleksitasnya.

3. Proses Pembentukan Kata menurut Yule

Untuk menemukan hasil data yang runtut dan sesuai dengan preferensi penelitian ini, teori pembentukan kata (*word formation*) oleh Yule diaplikasikan dalam proses analisis fenomena pembentukan neologisme di media sosial. Berikut ini diuraikan penjelasan secara rinci mengenai proses pembentukan kata (*word formation*) tersebut.

a. Peminjaman Kata (*Borrowing*)

Yule (2014:52) mendefinisikan proses peminjaman kata sebagai upaya mengambil kata dari bahasa lain. Menurut Akmajian (dalam Muziatun, 2021:52), "*The existence of borrowing words from the language will further emphasize the word that people to convey* (keberadaan proses peminjaman kata yang diperoleh dari bahasa lain dapat memberikan penekanan mengenai kata yang hendak dituturkan

oleh penggunaanya)". Ketika bahasa asing menjadi sangat populer dan sering digunakan di suatu tempat, akan ada begitu banyak kosakata baru lainnya yang muncul dan diperoleh dari bahasa tersebut. Richard (2018) berpendapat bahwa peminjaman kata atau *lexical borrowing* merupakan proses pemerolehan kosakata dari bahasa lain yang kemudian diadaptasi dan digunakan oleh masyarakat lain.

Peminjaman kata memiliki hubungan yang berbanding lurus terhadap proses penyerapan bahasa sumber ke bahasa sasaran. Terdapat dua jenis proses peminjaman kata, meliputi *borrowings* dan *loan translation* (terjemahan). Adapun empat proses yang ditempuh dalam penyerapan istilah kebahasaan, yakni secara adopsi, adaptasi, penerjemahan, dan kreasi. Adopsi merupakan proses penyerapan bahasa dengan mengambil bentuk dan makna kata yang diperoleh secara keseluruhan, adaptasi merupakan proses yang dilakukan dengan mengambil bentuk kata yang telah disesuaikan dengan ejaan dalam bahasa sasaran, sementara, penerjemahan dan kreasi dilakukan dengan mengambil konsep yang terdapat dalam bahasa sumber dan mencari padanan kata yang sesuai dengan bahasa sasaran.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kosakata baru yang diperoleh melalui proses peminjaman kata merupakan hasil kata yang berakar dari bahasa lain. Contohnya, kata **café** (Perancis), **tornado** (Spanyol), **drama** (Yunani), dan lain-lain. Di media sosial, proses peminjaman kata juga banyak ditemukan dalam

kosakata asing yang mulai digunakan secara konvensional, seperti kata **hyung** yang berasal dari bahasa Korea dan digunakan sebagai ragam sapaan kepada kakak lelaki. Akan tetapi, kata tersebut telah mengalami perubahan makna dan digunakan secara metaforis untuk menyapa atau berinteraksi dengan orang asing yang bahkan tidak dikenal.

b. Pemajemukan Kata (*Compounding*)

Yule berpendapat bahwa pemajemukan kata atau kompositum merupakan gabungan dari dua kata yang berbeda sehingga menjadi satu kesatuan (2014:53). Pendapat ini diperkuat oleh Jacobs (2013:9) yang menganggap bahwa proses ini menggabungkan dua atau lebih kelas kata yang terdiri atas morfem bebas sehingga membentuk sebuah kosakata baru. Szymanek (dalam Kristanti, 2020:11) menyatakan bahwa pemajemukan dilakukan dengan menggabungkan dua atau lebih bentuk leksikal yang mewakili kategori utama sintaksis, yakni kata benda, kata kerja, dan kata sifat.

Pemajemukan kata atau *compounding* merupakan gabungan dari dua atau lebih kata atau leksem sehingga menciptakan bentuk kata yang baru. Pemajemukan juga dapat disebut sebagai kompositum, sebab makna yang dihasilkan kemungkinan dapat berdiri sendiri atau berbeda dari makna yang terdapat pada kata dasar. Contoh proses pemajemukan dapat dilihat pada kata **kacamata** yang merupakan lensa tipis dan digunakan untuk mata. Kata ini terdiri atas dua leksem, yakni kata **kaca** dan **mata**. Salah satu contoh proses pemajemukan di media

sosial dapat dilihat pada kata **gatekeep** yang terbentuk dari dua morfem dasar, yaitu kata **gate** yang berarti gerbang dan **keep** yang berarti menjaga. Secara harfiah, kata ini diartikan sebagai ‘penjaga gerbang’, tetapi berdasarkan konteks penggunaannya dalam kalimat, **gatekeep** dimaknai sebagai tindakan yang dilakukan untuk membatasi sesuatu.

c. Pengakroniman (*Acronym*)

Yule (2014:56) berpendapat bahwa “*Acronyms are new words formed from the initial letters of a set of other words* (akronim merupakan pembentukan kosakata baru yang diperoleh dari singkatan atas huruf pertama dari kata tersebut)”. Hal ini sejalan dengan pendapat Nordquist (2018) yang mendefinisikan pengakroniman sebagai proses pembentukan kata yang diperoleh dengan menyingkat huruf pertama atau menggabungkan suku kata pertama. Definisi mengenai akronim juga dapat ditemukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang diartikan sebagai kependekan berupa gabungan huruf atau suku kata yang ditulis dan dilafalkan seperti kata wajar lainnya.

Berdasarkan penjelasan mengenai proses akronim di atas, dapat diketahui bahwa akronim merupakan bentuk singkatan atau kependekan yang terdiri atas gabungan huruf, suku kata, atau frasa yang ditulis dan dilafalkan sebagai kata. Penggunaan akronim memberikan kemudahan bagi penuturnya agar lebih mudah dalam melafalkan sebuah kata, tetapi hal ini berisiko mengakibatkan kecenderungan melupakan bentuk kata aslinya. Adapun contoh proses

pembentukan kata akronim adalah Badan Intelijen Negara (BIN), Angkatan Bersenjata Republik Indonesia (ABRI), Surat Izin Mengemudi (SIM), dan lain-lain. Di media sosial, proses pembentukan kata akronim sangat banyak ditemukan karena diciptakan untuk mempermudah kegiatan berkomunikasi sehingga lebih cepat dalam proses penyampaian informasi, seperti istilah **IDK** (*I don't know*) yang berarti 'saya tidak tahu', **IRL** (*in real life*) yang berarti 'di dunia nyata', dan **JK** (*just kidding*) yang berarti 'hanya bercanda'.

d. Penciptaan Kosakata Baru (*Coinage*)

