

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Bahasa adalah alat komunikasi yang memiliki satuan-satuan mencakup kata, frasa, klausa, dan kalimat yang dapat diungkapkan baik secara lisan maupun tulisan. Secara umum, bahasa adalah alat komunikasi sosial yang berupa sistem simbol bunyi yang dihasilkan dari ucapan manusia.

Bahasa memiliki peran yang sangat penting sebagai alat komunikasi manusia dalam berinteraksi dengan manusia lain. Komunikasi tidak akan sempurna bila ekspresi diri atau maksud yang ingin disampaikan tidak diterima atau tidak dipahami oleh orang lain. Maka dari itu, bahasa sebagai alat komunikasi merupakan saluran menyampaikan maksud dan perasaan yang memungkinkan terciptanya kerja sama antarmasyarakat.

Bahasa tidak hanya berupa lisan, melainkan ada pula yang berbentuk tulisan. Perkembangan teknologi membawa perubahan dalam cara manusia berkomunikasi. Media sosial menjadi sarana manusia mengaplikasikan bahasa dalam bentuk tulisan yang digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain. Kegiatan tersebut dilakukan secara dalam jaringan (daring) tanpa ada batasan waktu dan ruang. Media sosial memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi, serta menyampaikan pendapat secara bebas.

Bahasa memiliki pengaruh terhadap media sosial, begitu pula sebaliknya. Media sosial menjadi tempat bahasa terus berkembang dan beradaptasi. Hingga saat ini, media sosial banyak memunculkan istilah baru, singkatan, dan bahasa gaul yang cepat menyebar dan menjadi bagian dari percakapan sehari-hari, terutama dari kalangan remaja. Media sosial juga cenderung tidak memiliki batasan ketat dalam penggunaan bahasa. Hal ini memberikan kebebasan bagi pengguna media sosial bereksperimen menggunakan gaya bahasa.

Media sosial semakin banyak bermunculan seiring berjalannya waktu. *WhatsApp*, *Instagram*, *TikTok*, *Telegram*, *Twitter* dan *Facebook* adalah beberapa platform media sosial teratas yang sering digunakan oleh masyarakat luas. Namun, akhir-akhir ini, *Twitter* yang sekarang telah berganti nama menjadi X, semakin ramai digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa. Dikutip dari *kompas.com*, aplikasi X adalah jejaring sosial *online* yang digunakan orang-orang untuk berkomunikasi dalam pesan singkat yang sering disebut *tweet* atau kicauan.



bagai penyebaran informasi, aplikasi X juga lebih banyak digunakan orang untuk mengungkapkan keluhan dan sebagainya. X adalah salah satu sarana yang cukup populer di aplikasi X. *Menfess* adalah salah satu fitur di aplikasi X, yang berarti menyebutkan dan

mengungkapkan. Istilah ini merujuk pada aktivitas mengirim pesan rahasia secara anonim melalui Twitter. Pesan tersebut dapat berupa curhatan, meminta saran, bahkan bisa digunakan untuk menyebarkan informasi, baik bersifat positif maupun negatif. Jenis *menfess* sangat beragam, diantaranya terdapat *menfess* khusus drama korea (drakor), *menfess* khusus kucing, bahkan ada pula *menfess* yang bersifat umum.

Akun Tanyarl adalah akun *menfess* umum yang paling terkenal di aplikasi X. Akun tersebut menyajikan berbagai konten yang menghibur, informatif dan kontroversial, memancing respon berbagai pengguna aplikasi X. Dalam kolom komentarnya, banyak dijumpai komentar yang menggunakan gaya bahasa berlebihan, atau disebut hiperbola.

Penggunaan gaya bahasa hiperbola dalam komunikasi sehari-hari sebenarnya bukan hal yang baru. Selain karya sastra, gaya bahasa hiperbola kadangkala digunakan juga dalam percakapan sehari-hari. Kata hiperbola berasal dari bahasa Yunani yang berarti “pemborosan; berlebih-lebihan” dan diturunkan dari *hyper* “melebihi” *ballien* “melemparkan”. Dapat dikatakan bahwa hiperbola adalah salah satu bentuk gaya bahasa yang pengungkapannya dilebih-lebihkan. Menurut Lafamane (2020) hiperbola adalah gaya bahasa yang bentuknya berupa pernyataan berlebih-lebihan baik itu dari segi jumlah, ukuran, ataupun sifatnya dengan tujuan untuk menekan, memperhebat, meningkatkan kesan dan pengaruhnya. Penggunaan gaya bahasa hiperbola dapat menimbulkan kesan berlebihan sehingga memberi daya tarik emosional pada pembaca atau pendengar.

