

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menjadi makhluk sosial, manusia selalu ingin berinteraksi dengan orang lain. Bahasa adalah alat utama dalam berinteraksi. Bahasa adalah cara manusia sering berkomunikasi, baik dengan lisan maupun tulisan. Penggunaan bahasa memegang peranan penting dalam menyampaikan pemikiran, gagasan, sudut pandang, dan informasi yang ingin disampaikan sekaligus mengungkapkan pemikiran dan berita yang diketahui (Syafitri & Sari, 2023). Bahasa merupakan bagian penting dari kehidupan manusia karena merupakan sarana utama untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Bahasa juga, menurut Keraf (dalam Husna, 2017), adalah cara orang dalam suatu wilayah berinteraksi dengan sesama melalui suara atau bunyi yang dibuat oleh alat berbicara manusia.

Dalam penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi tidak terlepas dari gaya bahasa. Gaya bahasa dapat didefinisikan sebagai cara seseorang mengungkapkan pikiran, gagasan, ide, perasaan, dengan menggunakan kata atau kalimat yang khas yang bertujuan untuk memikat, mempengaruhi, meyakinkan. Dapat dikatakan fungsi penggunaan gaya bahasa, baik secara lisan maupun tertulis adalah sebagai penguatan terhadap maksud yang hendak disampaikan. Gaya bahasa merupakan cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas memperhatikan jiwa dan kepribadian penulis pemakai bahasa (Keraf 2016). Permasalahannya, tidak semua orang yang menerima pesan atau pikiran tersebut mengerti makna dari pesan yang sesungguhnya. Pemahaman yang kurang tepat pada makna suatu ujaran dapat menimbulkan salah pengertian atau pemahaman. Untuk mengetahui makna dari ujaran yang paling mendekati maksud dari penutur, lawan tutur atau petutur harus memperhatikan ciri-ciri konteks yang mendukung ujaran tersebut karena pada hakikatnya konteks mempengaruhi makna sebuah ujaran. Ciri-ciri konteks tersebut seperti, penutur, lawan tutur, subjek yang dibicarakan, situasi dan kondisi, dan lain sebagainya.

Bentuk-bentuk gaya bahasa banyak terdapat dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam iklan, novel, puisi, teater, lagu, film, video dakwah dan sebagainya. Dalam dakwah juga terdapat bentuk-bentuk gaya bahasa. Video dakwah dapat

didefinisikan sebagai usaha atau kegiatan yang dilakukan untuk mengajak, menyeru, atau memotivasi seseorang atau kelompok agar memahami, meyakini, dan mengamalkan ajaran Islam sesuai dengan tuntunan Allah dan Rasul-Nya. Walaupun pada awalnya video dakwah dipergunakan sebagai sarana penyebaran ajaran islam serta mengajak pada hal kebaikan, namun pada perkembangannya video dakwah juga kerap digunakan sebagai media pembelajaran dalam dunia pendidikan. Gaya bahasa pada dakwah tentu berbeda dengan gaya bahasa pada iklan, lagu dan lainnya. Variasi gaya bahasa tersebut dapat ditemukan pada ujaran di dalam video dakwahnya. Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan sebuah video dakwah yang disebar oleh pemiliknya melalui jaringan sosial media yaitu instagram dengan fitur *reels* pada akun @kaylansywa yang sesuai untuk penelitian ini. Di dalam video *reels* dakwah @kaylansywa terdapat penggunaan variasi gaya bahasa yang digunakannya.

Di era modern ini, penggunaan gaya bahasa tidak hanya terbatas pada komunikasi langsung atau tatap muka. Bahasa ini juga digunakan saat membuat status atau berkomunikasi melalui *chatting* di media sosial, termasuk lima platform yang paling populer, yaitu Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, dan YouTube. Media sosial merupakan kategori media online untuk orang-orang berkontribusi, memberi, dan menghasilkan konten melalui berbagai platform, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan lingkungan online lainnya. Husna, 2017). Di sisi lain, Zarella dalam Swandy, 2017 menyatakan bahwa media sosial pada dasarnya merupakan evolusi terbaru dari teknologi berbasis internet. Media memungkinkan semua penggunanya untuk berinteraksi, berpartisipasi, atau menunjukkan minat mereka, berbagi atau menawarkan, dan membentuk atau mengatur jaringan online untuk menyebarkan konten mereka sendiri.

