



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Copywriter*

Prastari (2011) mengatakan bahwa *copywriter* bertanggung jawab dalam proses pembuatan naskah. *Copywriter* bekerja sama dengan *art director* untuk merealisasikan konsep rancangan *creative director* berdasarkan naskah yang sudah dibuat (hlm. 2). Hal ini pun dikatakan oleh Solahuddin (2011), di mana menurutnya tugas utama dari seorang *copywriter* adalah membuat tulisan yang bertujuan untuk membuat orang lebih mengenal produk yang perusahaan ingin perkenalkan pada konsumen (hlm. 12). Menurut Anwar & Tantrina (2010), *copywriter* adalah seseorang yang menciptakan konten berupa tulisan atau hal lainnya yang berhubungan dengan media promosi dalam segala jenis media komunikasi massa. *Copywriter* bertanggung jawab dalam membuat *tagline* dan naskah *audiovisual* yang akan menjadi dasar bagi pembuatan sebuah iklan (hlm.52).

Dalam dunia periklanan, Rahman mengatakan (2017), modal utama menjadi *copywriter* adalah pemahaman yang tinggi mengenai bahasa iklan di mana bahasa tersebut menjadi tolak ukur kesuksesan sebuah iklan. Selain itu, bahasa iklan juga dapat menjadi sebuah *trademark* bagi sebuah produk yang dapat dengan mudah membuat *target audience* mengingat produk yang diiklankan (hlm. 66). Susanto (2014), menjelaskan bahwa bahasa iklan adalah bahasa yang terdiri dari kata-kata atau kalimat yang lebih berani dan dapat dengan mudah diterima *target audience* (hlm. 32-33).

Menurut Maslen (2009), adapun hal lainnya yang menjadi tolak ukur atau penentu kompetensi dari seorang *copywriter* yaitu, pemahaman *copywriter* mengenai produk yang akan mereka iklankan dan siapa *target audience* yang diharapkan oleh perusahaan untuk mengkonsumsi produk tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut, *copywriter* harus mengetahui apa yang diinginkan oleh *target audience*. Setelah mengetahui hal tersebut *copywriter* dapat mulai menulis naskah sesuai dengan produk yang diinginkan (hlm. 17).

2.1.1 Copywriting

Menurut Ferdianto (2010), *copywriting* terdiri 2 kata yaitu *copy* berarti meniru atau naskah dan *writing* berarti menulis (hlm. 16). Shaw (2009) mengatakan bahwa *copywriting* bukanlah tentang meniru atau menyalin tetapi tentang bagaimana berkomunikasi dengan ide yang *original* (hlm. 8). Ferdianto (2010) menyatakan, *copywriting* adalah proses pembuatan sebuah naskah yang terdiri dari kalimat-kalimat persuasif dengan tujuan untuk menjual sebuah produk (hlm. 16). Enterprise (2012) pun mengatakan bahwa *copywriting* adalah teknik dalam memilih kata-kata yang dapat membuat seseorang yang membaca ataupun mendengarnya ingin menggunakan, mengenal ataupun melakukan hal yang diperintahkan oleh tulisan yang mereka baca atau dengar (hlm. 1).

Menurut Shaw (2009), pesan yang ingin disampaikan kepada *target audience* merupakan penunjang untuk membuat sebuah karya menjadi bermakna, untuk menyampaikan pesan tersebut terdapat beberapa cara yang berbeda diantaranya,

1. *Product-specific*, berfokus pada satu hal yaitu membicarakan tentang kelebihan dan membuat segalanya terlihat sederhana agar apa yang dibicarakan dapat tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami.
2. *Service-specific*, membicarakan tentang jawaban dari sebuah pertanyaan atau solusi bagi masalah di mana fokus utama yang dibicarakan adalah siapa yang dapat menggunakan layanan, bagaimana cara mendapatkannya dan apakah layanan ini dapat menguntungkan atau layak untuk digunakan.
3. *Business to business*, mengutamakan pelayanan untuk konsumen yang memiliki ketertarikan dalam memulai sebuah bisnis dengan cara memberikan informasi bagaimana cara memulai sebuah bisnis yang terfokus pada profesionalitas dan kepercayaan.
4. *Recruitment*, berfokus pada penentuan media komunikasi massa seperti apa yang akan digunakan untuk menyalurkan iklan, agar mendapatkan perhatian atau dapat diketahui oleh *target audience*.