Sato dalam Wahyuni dan Pradhana (2017:59-64) mengemukakan pendapatnya tentang jenis-jenis gaya bahasa hiperbola, diantaranya gaya bahasa hiperbola ungkapan kias, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada bagian tubuh atau keadaan fisik, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada perasaan, dan gaya bahasa hiperbola ungkapan faktual.

Maraknya penggunaan gaya bahasa hiperbola di dalam media sosial X, terutama dalam akun Tanyarl biasanya dipengaruhi karena kebiasaan reaktif. Mereka menggunakan gaya bahasa hiperbola untuk menunjukkan emosi, seperti marah, sedih, senang, kecewa, dan lain-lain. Selain itu, dorongan untuk menarik perhatian pengguna sosial media lain menjadi alasan. Banyak pengguna sengaja melebih-lebihkan pernyataan mereka agar mendapat tanggapan suka, mengunggah ulang, bahkan sampai jadi bahan diskusi. Alasan lainnya adalah sebagai komedi untuk mencairkan suasana mengingat akun Tanyarl tak jarang mengunggah hal-hal absurd.

Gaya bahasa hiperbola menjadi bagian dalam kajian stilistika. Stilistika adalah cabang ilmu linguistik terapan yang mempelajari penggunaannya pada karya sastra. Kata stilistika berasal dari bahasa Yunani yang merupakan gabungan dari kata dua kata, yakni *style* dan *istis* yang berarti gaya, sedangkan *istic* berarti ilmu. Menurut Januarti (2019:53),



Stilistika adalah suatu bidang ilmu ataupun kajian yang digunakan untuk memudahkan seseorang menikmati, memahami, dan menghayati sistem tanda yang ada dalam karya sastra serta mengetahui ungkapan ekspresif yang ingin diungkapkan oleh pengarang. Ada banyak jenis gaya bahasa, seperti gaya bahasa personifikasi, metafora, asosiasi, hiperbola, paradoks, sarkasme, repetisi, litoles dan masih banyak lagi.

Adapun contoh penggunaan gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar Tanyarl, sebagai berikut;

Contoh 1

Bjir, abis itu **otaknya langsung terjun bebas ke kaki (@eouforiarc)**.

Sebuah postingan gambar dari akun Tanyarl yang memperlihatkan seorang penjual memasak nasi goreng yang menuangkan satu bungkus micin seberat 500 gram. Contoh 1 menggunakan gaya bahasa hiperbola jenis mengacu pada bagian tubuh atau keadaan fisik. Gaya bahasa tersebut digunakan untuk menggambarkan reaksi yang berlebihan terhadap tindakan penjual nasi goreng menuangkan micin dalam jumlah sangat banyak. Realitanya, tidak pernah ditemui fenomena otak yang terjun ke kaki ketika mengonsumsi micin. Komentar tersebut memanfaatkan stereotip masyarakat yang cukup populer tentang micin, yaitu jika dikonsumsi berlebihan maka menyebabkan penurunan kerja otak atau bodoh. Hal tersebut menciptakan efek komedi bagi pembaca.

Contoh 2

Gantengnya nambah **seribu kali lipat (@3eezaa)**

Postingan Tanyarl berupa takarir yang bertuliskan “ganteng, tinggi, gak ngerokok”. Contoh 2 termasuk dalam gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada perasaan. Tingkat ketampanan seseorang tidak dapat diukur hingga ribuan. Menurut standar masyarakat Indonesia, pria tampan dinilai dari rambut rapi dan terawat, fisik yang tinggi dan bugar, tidak merokok, wangi dan bersih, serta beradab. Contoh 2 digunakan untuk menunjukkan kekaguman bahwa ketampanan daya tarik seseorang meningkat karena memiliki fisik yang tinggi serta tidak merokok.

Dua contoh yang telah disampaikan menjadi alasan utama peneliti tertarik untuk meneliti topik ini. Penelitian ini mengangkat topik tentang jenis-jenis gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar akun Tanyarl pada aplikasi X, yang dianalisis menggunakan pendekatan stilistika. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam jenis-jenis gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar akun Tanyarl dan melihat bagaimana gaya bahasa ini berperan dalam interaksi digital.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman mengenai dinamika berbahasa dalam komunikasi digital. Seiring dengan ologi, nilai-nilai bahasa berubah menjadi kreatif dan tidak kaku. Ia menjadi contoh penggunaan bahasa sehari-hari dimodifikasi asan tertentu.