Penciptaan kosakata baru atau *coinage* merupakan proses pembentukan kata baru yang digunakan untuk mewakili penamaan yang sebenarnya. Penggunaan *coinage* di kehidupan sehari-hari umumnya diperlihatkan dalam kondisi ketika masyarakat penutur lebih memilih untuk menyebut satu merek tertentu untuk mewakili sebuah kategori produk. Salah satu contoh bentuk *coinage* yang sering ditemukan adalah pemberian nama dagang *Aqua* ketika menyebut semua jenis air minum dalam kemasan atau menyebut *Google* untuk menamai mesin pencari daring. Yule memaparkan bahwa *coinage* juga dapat berbentuk eponim yang merupakan sebuah gaya bahasa ketika seseorang yang namanya begitu sering dihubungkan dengan sifat tertentu digunakan untuk menyatakan sifat yang sama (Keraf, 2010:141). Secara sederhana, eponim terbentuk dari penggunaan

nama atau tokoh yang lazim dan dikenal dalam masyarakat untuk menyatakan sifat yang menyerupai tokoh tersebut.

Eponim dalam *coinage* sendiri dapat diartikan sebagai kata umum yang diperoleh dari nama benda, nama orang, atau tempat. *Coinage* di media sosial dapat dipahami sebagai penciptaan kosakata baru yang melalui proses reka cipta bentuk kata yang telah ada sehingga menghasilkan kosakata baru yang berbeda. *Coinage* merupakan proses pembentukan kata baru yang dilakukan, baik disengaja maupun tidak sengaja, tanpa menggunakan proses pembentukan kata lain. Salah satu contoh ontoh *coinage* di media sosial dapat dilihat pada keberagaman kosakata untuk menyatakan sesuatu yang luar biasa atau perwujudan rasa terkejut, seperti kata **astoge**, **astaganaga**, **astajim**, atau **astagay**. Kosakata tersebut memiliki makna yang sama, tetapi dikreasikan sehingga menghasilkan kosakata yang bervariasi.

e. Penggabungan Kata (*Blending*)

Penggabungan kata atau *blending* merupakan proses pembentukan kata dengan cara menggabungkan dua kata atau lebih dengan menghilangkan bagian tertentu pada kata sebelumnya sehingga membentuk kata baru. Menurut Yule (2014:53), penggabungan kata atau *blending* merupakan “*The combination of two separate forms to produce a single new term is also present in the process* (gabungan atas dua unsur leksem yang berbeda sehingga membentuk kosakata baru)”. Di sisi lain, McManis dkk. (1987:90)

berpendapat bahwa pada dasarnya *blending* merupakan sebuah proses gabungan suku kata awal kata pertama dengan suku kata akhir kata kedua. Hosseinzadeh (2014:18) mendefinisikan proses penggabungan kata sebagai bentuk kata lakuran, yakni terdapat dua kata yang berbeda dengan makna yang juga berbeda diletakkan secara bersamaan untuk membentuk kata baru dengan makna yang baru pula. Kata lakuran (*portmanteau words*) merupakan sebuah kata baru yang terbentuk dari penggabungan dua potongan kata atau lebih, tetapi memiliki makna yang berbeda sehingga menghasilkan arti baru sebagai gabungan dari kedua kata pembentuknya tersebut.

Menurut Zaim (2015:178), terdapat kecenderungan yang menganggap bahwa dalam proses penggabungan kata, tidak semua unsur kata yang disingkat dapat diwakili, melainkan unsur huruf dan suku kata yang diambil untuk menjadi kata hanya yang nyaman didengar atau diucapkan. Dengan kata lain, *blending* merupakan proses pembentukan kata dengan cara menggabungkan dua kata atau lebih yang terpisah atau lebih sehingga menghasilkan bentuk kata baru.

Proses pembentukan kata ini sering ditemukan di media sosial karena memberikan kebebasan bagi penuturnya untuk mengkreasikan bentuk kata sehingga lebih mudah dimengerti dan memudahkan proses komunikasi. Beberapa contoh proses penggabungan kata di media sosial dapat ditemukan dalam kata **mager** yang diperoleh dari dua leksem dasar, yaitu **malas** dan **gerak**. Kata **mager** menunjukkan situasi

tidak bersemangat sehingga tidak ingin melakukan aktivitas apa pun. Selain itu, terdapat kata **pansos** yang terbentuk dari dua kata dasar, yaitu **panjat** dan **sosial**. Kata ini dimaknai sebagai usaha yang dilakukan orang lain untuk mencitrakan diri agar terlihat menonjol.

f. Pemenggalan Kata (*Clipping*)

Berdasarkan pendapat Yule (2014:54), pemenggalan kata atau *clipping* merupakan sebuah proses pembentukan kata dengan cara memotong atau menghilangkan bagian-bagian tertentu menjadi lebih pendek tanpa mengubah makna katanya. Dengan kata lain, *clipping* adalah proses pembentukan kata ketika sebuah kata mengalami pengurangan atau pemendekan tanpa mengubah makna kata tersebut.

Menurut Arnold (1986:138), proses pemenggalan kata dapat dibedakan atas empat jenis, meliputi apokope atau *final clipping* (penghilangan atau pemenggalan satu atau lebih fonem pada akhir kata), aferesis atau *initial clipping* (penghilangan atau pemenggalan satu atau lebih fonem pada awal kata), sinkope atau *medial clipping* (penghilangan atau pemenggalan satu atau lebih fonem pada tengah kata), dan *complex clipping* atau *clipped compounds* (pemenggalan yang dilakukan dengan menyisakan salah satu fonem secara utuh).

Proses pembentukan kata ini sering disalahartikan karena memiliki kemiripan dengan bentuk *backformation* atau derivasi balik, sebab dalam proses pembentukan kata baru, kadang-kadang makna dari kata aslinya masih dipertahankan. Menurut Kortmann (2005:95),

clipping biasanya tidak termasuk dalam kosakata standar suatu bahasa karena kata-kata tersebut biasanya diperoleh dari bahasa sehari-hari. Misalnya, penggunaan panggilan sapaan kepada orang lain yang cenderung mengalami pemendekan, seperti sapaan **adik** yang lebih sering diringkas menjadi **dik**. Selain itu, contoh pemenggalan kata atau *clipping* di media sosial dapat dilihat pada kata **komentar** yang mengalami pemenggalan kata sehingga membentuk kata **komen**.

g. Derivasi (*Derivation*)

Menurut Chaer (2003:175), dalam proses derivasi, terdapat proses pembentukan kata baru ketika identitas leksikalnya tidak sama lagi dengan kata dasarnya. Derivasi, dalam linguistik deskriptif dan tata bahasa tradisional, merupakan pembentukan kata dengan cara mengubah bentuk dasar atau dengan menambahkan imbuhan pada kata tersebut. Menurut Abbas (2014:59), afiks derivasional dapat membentuk kata baru dengan arti baru yang berbeda dengan kata dasar. Proses afiksasi dalam Bahasa Indonesia umumnya terdiri atas empat jenis, yaitu prefiks, sufiks, infiks, dan konfiks. Afiksasi dapat diartikan sebagai proses pemberian imbuhan terhadap suatu kata yang mengakibatkan terjadinya perubahan pada kelas kata tersebut.