2.2. Target Audience

Menurut Wertime (2013), salah satu langkah terpenting dan utama dalam proses persuasi adalah mengidentifikasi dengan *target audience*. Hal ini dapat dimulai dengan mengidentifikasi suatu kelompok yang memiliki kesamaan dalam faktor demografis yang terdiri dari umur, jenis kelamin, jumlah pendapatan dan lokasi tempat tinggal. Langkah selanjutnya, memilih jenis media yang dapat mudah dimengerti oleh *target audience*, hal ini dapat membuat iklan lebih efektif dan meminimalisir terjadinya *advertising-waste*. Selain faktor demografis, adapun faktor lain yang mempengaruhi yaitu faktor psikografis.

Melalui faktor psikografis, kita dapat mengetahui apa yang dipikirkan oleh *target audience*. Tujuan utama dari pertimbangan kedua faktor tersebut adalah untuk mendapatkan informasi mendasar mengenai apa yang diinginkan oleh *target audience*. Dengan begitu kita dapat menentukan ide yang langsung berfokus pada yang diinginkan oleh *target audience* berdasarkan pada hasil identifikasi dari kedua faktor (hlm. 47-48). Hal ini pun dikatakan oleh Madjadikara (2015), hal terpenting sebelum kita menulis sebuah naskah adalah kita harus mengetahui terlebih dahulu siapa *target audience* dari iklan yang akan dibuat karena dari situlah *copywriter* dapat membuat naskah yang sesuai dengan *target audience* (hlm. 30-31).

Dalam mencari tahu hal-hal yang diinginkan *target audience*, Bivins (2008) memiliki dua cara penelitian *target audience* yaitu,

1. *Primary Research*, penelitian dengan cara mengumpulkan data melalui survei lapangan, membuat pertanyaan-pertanyaan yang dibagikan secara langsung kepada sebuah kelompok,
2. *Secondary Research*, penelitian yang dilakukan berdasarkan data yang sudah didapatkan sebelumnya, melalui penelitian ini kita dapat mendapatkan hasil yang lebih mendalam daripada penelitian sebelumnya (hlm 24-26).

2.3. Pronomina

Ingguae (2015) mengatakan pronomina atau kata ganti adalah kata yang menggantikan nomina atau frasa nomina (hlm. 67). Kridalaksana (2007) juga mengatakan pronomina adalah kategori yang berfungsi untuk menggantikan

nomina (hlm. 76). Menurut Tamrin (2008), pronomina atau dalam bahasa Inggris disebut *pronoun* adalah kelas kata untuk menggantikan kata benda dan berdasarkan fungsi pronomina bisa menggantikan subjek, objek, komplemen dalam kalimat (hlm. 88). Ingguae (2015) membagi pronomina menjadi beberapa jenis yaitu pronomina persona, pronomina posesif, pronomina demonstratif, pronomina interogatif, pronomina relatif (hlm. 67).

Keraf (1984) membedakan pronomina berdasarkan sifat dan fungsinya menjadi enam macam yaitu, kata ganti orang atau pronomina personalia, kata ganti empunya atau pronomina posesiva, kata ganti petunjuk atau pronomina demonstrativa, kata ganti penghubung atau pronomina relativa, kata ganti penanya dan kata ganti tak tentu atau pronomina indeterminativa (hlm. 66). Adapun pendapat lain dari Finoza (2009) bahwa pronomina hanya terbagi menjadi tiga bagian yaitu pronomina persona, pronomina penunjuk dan pronomina penanya (hlm. 93).

2.3.1 Pronomina Persona

Krisdalaksana (2009), pronomina persona atau *personal pronoun* adalah kata ganti dalam kategori persona seperti saya, ia, mereka, dan sebagainya (hlm. 201). Menurut Ingguae (2015), pronomina persona atau kata ganti orang adalah pronomina kategori persona. Pronomina persona terdiri dari tiga jenis yaitu pronomina persona pertama mengacu pada diri sendiri, pronomina persona kedua mengacu pada lawan bicara dan pronomina persona ketiga mengacu pada orang yang dibicarakan (hlm. 67).