1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah bagian dari proses penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan sejumlah aspek permasalahan yang muncul dalam penelitian. Identifikasi masalah menjadi langkah penting dalam proses pemecahan masalah agar memperoleh kemudahan dalam meneliti dan menghindari penyimpangan terkait masalah yang diteliti. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini:

- Maraknya penggunaan gaya bahasa hiperbola di media sosial X, terutama pada akun Tanyarl.
- Jenis-jenis gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar Tanyarl di aplikasi X.
- Makna dibalik ungkapan hiperbola yang digunakan pengguna aplikasi X dalam kolom komentar Tanyarl.
- Alasan penggunaan gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar Tanyarl di aplikasi X.
- Efek yang ditimbulkan penggunaan gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar Tanyarl di aplikasi X.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah adalah ruang lingkup sebuah masalah penelitian. Bagian ini penting karena membantu peneliti menentukan fokus masalah sehingga pembahasan tidak meluas. Penelitian ini memiliki batasan masalah, yaitu hanya membahas jenis gaya bahasa hiperbola pada kolom komentar postingan Tanyarl.

1.4 Rumusan Masalah

- Bagaimana jenis-jenis gaya bahasa hiperbola yang digunakan pengguna aplikasi X dalam kolom komentar Tanyarl?
- Mengapa pengguna aplikasi X menggunakan gaya bahasa hiperbola dalam mengomentari postingan Tanyarl?

1.5 Tujuan dan Manfaat

1.5.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji jenis-jenis gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar postingan akun Tanyarl. Penelitian ini juga bertujuan mengungkap alasan pengguna media sosial menggunakan gaya bahasa hiperbola dalam mengomentari postingan Tanyarl.



ritis

gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar Tanyarl pada
1 dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan teori

stilistika, khususnya dalam memahami penggunaan gaya bahasa dalam lingkup media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan akademis bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji penggunaan gaya bahasa hiperbola di ranah digital lebih lanjut.

1.5.2.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang penggunaan gaya bahasa, terutama gaya bahasa hiperbola yang tak hanya digunakan dalam karya sastra, tetapi juga dapat digunakan dalam percakapan sehari-hari. Gaya bahasa hiperbola sering digunakan untuk memperkuat emosi, baik positif maupun negatif dan membantu mengidentifikasi jenis ekspresi yang paling sering digunakan dalam menanggapi topik tertentu. Penelitian ini membantu para pengguna media sosial untuk memahami penggunaan gaya bahasa hiperbola dan cara menafsirkan komentar-komentar hiperbola agar terhindar dari miskomunikasi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori stilistika. Secara umum, stilistika dapat berarti penggunaan gaya bahasa pada karya sastra. Didalam stilistika, terdapat gaya bahasa hiperbola yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini. Dijelaskan pula pengertian media sosial dan twitter/X.

2.1.1 Stilistika

Menurut Junus dalam Rismayanti (2016:18), “Stilistik atau *stylistics* adalah ilmu tentang *style*. Persoalan pertama ialah istilah *style* itu sendiri. Istilah *style* lebih sesuai dengan penggunaan istilah stilistik, tetapi, istilah ini terasa aneh, keinggris-anehan. Kesan ini juga ada pada ‘*stail*’. Yang tidak Inggris dan tidak Melayu.” Dengan alasan itu, Junus lebih memilih untuk menggunakan ‘gaya’ namun juga tetap mempertahankan istilah ‘stilistik’. Pilihan kata tersebut merupakan persoalan selera.

Menurut Nurgiyantoro (2018:80) Stilistika adalah kajian yang menjelaskan fungsi keindahan dalam penggunaan bahasa dari aspek bunyi, leksikal, struktur, bahasa figuratif, sarana retorika dan grafologi. Stilistika bertujuan menentukan seberapa jauh dan dalam seseorang mempergunakan tanda-tanda linguistik untuk memperoleh efek khusus. Kajian stilistika yang dilakukan juga bertujuan untuk menjelaskan efek estetis dan efek khusus yang dicapai lewat pemilihan bentuk-bentuk kebahasaan.