Dengan 191,4 juta orang (dari 277,7 juta penduduk), Indonesia merupakan negara yang pengguna media sosialnya terbilang terbesar di dunia (Essential Digital Headlines, Februari 2022). Data yang dikumpulkan oleh Daily Time Spent With Media pada Februari 2022 menunjukkan bahwa yang menggunakan media sosial standar menghasilkan 3 jam 17 menit ditiap hari. Aplikasi media sosial dominan digunakan pada bulan yang sama adalah WhatsApp (88%), Instagram (84,8%), Facebook (81,3%), dan TikTok (63,1%). Angka-angka ini menunjukkan

bahwa orang Indonesia menggunakan media sosial dengan sangat aktif. Media sosial, menurut Nasrullah (2015), merupakan sarana di internet yang digunakan orang untuk berkomunikasi, berkolaborasi, memberi informasi, dan membentuk hubungan sosial virtual. Menurut Boyd yang dikutip oleh Nasrullah (2015), media sosial adalah kesatuan platform digital dengan dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial dan memungkinkan orang untuk terhubung, berbagi berbagai jenis konten, dan berinteraksi satu sama lain. Media sosial juga sering digunakan untuk hiburan dan rekreasi.

Media sosial memiliki dampak positif dalam penggunaannya, namun mampu membawa dampak negatif. Maka dari itu, penting untuk pemakai media sosial agar memahami dan menggunakan platform ini dengan bijak, agar kesehatan mental mereka tetap terjaga. Ada banyak aspek yang perlu diperhatikan oleh setiap pengguna, mulai dari pemilihan kata saat mengetik, cara merespons pesan, hingga saat mengunggah gambar, foto, atau video. Dengan perhatian yang tepat, pengguna dapat memaksimalkan manfaat positif dari media sosial, baik diri sendiri maupun orang lain yang menikmati konten yang terkandung.

Satu jenis media sosial yang dianjurkan untuk alat berbicara yang baik adalah Instagram. Instagram merupakan platform yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan momen-momen tertentu di dalam aplikasi. Platform ini termasuk dalam daftar lima aplikasi teratas dengan jumlah pengguna aktif yang tinggi dan sering diunduh di smartphone. Menurut artikel (Meodia, 2020), Instagram saat ini menjadi platform media sosial berbasis gambar dan video paling disukai di dunia, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulan. Melalui Instagram, pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dengan teman dan kerabat mereka, baik melalui foto, video, maupun siaran langsung.

Instagram memberikan edukasi kepada para penggunanya melalui berbagai konten menarik, seperti podcast edukatif, memasak, merias wajah, personal branding, hingga konten dakwah. Salah satu pengguna Instagram yang menyajikan konten dakwah adalah @kaylansywa. Artis yang dikenal dengan nama @kaylansywa ini adalah pendiri bisnis hijab lokal bernama Hijab Noona, dan ia telah berhasil menarik perhatian 120 ribu pengikut dengan konten dakwah yang dibagikannya. Instagram, dibandingkan dengan platform media sosial

lainnya, seperti TikTok dan YouTube, memiliki jumlah pengikut tertinggi untuk Kayla. Akun Instagram @kaylansywa, berfungsi sebagai sumber data sekunder untuk penelitian ini, menggunakan tuturan gaya bahasa yang digunakan dalam status akun tersebut.

Penggunaan gaya bahasa dalam video dakwah yang dikemas secara kreatif dan komunikatif, seperti pada akun Instagram @kaylansywa, dapat menjadi media pembelajaran yang relevan bagi peserta didik, khususnya dalam pembelajaran pidato persuasif di kelas IX SMP. Gaya bahasa yang digunakan dengan tepat mampu menciptakan kedekatan emosional dengan pendengar, sehingga pesan dalam pidato menjadi lebih menarik, membumi, dan mudah diterima oleh audiens, terutama remaja seusia mereka. Dalam konteks pembelajaran pidato persuasif, penguasaan gaya bahasa yang sesuai dengan karakter audiens merupakan keterampilan penting. Oleh karena itu, menganalisis penggunaan gaya bahasa dalam media sosial bisa menjadi sarana efektif untuk melatih siswa dalam memilih diksi yang tepat, membangun kepercayaan diri, dan menyampaikan pesan dengan gaya yang menarik namun tetap bermakna. Pembelajaran ini tidak hanya mengasah kemampuan berbahasa secara kreatif, tetapi juga memperkuat literasi digital dan sikap bijak dalam berkomunikasi di era modern.