Suladi (2015) mengatakan bahwa pronomina persona merupakan bentuk kata ganti yang mengacu pada orang secara berganti-ganti di mana semua itu bergantung dari apa yang dibicarakan. Karena itu, pronomina persona dibagi menjadi tiga yaitu, persona I sebagai kata ganti pembicara, persona II sebagai kata ganti pendengar atau lawan bicara dan persona III sebagai kata ganti yang dibicarakan (hlm. 26). Menurut Alwi (2003), pronomina persona adalah kata ganti yang digunakan untuk mengacu kepada orang (hlm. 249). Pronomina persona dapat mengacu pada diri sendiri (pronomina persona pertama), mengacu pada lawan bicara (pronomina persona kedua) dan mengacu pada orang yang dibicarakan (pronomina persona ketiga). Diantara ketiga pronomina persona tersebut ada yang mengacu bentuk tunggal maupun jamak. Terdapat tiga sifat dari bentuk jamak yaitu eksklusif, inklusif dan netral.

Tabel 2.1 Pronomina Persona

(Alwi, 2003, hlm. 249)

Persona	Makna			
	Tunggal	Jamak		
		Netral	Eksklusif	Inklusif
Pertama	saya, aku, ku-, -ku	-	Kami	kita
Kedua	engkau, kamu, anda, dikau, kau-, mu-	kalian, kamu sekalian, anda sekalian	-	-
Ketiga	ia, dia, beliau, -nya	mereka	-	-

Alwi & Sugono (2002) menyatakan bahwa dalam menggunakan pronomina persona harus disesuaikan dengan lawan bicara dalam percakapan. Sebelum tahun 1950 pronomina persona memiliki 3 klasifikasi yaitu, pronomina persona sopan, umum dan kasar. Klasifikasi tersebut ada karena pada masa itu terdapat strata antara kaum kerajaan, bangsawan dan rakyat biasa namun klasifikasi tersebut masih bertahan sampai sekarang untuk menjaga nilai kesopanan dan kesantunan dengan lawan bicara (hlm. 46-47).

Selain hal tersebut, Alwi (2003) mengatakan bahwa sebagian besar pronomina persona pertama, kedua dan ketiga memiliki lebih dari dua wujud seperti yang tertera di tabel 2.1. Hal ini dipengaruhi oleh budaya bangsa yang sangat memperhatikan sopan santun dan tata krama dalam kehidupan bermasyarakat. Adapun parameter yang dipakai untuk menentukan penggunaan pronomina persona yaitu,

1. Umur, sesuai dengan budaya bangsa Indonesia dalam bertutur kata maupun bersikap, orang yang lebih muda haruslah menunjukkan rasa hormat kepada orang yang lebih tua dari mereka. Sebaliknya, orang yang lebih tua diharapkan bisa menunjukkan tenggang rasa dengan yang lebih muda. Pronomina persona I yang dipilih untuk berbicara dengan orang yang lebih tua adalah “saya” dibandingkan dengan “aku”, karena “saya” terkesan lebih formal. Selain itu, pronomina persona pertama III yang dipilih untuk menunjukkan rasa hormat adalah beliau daripada menggunakan dia,
2. Stasus Sosial, berhubungan dengan kedudukan dalam masyarakat maupun badan resmi dalam sebuah instansi. Seorang direktur dapat memakai

pronomina persona II “kamu” kepada pegawainya apabila umurnya lebih muda, jika berbicara dengan seseorang yang sebaya baik dalam umur dan kedudukan, ia dapat menggunakan pronomina persona II “saudara” atau “bapak” atau “ibu”. Hal ini pun berlaku untuk pegawai kepada atasannya, akan lebih sopan menggunakan pronomina persona II “bapak” atau “ibu” daripada menggunakan “anda” atau “saudara”,

3. Keakraban dapat menyilang garis pemisah umur dan status sosial dalam situasi tertentu. Selain itu, keakraban juga berarti hubungan yang terjalin diantara pembicara dan lawan bicaranya. Jika ada situasi di mana dua orang yang sangat akrab sedari kecil berada disebuah instansi dengan posisi salah satu diantara mereka memiliki kedudukan lebih tinggi maka pihak yang memiliki kedudukan lebih dibawah haruslah menggunakan pronomina persona II “bapak” hal ini untuk menunjukkan kesopanan kepada orang yang berkedudukan lebih tinggi. Apabila dua orang tersebut bertemu disebuah café ataupun acara diluar instansi maka mereka dapat menggunakan pronomina persona II “kamu” (hlm. 250-251).