Menurut Leech dalam Annisa dan Tammase (2022:42), Stilistika adalah cabang ilmu linguistik yang mengkaji gaya bahasa. Tujuannya adalah untuk memahami hubungan antara bahasa dan fungsi estetiknya, baik secara implisit maupun eksplisit. Dalam linguistik, stilistika berfokus pada alasan penulis memilih gaya tertentu, sementara dalam sastra, stilistika menganalisis fungsi estetis yang dihasilkan oleh bahasa.

Slametmuljana dalam Pradopo (2021:2) mendefinisikan Stilistika sebagai kata berjiwa, berarti kata yang digunakan dalam karya sastra yang mengandung perasaan pengarangnya. Stilistika bertujuan menunjukkan kesan pemakaian penyusunan kata dalam kalimat yang menyebabkan adanya gaya dalam kalimat tersebut.

Tidak hanya dalam karya sastra, stilistika juga mengkaji di luar karya sastra. Kesan kajian stilistika yang muncul selama ini selalu berkaitan dengan bahasa menjadi fokus kajian. Padahal, kajian stilistika sebenarnya dapat berbagai ragam bahasa lain dan tidak terbatas pada ragam sastra (2018:75).



2.1.1.1 Jenis-jenis Stilistika

Darwis (2002:91) mengemukakan terdapat dua jenis stilistika, yakni stilistika sastra dan stilistika linguistik. Yang ditekankan dalam stilistika sastra adalah bagaimana menemukan fungsi sastra, yaitu memberikan efek estetika (puitis). Sedangkan stilistika linguistik adalah ilmu yang berusaha menyingkapkan fakta-fakta linguistik untuk menjelaskan keberadaan dan perbedaan penggunaan gaya bahasa antara pengarang yang satu dan pengarang yang lain (serangkaian ciri individual).

Pradopo (2021:2) menjelaskan bahwa stilistika tidak hanya merupakan studi gaya bahasa dalam kesusastraan saja, melainkan juga studi gaya dalam bahasa pada umumnya. Stilistika merupakan bagian dari linguistik yang bertujuan menciptakan variasi dalam penggunaan bahasa. Meskipun begitu, ada perhatian khusus pada bahasa kesusastraan yang paling sadar dan paling kompleks. Stilistika adalah bagian dari linguistik yang memusatkan diri pada variasi dalam penggunaan bahasa (Turner dalam Pradopo, 2021:2).

Dari uraian yang telah dijelaskan, diketahui bahwa stilistika tidak hanya mengkaji bahasa dalam karya sastra, tetapi juga mengkaji teks di luar karya sastra. Stilistika sastra berfokus pada penemuan fungsi sastra, yaitu memberikan efek estetika (puitis). Sementara Stilistika linguistik hanya berupa penerapan teori linguistik untuk mengungkap berbagai unsur kebahasaan dalam teks. Pada dasarnya, stilistika sastra dan stilistika linguistik keduanya membahas penggunaan bahasa dalam konteks yang berbeda.

2.1.2 Gaya Bahasa

Tarigan (2021:4) menjelaskan gaya bahasa merupakan bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Gaya bahasa juga memungkinkan menilai suatu pribadi, watak dan kemampuan seseorang dalam menggunakan bahasa. Semakin baik bahasanya, semakin baik penilaian seseorang, begitupun sebaliknya.

Gaya bahasa mencakup segala bentuk penggunaan bahasa secara khusus untuk menghasilkan efek tertentu, seperti efek estetika atau unsur kepuhitan. Beragam jenis gaya bahasa mencakup seluruh aspek bahasa, mulai dari bunyi, kata, kalimat, hingga wacana yang digunakan secara khusus demi mencapai efek yang disebutkan (Wicaksono, 2019:9).

Berdasarkan dua pendapat yang telah disampaikan, disimpulkan bahwa gaya bahasa adalah cara penulis menggunakan bahasa untuk memengaruhi pembaca

Tujuan gaya bahasa adalah menghasilkan efek tertentu, yang dapat emosi dan perasaan penulis.



2.1.2.1 Jenis-jenis Gaya Bahasa

Tarigan (2021) membagi gaya bahasa menjadi empat jenis, diantaranya:

2.1.2.1.1 Gaya Bahasa Perbandingan

Gaya bahasa perbandingan adalah gaya bahasa yang membandingkan dua hal yang hakikatnya berlainan dan sengaja menganggapnya sama. Maka dari itu, kata perumpamaan bisa dikatakan sama dengan persamaan. Gaya bahasa perbandingan terbagi menjadi 10 jenis yakni perumpamaan, metafora, personifikasi, depersonifikasi, alegori, antitesis, pleonasme/tautologi, perifrasis, prolepsis/antisipasi, dan koreksio/epanortosis.