Kemajuan teknologi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan bahasa, terutama di media sosial. Gaya bahasa muncul dalam setiap percakapan atau interaksi di kalangan anak muda, dengan Instagram sebagai salah satu platform yang direkomendasikan untuk komunikasi yang efektif. Instagram memiliki fitur bernama Reels, yang digunakan oleh salah satu penggunanya, @kaylansywa, sebagai media untuk dakwah. Hal ini menjadi dasar bagi penelitian yang bertujuan untuk memahami penggunaan gaya bahasa, makna serta fungsinya dalam memberikan manfaat melalui video pembelajaran pidato persuasif. Bahasa merupakan aset penting dalam menyampaikan isi atau maksud dari pidato tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada stilistika, yaitu penelitian mengenai gaya bahasa yang objek utamanya, yakni bahasa (gaya bahasa) yang digunakan oleh akun instagram @kaylansywa dalam video *reels* dakwahnya.

Peneliti memilih untuk meneliti video Reels dakwah di akun Instagram ini karena @kaylansywa aktif membuat konten dakwah untuk anak muda, dan peneliti menemukan banyak penggunaan gaya bahasa dalam penyampaian ilmunya. Selain itu, peneliti merasa lebih mudah melakukan penelitian ini karena @kaylansywa juga menyertakan subtitle dalam videonya, sehingga peneliti dapat dengan mudah mengambil dokumentasi melalui screenshot atau pengambilan gambar.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, penulis menguraikan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk gaya bahasa dalam video *reels* dakwah di akun *Instagram* pada periode juli-oktober 2024?
2. Bahagimana makna dan fungsi gaya bahasa dalam video *reels* dakwah di akun *Instagram* pada periode juli-oktober 2024?
3. Bagaimana pemanfaatannya sebagai video pembelajaran pidato persuasif kelas IX SMP?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini adalah sebagai berikut, sesuai dengan rumusan masalah sebelumnya.

1. Mendeskripsikan bentuk gaya bahasa dalam video *reels* dakwah di akun *Instagram @kaylansywa* pada periode juli-oktober 2024.
2. Mendeskripsikan makna dan fungsi gaya bahasa dalam video *reels* dakwah di akun *Instagram @kaylansywa* pada periode juli-oktober 2024.
3. Mendeskripsikan pemanfaatannya terhadap video pembelajaran pidato persuasif kelas IX SMP.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dengan judul “Penggunaan Gaya Bahasa dalam Video Reels Dakwah pada Akun Instagram @kaylansywa dan Pemanfaatannya sebagai Video Pembelajaran Pidato Persuasif Kelas IX SMP” ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu kebahasaan, khususnya dalam kajian stilistika atau gaya bahasa dalam konteks dakwah digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya kajian dalam ilmu pembelajaran bahasa Indonesia, terutama dalam pemanfaatan media sosial sebagai sumber belajar untuk materi pidato persuasif. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji bahasa dakwah dalam media sosial atau mengembangkan video pembelajaran berbasis konten digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hal ini mampu menguntungkan pihak-pihak berikut.

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji gaya bahasa dalam dakwah digital atau mengembangkan media pembelajaran berbasis konten Instagram, khususnya dalam pembelajaran pidato persuasif.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan pembaca tentang ragam gaya bahasa dalam dakwah digital serta pemanfaatannya dalam konteks pendidikan, khususnya pembelajaran pidato persuasif.

c. Bagi Pendidik

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pendidik dalam mengembangkan media pembelajaran yang menarik dan kontekstual, dengan memanfaatkan konten dakwah digital sebagai video pembelajaran pidato persuasif di kelas.