Menurut Bauer (1988:12), afiksasi merupakan proses morfologis yang menghasilkan morfem baru. Boey (1975:39) menyatakan bahwa afiks-afiks derivasional merupakan morfem terikat yang digabungkan dengan *base* untuk mengubah kelas katanya (*part of speech*). Salah

satu contoh afiksasi terdapat pada kata **lari** yang merupakan kategori verba, dapat berubah kelas katanya ketika ditambahkan afiks derivasional berupa prefiks {pe-} sehingga menjadi kata **pelari** dalam bentuk nomina. Dalam media sosial, beberapa kosakata yang mengalami proses afiksasi bertentangan dengan aturan kaidah kebahasaan yang berlaku secara konvensional. Contohnya, kata **menglapar** yang diperoleh dari kata sifat **lapar** dalam kelas kata adjektiva dan mengalami proses afiksasi dengan penambahan prefiks {meng-}. Kata tersebut bertolak dengan aturan tata bahasa karena seharusnya digunakan untuk membentuk kata kerja aktif.

h. Derivasi Balik (*Backformation*)

Derivasi balik atau *backformation* merupakan proses pembentukan kata dengan cara memisahkan imbuhan atau kata dasar dari sebuah kata. Berdasarkan pendapat Huddleston dan Pullum (2002:1637), derivasi balik dimaknai sebagai “*The coining of a new word by taking an existing word and forming from it a morphologically more elementary word. It is usually a matter of deleting an affix* (pembentukan kata baru dengan mengambil kata yang sudah ada dan membentuknya menjadi kata yang lebih mendasar secara morfologis)”. Lebih lanjut, Kridalaksana (2007:181) memandang derivasi balik sebagai proses pembentukan kata berdasarkan pola-pola yang ada tanpa mengenal atau mempertimbangkan unsur-unsurnya. *Backformation*, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, memiliki

perbedaan dengan *clipping*, yaitu mengubah kelas kata (*part of speech*) atau makna dari kata aslinya.

Derivasi balik terbentuk ketika kata baru dibuat dengan menghilangkan afiks yang telah ada dari kata tersebut. Yule (2014:54) menganggap bahwa derivasi balik merupakan proses ketika sebuah kata (biasanya kata benda) mengalami pemendekan sehingga membentuk kata baru (biasanya kata kerja). Di sisi lain, konsep *backformation* dalam media sosial memiliki makna serupa dengan metatesis. Metatesis merupakan sebuah proses pembalikan fonem dan perubahan urutan bunyi fonemis pada suatu kata. Contoh proses derivasi balik dapat dilihat dalam bahasa Inggris seperti kata **donate** yang menjadi **donation** atau **emote** yang berubah menjadi **emotion**. Contoh proses derivasi balik yang berkaitan dengan metatesis terlihat pada kata **ribut** yang susunanya berubah menjadi kata **tubir**.

i. Konversi (*Conversion*)

Konversi juga dapat disebut sebagai derivasi zero/nol. Berdasarkan pendapat Bauer (1988:30), "*Conversion is usually defined as a derivational process linking lexemes of the same form but belonging to different word-classes* (derivasi zero merupakan proses pembentukan kata tanpa ada perubahan bentuk dan tidak terjadi penambahan morfem)". Menurut Yule (2014:55), konversi merupakan perubahan pada fungsi kata, misalnya, ketika kata benda digunakan sebagai kata kerja (tanpa mengalami pemenggalan).

Dalam proses derivasi zero, bentuk kata dasar tidak memiliki perubahan, baik dari segi bentuk maupun maknanya. Dengan kata lain, konversi merupakan proses ketika leksem menjadi kata tanpa mengalami perubahan. Lebih lanjut, proses konversi juga dapat berada dalam kelas kata verba menjadi nomina, *phrasal verba* menjadi nomina, verba menjadi adjektiva, dan adjektiva berubah menjadi verba atau menjadi nomina dan sebagainya. Contoh konversi dalam satu susunan kalimat adalah “***empty the box***” atau “***butter the bread***”. Kata-kata kelas nomina digunakan sebagai kata kerja melalui proses konversi. Dalam bahasa Indonesia, contoh konversi terdapat pada morfem dasar **pergi** yang berubah menjadi kata tunggal **pergi**.

j. Proses Pembentukan Kata Ganda (*Multiple Processes*)

Yule (2014:58) berpendapat bahwa sebuah pembentukan kata baru dapat dilakukan lebih dari satu proses saja. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembentukan kata dapat dikombinasikan sehingga sebuah leksem terbentuk dari berbagai proses yang berbeda. Misalnya, kata *deli* diperoleh dari dua proses pembentukan kata, yaitu peminjaman kata (*borrowing*) dan pemenggalan kata (*clipping*). Istilah ini berasal dari bahasa Jerman, yaitu *delicatessen* dan mengalami pemenggalan bagian belakang dengan menghilangkan delapan huruf terakhir {-catessen}. Salah satu contoh *multiple processes* yang ditemukan di media sosial terdapat pada kata ***cyberbullying*** yang mengalami pembentukan melalui proses pemajemukan (*compounding*)

dan derivasi (*derivation*). Kata ini merupakan gabungan dua leksem dasar, yaitu kata **cyber** dan **bully**. Selain itu, kata ini diperoleh dari kata kerja **bully** yang mengalami proses afiksasi dengan penambahan sufiks {-ing} sehingga mengubah kelas katanya menjadi nomina.

4. Semantik

Secara etimologis, istilah semantik diperoleh dari beberapa sumber kebahasaan. Salah satu di antaranya adalah kata semantik berasal dari bahasa Yunani, yaitu *sema* yang memiliki arti ‘tanda’ atau ‘lambang’. Selain itu, diperoleh pandangan lain mengenai etimologi kata semantik, yaitu *semantike* yang mengandung makna *to signify* atau dapat diartikan sebagai ‘memaknai’ (Aminuddin, 2008:15). Semantik secara umum disepakati sebagai istilah dalam lingkup linguistik yang digunakan untuk mengkaji tanda-tanda dengan hal-hal yang ditandainya.