2.1.2.1.2 Gaya Bahasa Pertentangan

Gaya bahasa pertentangan adalah kiasan yang menyatakan suatu pertentangan yang dimaksud oleh penulis, pembaca, pendengar, dan penikmat karya sastra. Gaya bahasa pertentangan dibagi menjadi 20 jenis yaitu hiperbola, litoles, ironi, oksimoron, paronomasia, paralipsis, zeugma dan silepsis, satire, innuendo, antifrasis, paradoks, klimaks, anti klimaks, apostrof, anastrof, apofasis, histeron proteron, hipalase, sinisme, dan sarkasme.

2.1.2.1.3 Gaya Bahasa Pertautan

Gaya bahasa pertautan merupakan gaya bahasa yang menggunakan kata-kata kiasan yang berhubungan atau bertautan dengan suatu hal yang ingin disampaikan. Gaya bahasa pertautan terbagi menjadi 13 jenis yaitu metonimia, sinekdoke, alusi, eufemisme, eponim, epitet, antonomasia, erotests, paralelisme, elipsis, gradasi, asindeton, dan polisindeton.

2.1.2.1.4 Gaya Bahasa Perulangan

Gaya bahasa perulangan adalah gaya bahasa yang lebih menegaskan dalam menggunakan sebuah pernyataan dengan tujuan peningkatan sebuah pengaruh dan nilai tertentu terhadap pembaca, pendengar, atau penikmat karya sastra. Gaya bahasa perulangan terbagi menjadi 12 jenis yaitu aliterasi, asonansi, antanaklasis, kiasmus, epizeukis, tautotes, anapora, epistrofa, simplotke, mesodiplosis, epanalepsis, anadiplosis.

2.1.3 Gaya Bahasa Hiperbola

Kata hiperbola berasal dari bahasa Yunani yang berarti ‘pemborosan; berlebihan’ dan diturunkan dari *hyper* ‘melebihi’ dan *ballien* ‘melemparkan’. Keragaman pendapatnya bahwa gaya bahasa hiperbola merupakan gaya bahasa yang mengandung sesuatu pernyataan yang berlebihan berdasarkan suatu hal.



Menurut Tarigan (2021:55) Hiperbola adalah sejenis gaya bahasa yang mengandung pernyataan yang berlebih-lebihan jumlahnya, ukurannya atau sifatnya dengan maksud memberi penekanan pada suatu pernyataan atau situasi untuk memperhebat, meningkatkan kesan dan pengaruhnya. Gaya bahasa ini melibatkan kata-kata, frase, atau kalimat.

Sedangkan menurut Nurgiyantoro (2018:261) Gaya bahasa hiperbola adalah gaya bahasa yang dipakai jika seseorang bermaksud melebihkan sesuatu dan dibandingkan keadaan yang sebenarnya untuk menekankan penuturannya sehingga makna sesuatu yang ditekankan atau dilebih-lebihkan itu sering menjadi tidak masuk akal untuk ukuran nalar yang biasa.

Dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa hiperbola adalah gaya bahasa yang pengungkapannya dilebih-lebihkan atau dibesar-besarkan suatu hal berdasarkan jumlah, ukuran dan sifatnya. Pengungkapan dengan menggunakan gaya bahasa hiperbola berbeda dengan keadaan yang sebenarnya sehingga makna yang terbentuk menjadi tidak masuk akal.

2.1.3.1 Jenis-Jenis Gaya Bahasa Hiperbola

Menurut pendapat Sato dalam Wahyuni dan Pradhana (2017:59-64), terdapat lima jenis gaya bahasa hiperbola, yang diantaranya:

2.1.3.1.1 Gaya Bahasa Hiperbola Ungkapan Kias

Gaya bahasa hiperbola ungkapan kias adalah gaya bahasa hiperbola yang mengandung berbagai unsur kiasan.

Contoh:

30° aja sudah **kayak cacing kepanasan** saya (@cendawanpatogen)

kayak cacing kepanasan merupakan gaya bahasa hiperbola ungkapan kias. Dalam hal ini, cacing kepanasan bukanlah seekor cacing yang terkena panas sehingga bergerak menggeliat seperti berada dalam kondisi yang sangat tidak nyaman, gelisah, dan tersiksa. **Kayak cacing kepanasan** adalah ungkapan berlebihan yang digunakan untuk menggambarkan rasa tidak nyaman akibat suhu yang sangat panas, yaitu 30° celcius.

