

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era *Generation Net* saat ini, yang ditandai dengan ketertarikan yang tinggi terhadap teknologi, khususnya internet, karena teknologi telah berkembang pesat. Kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi telah mempercepat pertumbuhan internet. Hal ini menyebabkan internet menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat yang semakin modern karena kemampuannya untuk menghubungkan pengguna di seluruh dunia tanpa batasan waktu dan lokasi tertentu, memfasilitasi komunikasi dan akses informasi dengan lebih mudah.

Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan informasi, penggunaan internet semakin meluas, dan berbagai aktivitas telah beralih ke ranah online. Menurut riset dari *We Are Social Hootsuite* pada tahun 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 4,54 miliar, yang setara dengan 59% dari keseluruhan populasi yang terhubung dengan internet.¹ Internet tidak diragukan lagi karena memiliki dampak besar pada hampir setiap aspek kehidupan. Fungsi internet di zaman modern telah berkembang melampaui komunikasi sederhana hingga mencakup bisnis, perdagangan, hiburan, transportasi, dan pemasaran. Pendekatan baru dalam pemasaran diwujudkan dengan munculnya tren pemasaran digital yang mendorong dunia usaha dan usaha kecil dan menengah

¹ Ruli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017) hal, 11.

(UMKM) untuk menggunakan teknik pemasaran yang lebih terjangkau, efektif, dan efisien. Revolusi industri dan persaingan bisnis yang ketat menjadikan kita perlu bereaksi terhadap perubahan digital, yang memerlukan lebih banyak kreativitas dan inovasi dalam taktik pemasaran. Misalnya, media sosial telah berkembang menjadi alat yang menggunakan internet untuk menghubungkan orang-orang di seluruh dunia.

Situs media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter semakin populer sebagai alat komunikasi di seluruh dunia. Media sosial memiliki banyak kegunaan karena penggunaannya yang luas. Kegunaannya termasuk sebagai alat untuk pengembangan bisnis yang inovatif, mengembangkan jaringan bisnis di luar media tradisional, menyediakan informasi, dan memungkinkan promosi produk yang cepat dan efisien untuk menjangkau khalayak di seluruh dunia. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling diminati, sering menjadi pilihan bagi banyak perusahaan atau lembaga untuk membangun dan mempertahankan kehadirannya. Keberadaan Instagram dipilih karena antarmuka penggunaannya yang modern dan fitur-fiturnya yang beragam, yang membantu praktisi humas dalam memaksimalkan promosi atau kampanye ide. Kemajuan pesat dalam industri teknologi telah memudahkan akses kita terhadap berbagai platform media sosial sebagai sarana interaksi dalam ranah digital.

Media sosial adalah serangkaian perangkat komunikasi dan kolaborasi baru yang membuka peluang terjadinya berbagai macam interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh masyarakat umum. Dengan kemajuan yang pesat dalam penetrasi internet di Indonesia, semakin banyak platform media sosial yang bermunculan,

termasuk aplikasi berbasis foto dan video seperti Instagram. Indonesia menempati peringkat keempat dalam hal penggunaan Instagram di seluruh dunia, dengan jumlah pengguna aktif mencapai 60 juta. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia berusia antara 18 hingga 24 tahun, baik pria maupun wanita.² Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video ke platform jejaring sosial melalui perangkat mobile. Kevin Systrom, pendiri Instagram, telah berhasil mencapai status sebagai miliarder dunia. Di bawah kepemimpinan Systrom, Instagram menjadi salah satu aplikasi dengan pertumbuhan tercepat dalam sejarah. Pada akhir tahun 2016, Instagram memiliki setidaknya 600 juta pengguna. Menurut perkiraan Forbes, valuasi aplikasi Instagram mencapai 50 miliar dolar AS.³ Maka dari itu, saat ini karena telah mengalami perkembangan zaman yang sangat pesat, banyak orang yang memanfaatkan media sosial terutama aplikasi Instagram sebagai media pemasaran. Hal ini, dapat dibuktikan dalam banyaknya pengguna Instagram.