Semantik dapat dipahami sebagai ilmu tentang makna yang terdapat dalam satuan kebahasaan. Semantik merupakan subdisiplin ilmu linguistik yang menganalisis makna atau arti bahasa melalui kata, frasa, klausa, dan kalimat. Chaer (2003:60) berpendapat bahwa hal yang dijelaskan dalam kajian semantik adalah hubungan antara kata dengan konsep atau makna dari kata tersebut, serta benda atau hal-hal yang dirujuk oleh makna itu yang berada di luar bahasa. Semantik tidak hanya mengkaji makna-makna kata, tetapi juga perkembangan dan perubahan makna dari waktu ke waktu.

Menurut Chaer (1994:59), pembagian makna kata dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis. Berdasarkan jenis semantiknya,

makna kata dapat dibedakan atas makna leksikal dan gramatikal. Berdasarkan referen sebuah kata/leksem, makna dapat dibedakan antara makna referensial dan makna nonreferensial. Berdasarkan nilai rasa pada sebuah kata/leksem, makna dapat dibedakan antara makna denotatif dan makna konotatif. Berdasarkan ketepatan maknanya, makna dapat dibedakan antara makna kata dan makna istilah (makna umum dan makna khusus). Apabila dilihat berdasarkan sudut pandang yang lain, terdapat makna-makna asosiatif, makna kolokatif, makna reflektif, dan lain-lain.

Makna dalam linguistik pada umumnya dibagi menjadi dua jenis, yaitu makna leksikal dan makna gramatikal. Makna leksikal mengacu pada makna dalam kamus dan makna gramatikal muncul dengan mempertimbangkan hubungan antara bahasa yang satu dengan bahasa yang lain dalam cakupan yang lebih besar. Menurut Verharr (2001:384), semantik leksikal menjadikan leksikon dari suatu bahasa sebagai objek kajiannya, sedangkan semantik gramatikal berfokus pada kajian tata bahasa. Dengan demikian, pembahasan mengenai makna leksikal dan gramatikal akan dibahas pada bagian ini secara rinci.

a. Makna Leksikal

Pramuniati (2008:2) memandang makna leksikal sebagai makna yang dimiliki atau terdapat pada sebuah leksem meskipun tidak berada dalam konteks apa pun. Hal ini sejalan dengan pendapat Pateda (2015:119) yang menyatakan bahwa makna leksikal atau makna semantik merupakan makna kata ketika kata itu berdiri sendiri, entah

dalam bentuk leksem atau bentuk berimbuhan yang maknanya kurang lebih tetap, seperti yang dapat dibaca di dalam kamus bahasa tertentu. Berdasarkan pemaparan tersebut, diperoleh pemahaman bahwa semantik leksikal melihat makna secara mandiri sesuai dengan konsep yang melekat pada kata dan lepas dari aturan penggunaan atau konteksnya. Misalnya, kata **buku** secara literal dimaknai sebagai ‘lembar kertas yang berjilid’. Dengan demikian, makna leksikal merupakan makna yang sesuai dengan referen atau acuannya sehingga dipahami sebagai makna kosakata yang sebenarnya.

b. Makna Gramatikal

Makna gramatikal mengkaji makna kata yang diperoleh akibat adanya proses-proses gramatikalisasi, dalam hal ini afiksasi, reduplikasi, atau perubahan bentuk kata. Semantik gramatikal secara khusus mengkaji makna yang terdapat dalam satuan kalimat. Menurut Verhaar (2001:9), semantik gramatikal jauh lebih sulit untuk dianalisis karena sebuah kalimat tidak hanya ditafsirkan dari segi kata yang membentuknya, melainkan dengan melihat keseluruhan isi kalimat atau unsur yang ada dibalik kalimat tersebut. Apabila makna leksikal merupakan makna yang bersifat kata, makna gramatikal berarti makna yang sesuai dengan proses tata bahasa. Contoh makna gramatikal terdapat pada kata **ibu** yang secara harfiah bermakna ‘wanita yang telah melahirkan seseorang’. Namun, adanya proses gramatikalisasi berupa penambahan prefiks dan konfiks {ke-an} menjadi kata **keibuan**,

menyebabkan makna kata tersebut berubah menjadi 'bersifat seperti seorang ibu', yaitu lemah lembut dan penuh kasih sayang. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa makna sebuah kata dapat bergantung pada konteks kalimat atau konteks situasi penggunaannya.

Pembentukan makna baru menjadi bukti nyata bahwa terdapat pergeseran makna pada sebuah kosakata. Dalam kurun waktu yang singkat, makna kata akan tetap atau tidak berubah, tetapi dalam kurun waktu yang lama, ada kemungkinan makna suatu kata tersebut mengalami perubahan ataupun pergeseran. Makna sebuah kata dapat mengalami perubahan mengikuti perkembangan pemahaman berbahasa yang dialami oleh penuturnya. Menurut Tarigan (2009:77-78), perubahan makna kata dapat diklasifikasikan menjadi enam jenis, yakni generalisasi (perubahan makna kata dari yang lebih khusus kepada yang lebih umum atau dari yang lebih sempit ke yang lebih luas), spesialisasi (perubahan yang mengakibatkan makna kata menjadi lebih khusus atau lebih sempit dalam penggunaannya), ameliorasi (perubahan makna kata kepada tingkat yang lebih tinggi atau makna baru yang dianggap lebih lebih baik daripada makna sebelumnya), peyorasi (perubahan makna kata kepada tingkat yang lebih rendah atau makna baru yang dianggap lebih jelek atau lebih buruk dari makna yang sebelumnya), sinestesia (perubahan makna yang terjadi akibat pertukaran tanggapan antara dua pancar indera berbeda), dan asosiasi (perubahan makna yang terjadi akibat persamaan sifat).

Kosakata yang maknanya berubah telah mengalami pembaruan karena adanya penilaian masyarakat penuturnya terkait kosakata tersebut. Menurut Ernawati (2021:30), dalam menyampaikan sebuah informasi, perubahan makna dapat terjadi secara tidak sengaja maupun disengaja untuk mendapatkan efek komunikasi tertentu. Di samping itu, perubahan makna berdasarkan pandangan Parera (2004:108) dipahami sebagai gejala pergantian rujukan berdasarkan simbol bunyi yang sama.