2.1.3.1.2 Gaya Bahasa Hiperbola yang Mengacu pada Bagian Tubuh atau Keadaan Fisik.

Gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada bagian tubuh atau keadaan fisik adalah jenis gaya bahasa hiperbola berdasarkan keadaan yang berhubungan pada tubuh dan fisik.

Contoh:



btw sakit gigi bisa buat **kepala meledak** (@mabapiatu) menggunakan gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada keadaan fisik. Ungkapan **kepala meledak** itu tidak dimaksudkan ai kepala yang benar-benar hancur karena ledakan. Frasa

tersebut merupakan bentuk yang dilebih-lebihkan untuk menggambarkan rasa nyeri kepala yang sangat hebat akibat sakit gigi yang dialami.

2.1.3.1.3 Gaya Bahasa Hiperbola yang Mengacu pada Perasaan

Gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada perasaan adalah jenis gaya bahasa hiperbola berdasarkan keadaan yang berhubungan dengan perasaan.

Contoh:

Mas kalo **terbakar api cemburu** jangan bakar kios orang juga dong (@jakeycentric)

Contoh di atas pada ungkapan **terbakar api cemburu** termasuk kedalam gaya bahasa mengacu pada perasaan. **Terbakar api cemburu** merupakan ungkapan berlebihan yang merujuk pada rasa cemburu yang sangat kuat dan besar, seakan-akan emosi tersebut membakar hati seseorang.

2.1.3.1.4 Gaya bahasa hiperbola Ungkapan faktual

Gaya bahasa hiperbola ungkapan faktual adalah jenis gaya bahasa hiperbola berdasarkan pada ungkapan logis yang pernyataannya sesuai dengan fakta dan kenyataan.

Contoh:

Nder yang penting lu nggak **dengerin musik yang suaranya satu kampung bisa dengar** (@saosmalika)

Contoh di atas merupakan mengandung gaya bahasa hiperbola ungkapan. Pernyataannya dilebih-lebihkan untuk menggambarkan musik yang diputarkan dengan volume sangat keras, seolah-olah suaranya terdengar ke seluruh penjuru kampung. Meskipun dilebih-lebihkan, ungkapan **dengerin musik yang suaranya satu kampung bisa dengar** dapat dikategorikan sebagai pernyataan yang mengandung fakta. Musik yang suaranya sangat keras memang bisa terdengar sampai penjuru kampung.

2.1.4 Media Sosial

Media sosial adalah media berupa alat, sarana komunikasi, perantara, penghubung dan sosial berupa berkenaan dengan masyarakat atau merujuk pada cara orang berinteraksi. Media sosial yang semakin berkembang di era masa kini dan memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat.

Menurut Cahyono (2016:140) Media sosial adalah sebuah media online yang memudahkan para penggunanya bisa dengan berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual yang paling



di masyarakat di seluruh dunia. Liedfray, Waani, dan Lasut mengatakan media sosial adalah media dalam jaringan yang berfungsi sebagai media sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web yang memungkinkan terjadinya dialog interaktif. Media sosial merupakan aplikasi

yang digunakan untuk berinteraksi atau berjejaring sosial secara online menggunakan jaringan internet sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi dengan orang lain (Fatmawati, 2017:10).

Dari tiga pendapat di atas, dapat disimpulkan media sosial adalah sebuah media yang dapat berbentuk aplikasi atau web yang digunakan sebagai sarana interaksi dalam berkomunikasi dengan menggunakan jaringan internet.

2.1.5 Twitter/X

Twitter adalah salah satu aplikasi media sosial terbesar dan paling banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut Bara dkk (2022) Twitter merupakan media sosial yang hadir dengan format yang berbeda dan memiliki konsep yaitu menyebarkan informasi pesan secara singkat, padat dan tepat waktu. Seluruh dunia bisa menggunakannya sebagai sarana penyebar informasi kepada semua orang, baik yang dikenal maupun tidak, untuk memberitahukan keberadaan penggunaannya. Twitter Sebagai media sosial mempunyai fungsi bertipe micro-blogging yaitu blog berukuran kecil dengan maksimal 140 karakter jumlah karakter dalam tweet atau post dalam twitter (Negara dkk, 2021:242).