Menurut Syafyaha (2015), jika pronomina persona tidak digunakan sesuai dengan lawan bicara atau kondisi saat percakapan berlangsung maka akan mengganggu keserasian atau keharmonisan dalam komunikasi dan puncaknya itu akan menyebabkan ketidaksopanan di antara pembicara dalam percakapan tersebut. Pronomina persona memiliki sebuah sistem di mana sistem tersebut meliputi sistem tutur sapa dan tutur acuan. Sistem tutur sapa berhubungan langsung dengan kondisi, tempat dan lingkungan terjadinya percakapan, pembicara haruslah memilih bahasa

yang tepat berdasarkan ketiga hal tersebut. Sistem tutur acuan berhubungan dengan posisi pembicara di mana saat seseorang dengan berbicara dengan persona I maka yang menjadi pendengar adalah persona II dan orang yang tidak hadir tapi ada didalam pembahasan percakapan tersebut menjadi persona III (hlm. 6-7).

2.3.1.1 Pronomina Persona I

Alwi (2003), pronomina persona I bentuk tunggal bahasa Indonesia adalah saya, aku, daku sedangkan dalam bentuk jamak adalah kami – eksklusif dan kita – inklusif.

1. Saya adalah bentuk formal dari pronomina persona I bentuk tunggal di mana “saya” dipakai dalam ujaran, pembicaraan ataupun tulisan formal. Tulisan formal contohnya, buku non-fiksi dan ujaran formal contohnya, pidato, sambutan dan ceramah. Penggunaan “saya” pun bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari, “saya” dianggap lebih halus daripada “aku”. Kata “saya” dapat digunakan bersama dengan preposisi lain contohnya, kecuali saya, sekitar saya, bersama saya dan lainnya. Kata “saya” juga dapat digunakan untuk menunjukkan sebuah kepemilikan dengan meletakkan kata “saya” setelah kata benda contohnya, baju saya, makanan saya, botol saya dan lainnya,
2. Aku adalah pronomina persona I yang digunakan dengan orang-orang yang memiliki umur lebih muda, status sosial lebih rendah atau dalam kondisi tertentu. Penggunaan kata “aku” biasanya dalam situasi pembicaraan tidak formal atau dalam kehidupan sehari-hari,

penggunaannya menunjukkan keakraban antara pembicaranya atau penulis dengan pembaca atau pendengarnya. Kata “aku” dapat disandingkan dengan preposisi contohnya, kecuali aku, sekitar aku, bersama aku dan lainnya. Kata “aku” pun dapat disingkat menjadi “-ku” yang dapat dihubungkan dengan kata benda untuk menunjukkan kepemilikan contohnya, uangku, mobilku, rumahku dan lainnya. Selain kata benda kata “-ku” juga dapat dihubungkan dengan preposisi contohnya, sekitarku, bersamaku, bagiku dan lainnya,

3. Kami adalah bentuk jamak pronomina persona I yang biasa digunakan dalam situasi formal. Kata “kami” memiliki sifat eksklusif yang mengacu pada pembicara tapi tidak mengacu pada pendengar contohnya, kami telah menyetujui hal itu dan lainnya,
4. Kita adalah bentuk jamak pronomina persona I jamak yang memiliki sifat inklusif di mana kata “kita” mengacu pada pembicara dan pendengar. Kata “kita” merupakan pronomina persona yang dapat dipakai kapan saja, di mana saja dan kepada siapa saja (hlm. 251-252).

2.3.1.2 Pronomina Persona II

Alwi (2003), pronomina persona II bentuk tunggal terdiri dari engkau, kamu, anda, dikau, kau- dan mu- sedangkan bentuk jamaknya terdiri dari kalian dan kamu atau anda ditambah dengan sekalian menjadi kamu sekalian atau anda sekalian.

1. Engkau dan Kamu

Engkau adalah bentuk tunggal pronomina persona II yang digunakan dalam situasi pembicaraan dengan orang yang status sosialnya lebih tinggi sedangkan “Kamu” digunakan dalam situasi pembicaraan dengan orang yang lebih muda atau status sosial dibawah pembicara dan sudah akrab atau satu sama lain dengan jangka waktu yang lama. Selain kedua kata tersebut, adapun penggunaan kata “-mu” yang dapat digunakan kapan saja dengan seseorang yang hubungannya sudah akrab tanpa memandang umur dan status sosial,

2. Anda

Anda adalah bentuk tunggal lainnya dari pronomina persona II yang biasa digunakan dalam situasi pembicaraan yang tidak mengarah pada satu orang khusus, contohnya: Sebentar lagi kita akan lepas landas, Anda kami mohon untuk mengenakan sabuk pengaman. Selain itu, kata “anda” juga dapat digunakan dalam suatu pertemuan namun pembicara tidak ingin dianggap terlalu formal ataupun terlalu akrab,

3. Kalian dan Kamu atau Anda Sekalian

Kalian dan Kamu atau Anda yang ditambah dengan sekalian merupakan bentuk jamak dari pronomina persona II. Kata “kalian” merupakan pronomina persona II yang dapat digunakan kapan saja, di mana saja dan pada siapa saja tanpa memandang umur maupun

status sosial. Hal ini berbanding terbalik dengan penggunaan kamu atau anda sekalian yang biasa digunakan dalam situasi formal contohnya, Kamu sekalian harus datang ke kantor tepat waktu atau Hal ini terserah pada Anda sekalian (hlm. 253-254).