Berdasarkan pemaparan tersebut, kajian semantik dalam penelitian ini berfokus pada pembentukan makna baru dan perubahan makna berdasarkan tataran semantik leksikal dan gramatikal. Hal ini dikarenakan makna yang terdapat dalam suatu kata tidak hanya dilihat sebagai sebuah kesatuan yang dapat berdiri sendiri, tetapi juga harus melihat konteks yang mendukungnya. Analisis dalam bidang semantik tidak hanya mengkaji kata dari unsur kebahasaannya saja, melainkan juga dengan mencermati hubungan antara makna yang satu dengan yang lainnya, serta mengamati perubahan dan perkembangan makna pada kosakata tersebut. Dengan demikian, subdisiplin baru dimunculkan sebagai penggabungan atas kedua kajian ilmu linguistik tersebut. Hal ini disebut sebagai morfosemantik yang menggunakan kajian morfologi sebagai dasar dalam pembentukan kata dan kajian semantik sebagai landasan pengambilan makna kata.

5. Morfosemantik

Morfosemantik merupakan kajian subdisiplin yang menggabungkan dua disiplin ilmu linguistik, yakni ilmu morfologi dan semantik. Dikutip dari

Encyclopedia of Information Science and Technology, morfosemantik secara umum dapat diartikan sebagai “*Knowledge in linguistics, pertaining to morphological analysis combined with a semantic interpretation of words* (subdisiplin ilmu dalam bidang linguistik yang mengkaji analisis morfologi yang dikombinasikan dengan semantik dalam menginterpretasikan sebuah bentuk kata)”. Lebih lanjut, morfosemantik dimaknai sebagai pendekatan yang bersifat memadukan dua kajian, yaitu kajian yang didasarkan atas aspek morfologik dan semantik (Said, 2018:139). Dalam kajian morfosemantik, susunan kata dapat berimplikasi terhadap perubahan makna. Morfosemantik mengkaji bentuk bahasa yang dianalisis berdasarkan teori-teori morfologi dan semantik. Ilmu morfologi dan semantik memiliki kajian objek formal yang berbeda, sebab morfologi mengkaji bentuk kata, sedangkan semantik mengkaji makna kata. Akan tetapi, objek material yang dikaji oleh kedua disiplin ilmu tersebut memiliki kesamaan, yaitu mengkaji kata (Satriani, 2021:19). Dengan demikian, kajian morfosemantik sangat sesuai digunakan dalam menganalisis bentuk dan makna kata, seperti neologisme.

Analisis kebahasaan dapat dikaji berdasarkan aspek-aspek utama yang mendasarinya, yaitu bentuk dan maknanya. Bentuk kata dianalisis dengan mengkaji struktur pembentukan kata, sedangkan makna kata dianalisis secara leksikal maupun gramatikal. Uhlenbeck (1982:3) menyatakan bahwa analisis morfosemantik merupakan telaah kata untuk mencari makna kata dengan cara menguraikan morfem-morfem yang

membentuk kata tersebut dengan menggunakan teori morfologi dan semantik. Berdasarkan kajian morfosemantiknya, analisis pembentukan kata dapat dilakukan secara morfologis dan semantis.

6. Neologisme

Secara etimologis, neologisme berasal dari bahasa Yunani yang terdiri atas kata *neo* (baru) dan *logos* (ilmu; kata; tuturan). Neologisme secara harfiah diartikan sebagai kosakata baru. Menurut Newmark (1988:140), neologisme merupakan makna baru yang terbentuk dari pembentukan unit leksikal baru atau unit leksikal yang sudah ada sebelumnya. Istilah neologisme merupakan upaya pembaruan dari *coinage* (penciptaan kosakata baru) yang digunakan pada awal abad ke-19. Meskipun istilah neologisme berakar dari bahasa Yunani, tetapi para penutur bahasa Inggris mulai menggunakan istilah neologisme yang diperoleh dari padanan bahasa Perancis, yaitu "*nèologisme*" yang dimaknai sebagai 'tindakan membentuk sebuah kata baru'.

Kalinowska (2016) berpendapat bahwa neologisme merupakan sebuah istilah yang merujuk kepada pembentukan kosakata baru yang mulai digunakan secara umum dan belum dapat diterima sepenuhnya sebagai bahasa yang lazim digunakan oleh penuturnya. Oleh karena itu, Yule (2010:53) memberikan pendapat yang sejalan dengan penjelasan sebelumnya, yakni menganggap bahwa neologisme merupakan wujud perkembangan suatu bahasa yang dapat menjadi kata atau padanan baru dengan melalui berbagai faktor-faktor pendukung yang dapat diterima oleh

pemakai bahasa tutur itu sendiri. Menurut Leech (1969:42), seorang penulis atau peneliti dapat mengembangkan tingkat keahasaannya dengan menciptakan kata-kata baru, dalam hal ini disebut neologisme. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemunculan neologisme didorong oleh perkembangan dalam kehidupan sosial-budaya dan ilmu pengetahuan-teknologi, serta melambangkan sebuah peristiwa yang terjadi secara langsung dalam periode tertentu.

Neologisme mengacu kepada kosakata yang diciptakan berdasarkan hasil pemikiran-pemikiran yang disebabkan oleh perubahan kehidupan sosial, baik dalam bentuk maupun maknanya, serta penggunaannya yang sedang dalam proses memasuki kosakata umum. Sebuah kosakata baru dapat diperoleh dalam kurun waktu yang cepat karena neologisme sebagai satuan leksikal yang relatif baru atau leksikal lama dengan makna baru dapat terbentuk akibat adanya perkembangan suatu bahasa tertentu dalam masyarakat yang menggunakannya. Neologisme dapat terbentuk melalui penggabungan kosakata yang telah tercipta sebelumnya dengan mengubah kelas kata atau susunan pembentukannya. Secara sederhana, kosakata tersebut masih memiliki konsep lama atau kemiripan pola pembentukan seperti kata sebelumnya, tetapi memberikan hasil yang berbeda dengan kosakata baru. Menurut Shchipitsina (dalam Syach, 2021:2), neologisme merupakan salah satu kajian stilistika leksikal yang terbentuk dalam perkembangan suatu bahasa tertentu pada masyarakat tutur dan diterima oleh para pengguna bahasa itu sendiri.

Cabré (dalam Guerra, 2016:529) menyimpulkan setiap pendapat mengenai neologisme dan memberikan garis besar bahwa neologisme merupakan “... *as objects of knowledge, neologisms are relative units that can only be identified when placed in a specific time period, discursive context and enunciative perspective* (objek dalam ilmu pengetahuan, neologisme merupakan sebuah unit kata yang dapat dipahami ketika ditempatkan pada periode waktu tertentu, kemampuan diskursif, dan pandangan deklaratif)”. Hal ini sejalan dengan pemahamannya bahwa neologisme dapat dikelompokkan berdasarkan posisinya dalam perilaku lingual, yaitu neologisme leksikal (*lexical neologism*) yang muncul dalam bahasa umum (*true neologism*) dan *neonyms* yang muncul dalam bahasa tertentu atau khusus (Cabré, 1999:206).