2.2 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan penelitian yang sudah diangkat sebelumnya dan sudah valid dari segi tujuan dan penggunaan teori. Penelitian relevan dilakukan untuk membuktikan penelitian yang diangkat belum pernah diteliti sebelumnya ataupun ada yang harus dikembangkan lagi ketika ada kesamaan bentuk dari penelitian sebelumnya. Penelitian mengenai gaya bahasa hiperbola memang telah banyak dilakukan oleh beberapa orang. Namun, peneliti belum menemui gaya bahasa hiperbola yang kajiannya berfokus pada komentar dalam aplikasi twitter atau X. Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian tersebut. Penelitian mengenai gaya bahasa hiperbola telah banyak dilakukan, di antaranya.

Skripsi yang berjudul “Penggunaan Hiperbola dalam Novel Ayat-Ayat Cinta Karya Habiburrahman El Shirazy: Analisis Stilistika” oleh Kasmawati, Mahasiswa Universitas Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Jurusan Sastra Indonesia, pada tahun 2012. Skripsi tersebut membahas tentang penggunaan gaya bahasa hiperbola yang ada dalam novel Ayat-Ayat Cinta karya Habiburrahman El Shirazy. Terdapat perbedaan antara skripsi tersebut dengan penelitian ini, yaitu; jurnal yang ditulis oleh Kasmawati tersebut objeknya berfokus pada novel, tepatnya novel yang berjudul Ayat-Ayat Cinta Karya Habiburrahman El Shirazy. Sedangkan, objek dari penelitian ini adalah komentar netizen pada postingan yang diunggah oleh akun Tanyarl pada



n lainnya adalah skripsi tersebut membedakan gaya bahasa untuk yang meliputi kata, frasa, klausa dan kalimat, serta jenis alitatif & jenis kuantitatif, sedangkan penelitian ini mengungkap la yang ada dalam kolom komentar postingan Tanyarl dengan

menggolongkan data berdasarkan lima jenis gaya bahasa hiperbola, yaitu gaya bahasa hiperbola ungkapan kias, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada bagian tubuh atau keadaan fisik, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada perasaan, dan gaya bahasa hiperbola ungkapan faktual. Adapun persamaan dari penelitian ini dan skripsi milik Kasmawati adalah meneliti gaya bahasa hiperbola menggunakan pendekatan stilistika.

Skripsi yang berjudul “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Hiperbola dalam Kumpulan Cerpen Goresan Pena Nanda Karya Nanda Dyani Amilla” oleh Alfiharani, Mahasiswa Muhammadiyah Sumatra Utara, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia, pada tahun 2023. Skripsi tersebut membahas tentang penggunaan gaya bahasa hiperbola dalam kumpulan cerpen Goresan Pena Nanda Karya Nanda Dyani Amilla. Terdapat perbedaan pada skripsi milik Alfiharani dan penelitian ini, yaitu objek skripsi tersebut berfokus pada kumpulan cerita pendek, sedangkan objek penelitian ini adalah komentar netizen pada postingan yang diunggah oleh akun *menfess tanyarl* pada aplikasi X. Adapun persamaan penelitian ini dan skripsi milik Alfiharani adalah sama-sama menggunakan pendekatan stilistika dan pembagian jenis hiperbola yang terdiri dari gaya bahasa hiperbola ungkapan kias, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada bagian tubuh atau keadaan fisik, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada perasaan, dan gaya bahasa hiperbola ungkapan faktual.

Skripsi yang berjudul “Analisis Makna Majas Hiperbola Pada Syair Kayori Suku Pamona Di Kabupaten Poso” oleh Eirene Paramansu, Mahasiswa Universitas Tadulako, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa Dan Seni, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, pada tahun 2023. Skripsi tersebut membahas penggunaan gaya bahasa hiperbola pada sebuah Syair Kayori suku Pamona di Kabupaten Poso. Meski sama-sama meneliti gaya bahasa hiperbola, skripsi yang dibuat Eirene Paramansu berfokus pada syair, sementara objek dari ini adalah kolom komentar pada postingan Tanyarl. Perbedaan lainnya adalah skripsi yang dibuat oleh Eirene Pamansu memaparkan datanya tanpa mengelompokkan berdasarkan bentuknya, sementara penelitian ini mengelompokkan data menjadi gaya bahasa hiperbola ungkapan kias, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada bagian tubuh atau keadaan fisik, gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada perasaan, dan gaya bahasa hiperbola ungkapan faktual.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah alur pemikiran yang sistematis agar penelitian sstruktur. Dalam penelitian ini, digunakan teori stilistika dalam 1 gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar Tanyarl. bahasa hiperbola menurut Sato dalam Wahyuni dan Pradhana menjadi empat, yakni; (1) gaya bahasa hiperbola ungkapan kias,