Penggunaan bahasa dalam membuat konten sangat diperlukan oleh para *content creator*. Bahasa adalah salah satu elemen kunci yang penting bagi identitas dan keberlangsungan suatu negara atau budaya. Hal tersebut dikarenakan, bahasa merupakan cara seseorang dapat berkomunikasi dengan yang lainnya. Selain itu, bahasa juga dapat membangun hubungan dan menciptakan rasa kebersamaan. Dengan kata lain, bahasa tidak luput dari kehidupan sehari-hari. Bidang *advertising* atau pemasaran juga tak luput dari penggunaan

² Fitria Kusuma Ningrum, Maya May Syariah. "Of Communication Science And Islamic dakwah" Jurnal (online), Vol.11.No.2

³ Bambang Priyo Jatmiko, "Menjadi Miliarder berkat Instagram": diakses dari <http://bisniskeuangan.kompas.com/red/2017/04/19/101024326/menjadi.miliader.berkat.instagram>. Pada tanggal 7 September 2017.

bahasa. Iklan menggunakan bahasa sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan masyarakat yaitu dengan menyampaikan pesan untuk mempromosikan suatu barang atau jasa. Dalam menyampaikan pesan pada iklan tersebut, digunakan kata-kata atau kalimat. Kata-kata tidak hanya digunakan untuk menggambarkan perasaan dan sikap, tetapi juga membawa ide ke dalam pikiran kita.⁴ Bahasa yang biasanya digunakan oleh sekelompok penutur untuk berkomunikasi dan memberi makna kepada orang lain, merupakan suatu sistem simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat bicara manusia. Maka dari itu, bahasa berfungsi sebagai alat utama untuk interaksi dan komunikasi interpersonal. Tindakan penyampaian informasi antar manusia dengan menggunakan tanda, simbol, atau perilaku disebut komunikasi.

Pada dasarnya, dalam proses komunikasi, variasi bahasa menjadi hal yang tidak hanya monolitik, tetapi juga beragam. Bahasa memiliki faktor-faktor internal yang memengaruhinya sehingga menjadi sangat beraneka ragam, yang sering dikenal sebagai variasi bahasa. Dalam konteks sumbernya, variasi bahasa dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yakni yang berasal dari dalam dan yang berasal dari luar. Variasi bahasa timbul ketika terjadi interaksi komunikasi. Bahasa memegang peran penting dalam proses perkembangan remaja, termasuk sebagai sarana ekspresi bagi mereka. Dalam interaksi sehari-hari, khususnya dengan teman sebaya, remaja cenderung menggunakan bahasa yang mencerminkan usia mereka, yang sering disebut sebagai bahasa slang.

Sosiolinguistik mengidentifikasi bahasa sebagai bagian integral dari sistem komunikasi dan sosial serta sebagai cerminan dari

⁴ <https://jurnal.abisatya.org/index.php/JAGADDHITA/article/view/40/33>, diakses pada tanggal 20 Desember 2023.

masyarakat dan budaya tertentu. Bahasa merupakan manifestasi dinamis dari kebudayaan yang berubah seiring dengan perubahan zaman. Pengaruh dari kehidupan sosial suatu masyarakat juga sangat memengaruhi perkembangan bahasa. Dalam era digital saat ini, fenomena media sosial di Indonesia telah memainkan peran penting dalam mengubah variasi atau ragam bahasa. Dalam perspektif sociolinguistik, bahasa dianggap sebagai alat yang mengkomunikasikan gagasan atau pikiran secara spesifik. Keragaman bahasa tidak hanya disebabkan oleh ragam penutur yang beragam, tetapi juga oleh interaksi sosial sehari-hari di berbagai lingkungan, termasuk keluarga dan lingkungan sekitar.⁵ Variasi bahasa akan semakin kompleks ketika digunakan oleh penutur dalam konteks desa atau wilayah lainnya, hal ini sangat penting dalam menjalin komunikasi dengan baik apalagi yang berprofesi sebagai *content creator* yang membutuhkan keahlian dalam bahasa agar dapat menarik kebutuhan *followers*.

Ragam bahasa bervariasi, artinya walaupun suatu bahasa memiliki aturan atau pola yang sama, namun karena digunakan oleh penutur yang memiliki latar belakang sosial dan kebiasaan yang beragam, bahasa tersebut akan mengalami variasi, baik dalam segi fonologis, morfologis, sintaksis, maupun pragmatik. Sebagai contoh, bahasa Inggris yang dipakai oleh orang Australia akan berbeda dengan bahasa Inggris yang digunakan oleh orang New Zealand, Amerika, atau orang Inggris sendiri.⁶ Karena ada hubungan antara

⁵ Taufiq Khoirurrohman, Muhammad Rohmad Abdan, Analisis Pemakaian Variasi Bahasa Slang pada Remaja Desa Kalinusu: kajian *sociolinguistik* (*jurnal SEMANTIKA Volume 1, No, 02, Februari 2020, pp. 1-11*) hal.2

⁶ Prof.Dr.Achmad Hp, Dr, Alek *Abdullah Linguistik Umum (Jakarta: erlangga, 2012)* hal.173

keadaan sosial dan gaya bahasa, maka identitas seseorang juga terwakili dalam bahasa yang mereka gunakan. Kedudukan sosial seseorang dalam suatu komunitas atau kelompok sosial dapat dilihat dari pola bahasanya yang unik. Akibatnya, keragaman bahasa dalam masyarakat biasanya disebabkan oleh kesenjangan posisi sosial. Variasi ini adalah jenis variasi linguistik yang mengikuti kaidah dasar bahasa yang bersangkutan dengan tetap digunakan secara situasional dan kontekstual. Bahasa gaul merupakan salah satu jenis variasi atau keragaman bahasa yang lazim.