Yule memberikan pemahaman mengenai fenomena neologisme yang dapat membentuk sebuah padanan kosakata baru dan menjadi bukti nyata bahwa terdapat begitu banyak aturan tertentu dalam proses pembentukan kata yang digunakan untuk mengkaji bentuk neologisme. Fenomena neologisme dalam kehidupan masyarakat tidak lepas dari indikasi adanya perubahan bahasa. Bahasa selalu berkembang secara dinamis mengikuti perkembangan zaman sehingga hal tersebut dapat berpengaruh pada perubahan bahasa yang digunakan dalam kelompok masyarakat.

7. Faktor-faktor Kemunculan Neologisme

Kemunculan neologisme yang sejalan dengan perubahan dan perkembangan bahasa didasari oleh beberapa faktor yang menjadi

pendorongnya. Mworira (2015:68) mengembangkan penelitian studi kasus dalam media sosial dan menemukan faktor-faktor penyebab kemunculan neologisme di *Twitter* yang dianggap cukup efektif digunakan dalam proses komunikasi. Faktor-faktor tersebut dipaparkan secara rinci sebagai berikut.

a. Kecepatan Arus Penyebaran Informasi

Keberadaan media sosial yang digunakan secara aktif oleh setiap lapisan masyarakat menyebabkan penyebaran informasi dapat berlangsung dengan cepat dan mudah dalam waktu sekejap. Hal ini mendorong kemunculan gejala neologisme dalam proses komunikasi dan penyaluran informasi agar dapat dilakukan dengan cepat dan efisien. Misalnya, pengguna media sosial cenderung menciptakan kata atau istilah baru yang lebih ringkas dari kosakata yang telah ada. Hal ini dilakukan agar penyampaian informasi dapat dilakukan secara praktis dan penggunaannya yang mengikuti tren berbahasa terbaru membuat kosakata tersebut menjadi lebih keren.

b. Pengabaian Kaidah Bahasa dan Ejaan yang Tepat

Pengguna media sosial umumnya akan mengabaikan tata bahasa dan ejaan yang konvensional demi menciptakan proses komunikasi yang efektif. Neologisme merupakan sebuah dekonstruksi terhadap kemapanan berbahasa, sebab menentang sebagian besar aturan tata bahasa yang berlaku. Penggunaan bahasa sesuai kaidah yang baik dan benar dianggap terlalu formal sehingga pengguna akan menghadirkan neologisme untuk berkomunikasi dengan kelompoknya

sebagai wujud penggambaran diri. Pengguna media sosial yang bahkan tidak memahami aturan tata bahasa yang benar tidak perlu khawatir akan tertinggal karena neologisme tidak dibatasi oleh aturan yang berlaku. Selain itu, pengguna media sosial tidak perlu memperhatikan tanda baca dalam berkomunikasi. Berdasarkan pendapat Hasyim (2019:495) bahwa sebuah percakapan di media sosial sudah tidak memperhatikan tanda baca. Oleh karena itu, kalimat percakapan di media sosial umumnya diakhiri dengan sebuah emotikon. Hal ini memungkinkan pengguna media sosial untuk mengekspresikan dirinya dengan bebas tanpa perlu merasa takut dikritik karena penggunaan tata bahasanya yang tidak tepat.

c. Usia

Latar belakang penutur bahasa yang beragam menyebabkan timbulnya variasi kosakata baru. Salah satu aspek yang menyebabkan munculnya keberagaman neologisme adalah perbedaan usia. Setiap pengelompokan usia dalam masyarakat mendorong timbulnya dialek sosial yang memiliki ciri khasnya tersendiri. Kelompok usia muda, khususnya remaja, memiliki pemahaman neologisme yang lebih beragam dibandingkan dengan kelompok usia lain. Penggunaan neologisme di kalangan remaja dan anak muda sudah sangat luas karena sedikit banyaknya menghasilkan kata atau istilah baru yang bervariasi dan sulit untuk dipahami oleh kelompok usia lain.

d. Gender

Gender berkaitan dengan proses keyakinan bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan berperan dan bertindak sesuai dengan tata nilai yang berlaku dalam masyarakat. Perbedaan kemunculan kosakata baru yang dikemukakan oleh laki-laki dan perempuan memiliki hubungan dengan stereotip gender, baik dalam pemilihan kata maupun penggunaannya dalam media sosial. Perempuan lebih banyak memunculkan neologisme yang digunakan untuk mendeskripsikan sesuatu secara menyeluruh dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini disebabkan sifat dasar perempuan yang lebih ekspresif dalam mewujudkan bentuk emosinya.

e. Kemudahan dalam Memahami Makna

Kosakata dalam kamus-kamus bahasa memiliki makna tersendiri yang digunakan dalam kondisi kebahasaan tertentu. Apabila penggunaannya tidak sesuai dalam konstruksi kalimat, kosakata tersebut dapat mengubah arti sebuah kata dan tidak dapat menyampaikan makna yang sebenarnya. Misalnya, penggunaan neologisme yang melalui proses afiksasi dan pemajemukan (*compounding*) membuat neologisme dalam tataran bahasa Inggris lebih mudah dipahami oleh orang awam sehingga pembentukan kata tersebut lebih populer digunakan. Tidak hanya itu, terdapat beberapa bentuk neologisme yang diciptakan berdasarkan peristiwa atau hal-hal

tertentu yang melatarbelakanginya sehingga kosakata tersebut hanya dapat dipahami oleh pengguna media sosial yang terlibat.

f. Pertimbangan terhadap Dampak Makna

Neologisme di media sosial diciptakan dan digunakan untuk melengkapi istilah-istilah kata yang dianggap belum memenuhi makna kata yang diharapkan oleh penggunanya sehingga kosakata baru dimunculkan sebagai alternatif yang secara efektif digunakan untuk berkomunikasi. Neologisme di media sosial juga dapat berwujud eufemisme untuk menggantikan kosakata yang dianggap kurang berkenan sebagai bentuk penghalusan dan menunjukkan kesan yang lebih santun. Beberapa topik pembahasan di media sosial kemungkinan dapat membuat sebagian penggunanya merasa kurang nyaman. Oleh karena itu, neologisme membantu pengguna media sosial untuk menghindari isu pembahasan yang dianggap kurang berkenan. Selain itu, neologisme juga dapat digunakan untuk mengecualikan pengguna media sosial yang dianggap tidak relevan dengan topik tersebut untuk membatasi penyebaran topik yang dibicarakan.

g. Tingkat Kreativitas

Pengguna media sosial cenderung memunculkan neologisme dalam pesannya agar dapat menarik perhatian masyarakat dalam skala besar. Kemunculan neologisme menunjukkan adanya fenomena kreativitas linguistik bagi pengguna media sosial. Neologisme tercipta karena adanya modifikasi bahasa atau variasi kata dan frasa, seperti

mengganti atau membolak-balikkan susunan huruf pada suatu kata, dan menjadikan kosakata baru tersebut terlihat menarik karena memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan bahasa pada umumnya sehingga menjadikan kosakata tersebut lebih sering digunakan untuk berkomunikasi di media sosial. Dengan demikian, kemunculan neologisme di media sosial dipengaruhi oleh kreativitas pengguna akun karena dapat digunakan secara bebas dalam menyampaikan pesan.