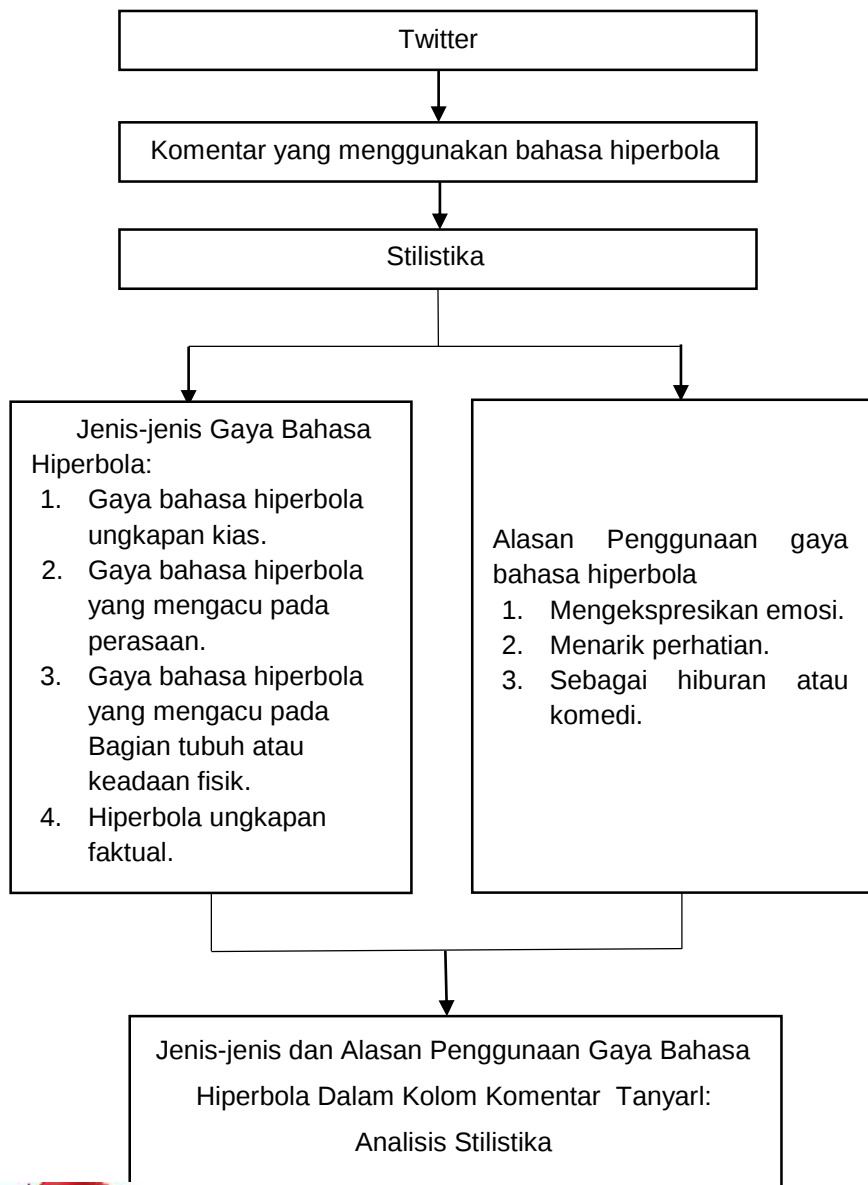


(2) gaya bahasa hiperbola yang mengacu pada bagian tubuh atau keadaan fisik, (3) gaya hiperbola yang mengacu pada perasaan, dan (4) gaya bahasa hiperbola ungkapan faktual. Adapun alasan Alasan Penggunaan gaya Bahasa hiperbola antara lain; (1) megekspresikan emosi, (2) menarik perhatian, dan (3) sebagai hiburan atau komedi.

Penelitian ini berfokus menelaah komentar yang mengandung gaya bahasa hiperbola dalam kolom komentar Tanyarl berdasarkan lima jenis pembagian



hiperbola menurut Sato. Selain itu, dikemukakan alasan mengapa pengguna aplikasi X menggunakan gaya bahasa hiperbola dalam mengomenari postingan





Optimized using
trial version
www.balesio.com