2.3.1.3 Pronomina Persona III

Alwi (2003) mengatakan bahwa pronomina persona III merupakan bentuk pronomina yang menggantikan diri orang yang dibicarakan. Bentuk tunggal dari pronomina persona III diantaranya adalah ia, dia, -nya, beliau, mending dan almarhum atau almarhuma sedangkan bentuk jamaknya adalah mereka.

1. Ia, dia dan -nya

Ia dan dia memiliki fungsi yang sama namun ia mengacu pada orang yang dibicarakan sedangkan dia mengacu pada benda yang dibicarakan. Dalam kegunaannya kata “ia” merujuk pada sesuatu hal yang tunggal. Kata “dia” dan “-nya” dalam kegunaannya merujuk sebagai sebuah objek dan dapat menunjukkan sebuah kepemilikan terhadap sesuatu,

2. Beliau

Dalam sebuah kalimat, beliau digunakan untuk membicarakan orang yang lebih tua di mana umur dan status sosialnya lebih tinggi dari pembicara. Kata “beliau” digunakan untuk menunjukkan rasa hormat terhadap yang dibicarakan. Selain itu, kata “beliau” pun

dapat menunjukkan suatu kepemilikan terhadap suatu benda atau objek,

3. Mereka

Kata “mereka” merupakan pronomina persona III bentuk jamak yang digunakan dalam pembicaraan atau lisan. Berbeda dengan bentuk jamak pronomina persona lainnya, mereka digunakan untuk mengulang nomina sebelumnya contohnya, Teman-teman akan datang, mereka akan membawa makanannya sendiri. Selain itu, kata “mereka” dalam cerita fiksi dapat mengacu pada hewan, tumbuhan atau benda yang dianggap bernyawa contohnya, Pohon apel dan pohon sirsak ketakutan mendengar bahwa Pak Joko akan menebangnya. Mereka berjanji akan segera berbuah (hlm. 255-257).

2.4. Variasi Bahasa

Syafyahya (2015), mengatakan bahwa variasi bahasa muncul karena terdapat faktor-faktor non-linguistik dalam penggunaan. Faktor-faktor tersebut adalah faktor sosial dan situasional. Faktor sosial yang mempengaruhi pemakaian bahasa mengacu pada status sosial, tingkat pendidikan, umur, jenis kelamin dan lainnya sedangkan faktor situasional mengacu pada siapa yang berbicara, dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan dan di mana (hlm.20). Chaer & Agustina (1995) mengutip dari Hartman dan Stork di mana mereka membagi variasi bahasa berdasarkan kriteria yaitu latar belakang geografis dan status sosial pembicara, medium digunakan dan pokok pembicaraan (hlm. 81) sedangkan Syafyahya (2015)

mengatakan bahwa variasi bahasa pun terdiri dari beberapa jenis yang mengacu dari beberapa segi yaitu, segi penutur, penggunaan, keformalan dan sarana (hlm. 77).

Chaer & Agustina (1995) menyatakan variasi bahasa dari segi penutur adalah variasi bahasa yang bersifat individu dan berasal dari sekelompok individu yang bertempat di satu wilayah atau daerah yang sama di mana variasi bahasa yang bersifat individu disebut idiolek dan yang bersifat berasal dari sekelompok individu disebut dialek (hlm. 83). Menurut Syafyaha (2015), dalam konsep idiolek, setiap individu memiliki sifat khas yang tidak dimiliki oleh individu lainnya karena adanya faktor-faktor penyebab diantaranya fisik dan psikis sedangkan dalam konsep dialek adalah variasi bahasa dari sekelompok individu yang merupakan anggota masyarakat dari daerah tertentu dengan kelas sosial tertentu (hlm. 80). Chaer & Agustina (1995) mengutip dari Labov di mana beliau membedakan variasi bahasa dalam beberapa tingkat golongan yaitu akrolek di mana dialek dianggap lebih tinggi daripada dialek lainnya contohnya, dialek Jawa Bagongan, bahasa Perancis dan dialek kota Paris, basilek dianggap dialek kurang bergengsi, vulgar merupakan variasi bahasa yang menunjukkan intelektual pembicara di mana vulgar biasa digunakan oleh pembicara dengan tingkat intelektual rendah atau tidak terpelajar contohnya, sekelompok pembicara di tengah pasar, slang merupakan variasi bahasa yang baru ditemukan dan dipakai oleh kaula muda atau kelompok profesional untuk berkomunikasi “di dalam rahasia”, kolokial merupakan variasi bahasa yang digunakan pembicara dalam kehidupan sehari-hari dan yang terakhir adalah jargon yang berarti variasi bahasa yang digunakan dalam lingkungan