8. Akun *Autobase*

Menurut Agoestin (2019:5), istilah akun *autobase* diperoleh dari dua terminologi kata, yaitu *automatic* dan *fanbase*. Akun *autobase* digunakan untuk mengirimkan submisi secara otomatis mengenai topik tertentu secara anonim. Akun *autobase* awalnya diciptakan untuk membahas keresahan-keresahan yang bersifat umum dan terjadi di *Twitter*. Sesuai dengan namanya, akun *autobase* memiliki konsep dan tujuan yang sama dengan akun *fanbase*. Akan tetapi, akun *fanbase* umumnya dioperasikan secara *manual* oleh beberapa *admin* yang mengatur pengelolaan kicauan dalam akun tersebut. Di sisi lain, akun *autobase* dijalankan oleh sebuah sistem berupa bot yang dirancang sedemikian rupa agar pesan dapat diunggah secara otomatis. Keberagaman akun *autobase* sejalan dengan kebutuhan pengguna *Twitter* yang ingin membahas topik tren tertentu di media sosial secara spesifik dan personal. Perkembangan pola pikir masyarakat yang semakin praktis menghadirkan variasi akun *autobase* dengan topik pembahasan yang jauh lebih khusus, seperti musik (@*musikmenfess*),

kecantikan (@ohmybeautybank), kuliner (@food_fess), idola favorit (@starfess), dan sebagainya. Selain itu, terdapat beberapa akun *autobase* yang diciptakan untuk membahas hal-hal terkait dunia nyata yang bersifat lebih umum, contohnya @convomf, @tanyakanrl, dan @askrlfess.

Mengacu kepada pembahasan dalam latar belakang masalah, submisi yang diunggah oleh akun *autobase* disebut sebagai *menfess*. *Menfess* terdiri atas dua kata dasar yang berasal dari padanan kata bahasa Inggris, yaitu *mention* (fitur yang berfungsi untuk menyebut nama pengguna akun lain) dan *confess* (menyampaikan perasaan). Dengan demikian, *menfess* merupakan sebuah pesan berisi ungkapan perasaan yang ditujukan kepada seseorang. *Menfess* dalam akun *autobase* bersifat rahasia karena identitas pengirim pesan yang sebenarnya tidak diketahui. Secara sederhana, *menfess* dapat diibaratkan sebagai ‘pesan kaleng’. Pengirim pesan dalam akun *autobase* disebut sebagai *sender* atau lebih umum disapa sebagai *nder* oleh pengguna *Twitter*.

Akun *autobase* juga memiliki beberapa *admin* yang bertugas untuk memantau agar kondisi akun tetap kondusif dan terhindar dari masalah internal maupun eksternal. Hal ini mengharuskan akun *autobase* untuk memiliki peraturan-peraturan tertulis yang berlaku dan mewajibkan para penggunanya untuk mengikuti aturan tersebut sebelum menggunakan fitur akun tersebut. Jumlah *tweet* yang diunggah oleh akun *autobase* umumnya dibatasi untuk mengurangi kemungkinan akun tersebut dianggap melakukan tindakan *spam* dan berisiko ditangguhkan (*suspended*) oleh

pihak *Twitter* sehingga pemilik akun *autobase* harus menjeda beberapa menit untuk setiap *menfess* yang diunggah secara otomatis. Pengguna akun hanya dapat mengirimkan *menfess* apabila telah diikuti kembali (*followed back*) oleh akun *autobase* untuk membatasi interaksi pengguna akun yang dianggap tidak relevan dengan topik akun *autobase* tersebut.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir memberi kemudahan untuk menjelaskan alur penelitian yang menghubungkan setiap bagian dalam penelitian. Kerangka pikir membantu memaparkan permasalahan dalam penelitian yang disajikan dalam sebuah gambaran untuk dianalisis pada konsep yang lebih luas.