Secara umum, Bahasa Jawa Banten digunakan dalam tiga wilayah dari delapan kabupaten dan kota di Provinsi Banten. Mayoritas penggunaan terdapat di sebagian besar kecamatan di Kabupaten Serang, Kota Serang, dan Kota Cilegon. Selain itu, terdapat beberapa daerah di Kabupaten Tangerang yang berbatasan dengan Kabupaten Serang, dan bahkan di beberapa desa di daerah Pandeglang dan Lebak masih terdapat penutur Bahasa Jawa Banten.⁷ Dalam Bahasa Jawa Banten, terdapat dua jenis strata bahasa yang dikenal, yaitu Bahasa pergaulan dan Bahasa bebasan. Bahasa pergaulan atau pasaran digunakan untuk berkomunikasi dengan teman sebaya, meskipun sebagian dari mereka juga dapat menggunakan Bahasa bebasan. Sementara itu, Bahasa bebasan digunakan dalam interaksi dengan orang yang lebih tua. Bahasa bebasan memiliki intonasi yang lebih lembut, dan penggunaannya tidak mencakup kosakata yang umumnya digunakan dalam situasi pertengkaran atau cacian. Saat ini, wacana sehari-hari hampir tidak pernah menggunakan bahasa Jawa Serang, apalagi bahasa Jawa Serang bebas. Oleh karena itu, sebagai upaya melestarikan bahasa Jawa

⁷ A. Mudjahid Chudari, *Kamus Lengkap BAHASA JAWA BANTEN*, 2

Serang agar tidak punah, disarankan agar bahasa tersebut diajarkan dalam kurikulum sekolah setempat.

Endorsement merupakan salah satu strategi pemasaran yang melibatkan penggunaan tokoh terkenal seperti artis, aktor, selebgram, dan lain sebagainya sebagai pendukung atau penunjang untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap produk yang dipromosikan melalui media sosial. Berbeda dengan strategi endorsement dalam pemasaran langsung, di platform seperti Instagram, siapa pun memiliki potensi untuk menjadi endorser atau selebgram, asalkan mereka memiliki daya tarik yang cukup untuk membangun kepercayaan konsumen.⁸

Siti celobong merupakan konten kreator asal Serang Banten yang namanya mulai terkenal. Nama celobong sendiri diambil dari bahasa serang yang artinya sama dengan toples, selain bikin konten Siti Celobong ini juga sering meriview kuliner dan wisata yang ada dibanten, nama asli Siti Celobong yaitu Siti Haryati, yang memiliki keunikan saat mengendors, Siti Celobong mengendors menggunakan Bahasa Jawa Serang tetapi ada terjemahan Indonesia yang ada di dalam video, selain menggunakan Bahasa Jawa Serang Siti Celobong memiliki tingkah laku yang sangat bergairah saat mengendors, tidak ada rasa malu, ini lah yang membuat konten siti celobong sangat menarik perhatian *followers* nya.

Seiring waktu, konten Siti Celobong menarik para *followers*. Algoritma Instagram yang mendukung video-video viral membantu kreator konten Siti Celobong mendapatkan eksposur. Satu atau dua video yang menjadi viral dapat meningkatkan jumlah pengikut dan

⁸ Desi Putri Lestari “*analisis internet marketing butik online disurabaya melalui Instagram*”, Jurnal (online), Vol, 4, No, 2

popularitas kreator. Video ini biasanya menampilkan sesuatu yang unik atau sangat menghibur. Kolaborasi dengan konten kreator lain juga bisa menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan dan pengikut. Untuk mempertahankan dan meningkatkan popularitas, seorang kreator perlu konsisten dalam mengunggah konten berkualitas tinggi yang relevan dengan *followersnya*. Setelah mencapai tingkat popularitas tertentu, kreator dapat mulai memonetisasi konten mereka melalui sponsor, endorsement, dan iklan. Maka dari itu, Siti Celobong memiliki ciri khas tertentu dalam kontennya, seperti gaya humor yang unik atau tema tertentu yang sering diangkat, itu bisa menjadi faktor kunci dalam keberhasilannya. Selain itu, penggunaan hashtag populer dan mengikuti tren yang sedang berkembang di Instagram juga berperan penting dalam mencapai popularitas di platform tersebut.