tersendiri di mana yang mengerti hanyalah orang-orang dalam kelompok masyarakat tersebut (hlm. 86).

Syafyahya (2015) menyatakan bahwa variasi bahasa dari segi penggunaan berhubungan dengan bidang penggunaan contohnya, bidang sastra, militer, jurnalistik dan bidang keilmuan lainnya. Perbedaan diantara bidang-bidang tersebut terletak pada pemilihan kosakata karena terdapat kosakata-kosakata khusus dalam setiap bidang tersebut (hlm. 82). Selanjutnya variasi bahasa dari segi keformalan di mana Chaer & Agustina (1995) mengutip dari Joos yang membedakan variasi bahasa dalam keformalan menjadi lima bagian sebagai berikut,

1. Ragam bahasa baku yang digunakan dalam suasana resmi di mana pola dan kaidahnya tidak dapat diubah-ubah contohnya, dokumen-dokumen bersejarah, pidato,
2. Ragam bahasa formal adalah ragam bahasa yang digunakan dalam buku-buku pelajaran, rapat dinas dan surat-menyurat resmi,
3. Ragam bahasa usaha merupakan ragam bahasa yang digunakan dalam pembicaraan di sekolah dan rapat-rapat, ragam bahasa ini tidak perlu direncanakan terlebih dahulu,
4. Ragam bahasa santai adalah ragam bahasa yang digunakan dengan keluarga dan teman sebaya, dalam ragam bahasa santai terdapat unsur leksikal dialek,
5. Ragam bahasa akrab merupakan ragam bahasa yang digunakan dengan teman yang sudah sangat akrab dan keluarga, ciri dari ragam bahasa ini adalah terdapat banyak pemakaian kode bahasa yang hanya dimengerti

oleh orang-orang yang terdapat dalam kelompok tersebut. Selain itu, penggunaan bahasa dalam ragam bahasa akrab pun sering tidak lengkap dan pendek-pendek. Hal ini terjadi karena pembicara dan lawan bicara sudah saling mengerti satu sama lain (hlm. 93).

Syafyahya (2015) mengatakan dalam pemilihan ragam-ragam bahasa haruslah memperhatikan dengan siapa berbicara, topik pembicaraan, kapan dan di mana pembicaraan berlangsung (hlm. 84).

Yang terakhir dari segi sarana, Syafyahya (2015) membagi sarana menjadi dua bagian berdasarkan pada kegunaannya yaitu ragam bahasa lisan di mana dalam proses penggunaannya dibantu oleh unsur-unsur suprasegmental (intonasi) dan ragam bahasa tulisan adalah ragam bahasa yang proses penggunaannya dibantu oleh unsur tanda baca dan simbol. Unsur ini memiliki fungsi yang sama dengan unsur suprasegmental. (hlm. 84).

2.4.1 Bahasa Daerah

Purwo (2000) mengatakan pada Desember 1950, Abraham Anthonie Fokker seorang ahli bahasa Slavia membacakan sebuah pidato di mana dalam pidato tersebut membahas tentang pembagian tugas yang jelas antara bahasa nasional dan bahasa-bahasa daerah. Bahasa nasional merupakan bahasa yang merujuk pada komunikasi sedangkan bahasa daerah merupakan bahasa yang merujuk pada keeksprifannya (hlm. 175). Menurut Chaer (2014), masyarakat Indonesia merupakan masyarakat bilingual karena pada umumnya, masyarakat Indonesia menggunakan bahasa nasional yaitu bahasa Indonesia dan bahasa daerah.