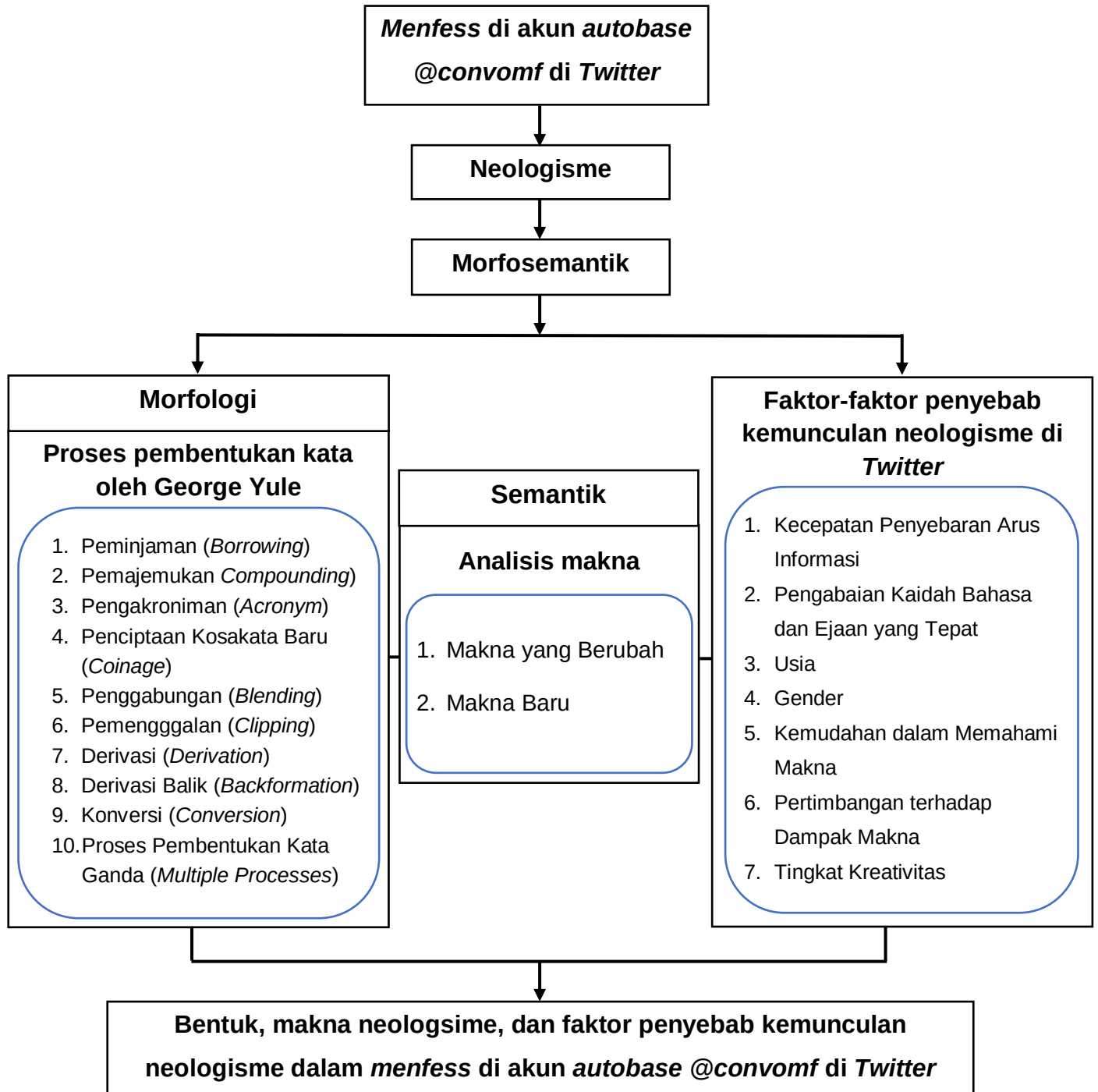
Penelitian ini dilakukan berdasarkan realitas kemajuan media komunikasi sebagai penyebab pembaruan dan perkembangan bahasa. Media sosial menghadirkan kemudahan dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi. *Twitter* merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, akun *autobase* di *Twitter* diciptakan untuk memberikan kebebasan kepada semua pengguna akun untuk menyampaikan gagasan dan pemikirannya secara anonim. Penggunaan akun *autobase* @convomf di *Twitter* memicu kemunculan kosakata baru sehingga menghadirkan makna baru dalam tataran leksikal (kata) yang telah ada dan digunakan untuk berkomunikasi kepada sesama pengguna akun di *Twitter*. Dengan demikian, *menfess* dalam akun *autobase*

@convomf digunakan sebagai instrumen utama untuk melihat dan menganalisis perkembangan neologisme di media sosial.

Analisis kebahasaan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengaplikasikan konsep struktural morfosemantik, yaitu dengan menggabungkan dua disiplin ilmu linguistik yang terdiri atas ilmu morfologi dan semantik. Berdasarkan aspek morfologinya, proses pembentukan kata baru dilakukan untuk menganalisis fenomena neologisme dengan berpangku pada teori proses pembentukan kata (*word formation*) oleh George Yule. Dalam mengkaji aspek semantiknya, analisis terhadap makna kata dilakukan untuk mengungkap makna baru dari kosakata baru atau perubahan makna dari kosakata lama yang terdapat dalam neologisme tersebut. Analisis makna dalam penelitian ini tidak hanya dikaji berdasarkan keberadaannya dalam sistem kebahasaan (leksikal), tetapi juga berfokus pada konteks penggunaannya (gramatikal) secara menyeluruh.

Kemunculan neologisme di media sosial dilatarbelakangi oleh beberapa faktor pendukung kebahasaan. Oleh karena itu, analisis mengenai faktor pendorong kemunculan neologisme dilakukan untuk mengetahui hal-hal esensial yang menjadi penyebab terciptanya neologisme di media sosial sebagai upaya dalam memahami keberagaman penggunaan bahasa seseorang. Faktor-faktor yang memengaruhi kemunculan neologisme mengacu pada penelitian mengenai fenomena neologisme yang telah dilakukan sebelumnya, dengan melihat dan membandingkan realitas yang diperoleh berdasarkan penelitian ini.

Berikut ini disajikan rincian bagan kerangka pikir dalam penelitian ini.



Gambar 2. Bagan kerangka pikir

D. Definisi Operasional

Melalui tahapan ini, diuraikan beberapa definisi yang diperoleh berdasarkan teori-teori yang mendorong terbentuknya penelitian ini. Definisi operasional memuat pernyataan mengenai variabel yang akan diteliti dan telah ditarik kesimpulannya.

1. **Akun *autobase*** merupakan sebuah fitur akun yang menyediakan fasilitas mengirim pesan atau submisi secara otomatis dan bersifat anonim di *Twitter*.
2. ***Menfess*** berasal dari bahasa Inggris yang merupakan bentuk penggabungan kata dari *mention* (menyebut) dan *confess* (menyatakan perasaan), dapat dimaknai sebagai ungkapan perasaan berupa pesan yang dikirimkan tanpa diketahui identitasnya.
3. **Morfologi** merupakan subdisiplin ilmu linguistik yang mempelajari tentang susunan kata, dalam hal ini bagaimana suatu kata dapat terbentuk dan proses pengubahannya.
4. **Semantik** merupakan subdisiplin ilmu linguistik yang menganalisis makna atau arti bahasa melalui kata, frasa, klausa dan kalimat.
5. **Makna leksikal** merupakan makna dasar sebuah kata yang sesuai dengan referennya, makna leksikal bersifat konkret karena belum mengalami proses perubahan bentuk.
6. **Makna gramatikal** merupakan makna sebuah kata yang terbentuk setelah mengalami proses gramatikalisasi, baik secara afiksasi,

reduplikasi, atau komposisi. Makna gramatikal berkenaan dengan konteks penggunaannya dalam jangkauan yang lebih luas.

7. **Morfosemantik** merupakan kajian subdisiplin yang menggabungkan dua disiplin ilmu linguistik, yakni morfologi dan semantik.
8. **Neologisme** merupakan satuan leksikal yang relatif baru atau leksikal lama dengan makna baru yang terbentuk akibat adanya perkembangan suatu bahasa tertentu pada masyarakat penuturnya.
9. **Proses morfologis** merupakan proses mengubah leksem sehingga membentuk kata dengan cara menghubungkan morfem yang satu dengan lainnya.