Karena itulah, peneliti merasa tertarik untuk menggali lebih lanjut mengenai Siti Celobong, akhirnya peneliti tertarik mengambil judul untuk melakukan penelitian yaitu “Analisis Penggunaan Bahasa Jawa Serang dalam Akun Instagram @siti_cilebong Sebagai Media Endorsement”.

B. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah disampaikan, penulis hgmemperoleh rumusan masalah mengenai penelitian, yaitu:

1. Bagaimana strategi @siti_cilebong dalam mengembangkan media instagramnya?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat akun Instagram @siti_cilebong dalam mengendors dengan menggunakan Bahasa jawa serang?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah disampaikan, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi @siti_cilebong dalam mengembangkan media instagramnya
2. Untuk mengetahui Apa faktor pendukung dan penghambat akun Instagram @siti_cilebong dalam mengendors dengan menggunakan Bahasa jawa serang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritas dan praktis.

1. Manfaat Teoritas

Dalam konteks teoretis, diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian ilmiah berikutnya yang membahas pemanfaatan Instagram sebagai platform pemasaran digital.

2. Manfaat Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini berpotensi memberikan wawasan praktis dan teoritis bagi peneliti, sekaligus memberikan inspirasi bagi pihak lain untuk mengembangkan bisnis melalui pemanfaatan media sosial guna menarik minat konsumen.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum peneliti melakukan penelitian berjudul “Analisis Penggunaan Bahasa Jawa Serang dalam Akun Instagram @Siti_Celobong Sebagai Media Endorsement”, telah ada penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang pertama, skripsi oleh

Yudhi Gumbiro Banjarsari yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online *Page Down Cloth Maker*” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memberikan kemudahan akses informasi secara virtual dan memperkuat kepercayaan pelanggan. Platform ini juga mengurangi sekat antara batas-batas ruang yang sudah terdefinisi dengan baik, didukung oleh promosi visual yang efektif, termasuk ajakan dan berbagai bentuk endorsement.⁹

Kedua, skripsi dari Dewi Rahmawati yang berjudul “Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @freezybrowniezz)”. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan platform promosi yang menarik melalui endorsement, yang secara efektif mendorong minat pembeli untuk membeli produk yang dipasarkan.¹⁰

Ketiga, skripsi dari Musdalifa yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Big Bananas di Makasar Melalui Endorse Selebgram” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram menjadi sarana yang sangat berguna bagi penjual dalam mempromosikan barang dagangannya. Hal ini disebabkan oleh kemampuan platform tersebut dalam meningkatkan kemajuan bisnis, terutama dalam konteks perkembangan teknologi internet yang pesat saat ini. Penggunaan jasa selebgram untuk memasarkan produk

⁹ Skripsi Yudhi Gumbiro Banjarsari, “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Online page Down Cloth Maker*”, (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008),1

¹⁰ Skripsi Dewi Rahmawati “*Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)*”, (Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006)

disebut endorse, endorse ini sangat membantu pemasaran produk big bananas keuntungan yang didapatkan selain penjualan produk, peminat dari big bananas semakin meningkat. Hal ini membuat big bananas memiliki banyak cabang di Makasar maupun diluar Makasar.

F. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, pembahasan dalam menyusun skripsi ini, yang peneliti gunakan terdiri dari 5 (lima) Bab yaitu :

Bab I Pendahuluan : terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teori, metodologi penelitian, sistematika pembahasan dan daftar pustaka.

Bab II Kajian Pustaka & Landasan Teori :

- a. Tinjauan umum tentang penggunaan bahasa jawa serang.
- b. Tinjauan umum tentang media Instagram.
- c. Tinjauan umum tentang endorsement.
- d. Landasan Teori.

Bab III Metodologi Penelitian : terdiri dari gambaran umum penggunaan Bahasa jawa serang dalam akun Instagram @siti_cilebong yang terdiri dari profil, visi misi, sejarah singkat.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan :

- a. Bab ini membahas mengenai analisis dari data yang berisi strategi @siti_cilebong dalam mengembangkan media instagramnya.
- b. Faktor pendukung dan penghambat akun Instagram @siti_cilebong dalam mengendors dengan menggunakan bahasa jawa serang.
- c. Dan profil siti celobong.

Bab V Penutup : meliputi kesimpulan, lampiran dan saran.