Kebanyakan masyarakat menggunakan bahasa daerah menjadi bahasa pertama sedangkan bahasa Indonesia dijadikan bahasa kedua. Hal ini wajar terjadi di daerah-daerah khususnya daerah yang jauh dari perkotaan (hlm. 61). Pada proses penyebaran bahasa daerah, Sutardi (2007) mengatakan bahasa daerah dibantu penyebarannya melalui film dan program acara di televisi yang menggunakan bahasa daerah menjadi sisipan sehingga sekarang ini beberapa kosakata bahasa daerah menjadi kosakata nasional (hlm. 13).

2.4.1.1 Bahasa Betawi

Seperti yang sudah dikatakan dalam subbab variasi bahasa, variasi bahasa dibagi menjadi beberapa kategori yang mempengaruhi salah satunya adalah letak geografis. Muhadjir (2000) mengatakan bahwa bahasa yang mempunyai peranan khusus terhadap perkembangan bahasa Indonesia adalah bahasa Betawi. Bahasa Betawi merupakan bagian percabangan dari bahasa Melayu (hlm. vi-viii). Dalam perkembangannya, bahasa Betawi meresap bahasa-bahasa dari para pendatang yang waktu itu datang untuk berdagang di Batavia. Salah satu bahasa resapan yang diresap oleh kaum Betawi adalah kata gue dan lu yang berasal dari pedagang Cina yang berarti gue adalah saya dan lu adalah kau. Kedua kata tersebut merupakan bagian dari pronomina persona I dan II yang bersifat non-formal. Prayogi (2013) mengatakan bahwa, kata gue dan lu berasal dari Cina Hokkian. Kata “gue-lu” merupakan pronomina persona yang digunakan oleh masyarakat Betawi dengan kalangan yang sederajat dan seumur, mereka tidak menggunakan pronomina persona tersebut dengan orang yang lebih tua (hlm. 51).

Menurut Muhadjir (2000), dari segi sejarah kependudukan kota Jakarta, masyarakat “asli” Jakarta terbentuk dari berbagai macam suku yang datang dari luar Jakarta di mana mereka datang meninggalkan identitas asalnya dan membuat kelompok etnis baru. Hal ini pun berlaku pada kaum Betawi yang merupakan penghuni kota metropolitan Jakarta. Seiring banyaknya pendatang, anak Betawi membentuk Jakarta modern dengan menggunakan bahasa yang berakar dari bahasa Betawi. Mereka menempati beberapa wilayah tidak hanya di DKI Jakarta melainkan,

1. Kabupaten Tangerang di kecamatan Mauk, Sepatan, Teluk Naga, Batu Ceper, Ciledug, Cipondoh, Pondok Aren, Ciputat dan Serpong,
2. Kabupaten Bogor di kecamatan Gunung Sindur, Parung Sawangan, Bojong Gede, Semplak, Cibinong, Pancoran Emas Sukma Jaya, Beji dan Cimanggis,
3. Kabupaten Bekasi di kecamatan Pondok Gede, Jati Asih, Bekasi Barat, Bekasi Selatan, Bekasi Utara, Bekasi Timur, Bantar Gendang, Setu, Tambun, Cibitung, Cikarang, Sukatani, Tambelang, Pabayuran, Cabang Bungin, Muara Gembong, Taruna Jaya dan Babelan,
4. Karawang (hlm. 55-56).

2.4.2 Bahasa Gaul

Menurut Prayitno (2004), bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam bidang komunikasi. Dengan adanya bahasa, komunikasi

dapat berjalan dengan lebih mudah, praktis dan ekonomis. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila setiap penutur menguasai perbedaan ragam bahasa (hlm. 137). Salah satu ragam bahasa yang berkembang pesat dikalangan remaja sekarang ini adalah ragam gaul. Hal ini dikatakan oleh Yuwono (2010) di mana pembahasan ragam gaul tidak hentinya menjadi topik terkini yang dibahas didalam lingkungan akademis, media massa maupun di masyarakat pemakainya. Sekarang ini, bahasan gaul dalam bahasa menjadi hal yang penting diseluruh dunia (hlm. 61).

Ragam gaul pun menjadi topik hangat diperbincangkan di Indonesia, Prayogi (2013) mengatakan ragam gaul masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja di Jakarta dulunya dipengaruhi oleh prokem preman mulai menarik perhatian kalangan luas di era reformasi. Terdapat pro dan kontra dalam penggunaan ragam gaul ini, ada yang menyatakan bahwa hal ini adalah gejala kebahasaan yang wajar, adapun yang tidak menyukainya. Perkembangan pesat dalam bidang informasi dan teknologi membuat ragam gaul atau sering disebut dengan ragam remaja Jakarta ini penggunaannya tersebar hingga ke seluruh penjuru Tanah Air. Kaum remaja Jakarta menyebut ragam ini adalah “bahasa gaul” namun karena alasan sosiolingustis disebutlah menjadi ragam gaul (hlm. 39).

Menurut Sudana (2011), bahasa gaul sangatlah berbeda dengan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Ragam ini mengacu pada ragam santai, sehingga tidak terkesan baku dan kaku. Ketidakbakuan ini terlihat dalam kosa kata, struktur kalimat dan intonasi (hlm. 144). Prayogi (2013) mengatakan sejak 1960-an di mana prokem pertama kali hadir di Jakarta, perkembangannya tidak pernah berhenti dan mulai berkembang pesat pada tahun 1970-an. Ragam bahasa ini mendapatkan

pengaruh besar dari bahasa Betawi yang merupakan bahasa lokal Jakarta pada masa itu. Ragam ini termasuk ke dalam ragam informal bahasa Indonesia. Bagi kalangan remaja Jakarta, terdapat dua ragam sebagai berikut,

1. Ragam H

Zona bahasa Indonesia baku yakni ragam bahasa yang digunakan dalam keadaan resmi contohnya, dalam pidato, pendidikan, koran dan buku.

2. Ragam L

Zona bahasa Indonesia non-baku atau ragam gaul yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari dengan teman atau sahabat (hlm. 39).

Sumarsono & Partana (2004), mengatakan kalau bahasa gaul merupakan sarana komunikasi diantara kalangan remaja. Bahasa gaul menjadi cara untuk remaja dapat mengekspresikan dirinya. Selain itu, bahasa gaul juga menjadi wadah bagi para remaja menyampaikan hal-hal yang dianggap rahasia bagi kelompok usia lain atau agar orang lain tidak dapat mengetahui yang sedang dibicarakan (hlm. 150). Setyawati (2016), bahasa gaul hadir untuk mempererat hubungan antara dikalangan remaja tertentu namun tidak hanya itu bahasa gaul juga merupakan bentuk jati diri (hlm. 8). Berdasarkan perkembangannya, terdapat beberapa bagian dari bahasa yang terpengaruh oleh bahasa gaul yaitu, pronomina persona. Prayogi (2013) mengatakan pada tahun 1987 pemakaian pronomina persona saya dan kamu dalam konteks pertemanan merupakan hal yang wajar namun pada tahun 2013, pronomina persona tersebut digantikan dengan pronomina persona gue dan lu di mana itu menjadi pronomina persona yang wajar digunakan dalam konteks pertemanan (hlm. 40).

Poedjosoedarmo (2001) mengatakan bahwa diantara penutur “bahasa” yang sama terdapat rasa solidaritas yang tercipta diantara mereka di mana semakin akrab hubungan antarmanusia maka semakin “kasar” ragam yang dipakai diantara penutur (hlm. 181). Hal tersebut pun dikatakan oleh Prayogi (2013) di mana pada masa lampau, penggunaan pronomina persona “gue-lu” hanya digunakan saat penutur sedang marah sehingga “gue-lu” identik dengan topik pembicaraan yang negatif namun sekarang ini penggunaan “gue-lu” menunjukkan hubungan yang lebih akrab dan dapat digunakan dalam keadaan apapun. Penggunaan “aku-kamu” sekarang ini hanya dalam konteks hubungan pacaran atau dalam tahap penjajakan pacaran (hlm. 43-45).

Tabel 2.2 Periodisasi Pemakaian Pronomina Persona Gaul

(Prayogi, 2013, hlm. 52)

Periode Lama		Periode Baru	
1970-an	1980-an	Awal 2000-an	Terbaru (Alay)
Saya, aku, ku-, -ku, gue/gua	Saya (terbatas kepada lawan jenis), aku, ku-, -ku, gue/gua	Aku (terbatas kepada lawan jenis dengan hubungan pacaran atau penjajakan pacaran), -ku, gue/gue	Aku (terbatas kepada lawan jenis dengan hubungan pacaran atau penjajakan pacarana/), gue/gua
Kita, kami	Kita, kami	Kita, kami	Kita
Kau, kau-, kamu, -mu, elo/lo	Kau, kau-, kamu, -mu, elo/lo	Kamu (terbatas kepada lawan jenis dengan hubungan pacaran atau penjajakan pacaran), -mu, elo/lo	Kamu (terbatas kepada lawan jenis dengan hubungan pacaran atau penjajakan pacaran), elo/lo