

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bahasa saat ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang mendorong munculnya cara berkomunikasi baru yang lebih cepat, mudah, dan praktis. Hal ini terlihat dari semakin cepatnya proses mengakses dan menyebarkan informasi melalui berbagai media digital (Saptarianto dkk., 2024). Perubahan tersebut membuat cara masyarakat menggunakan bahasa juga ikut berubah, terutama dalam komunikasi di ruang digital. Bahasa yang digunakan cenderung lebih singkat, sederhana, dan disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi sehari-hari. Media sosial menjadi salah satu wujud nyata perkembangan teknologi digital yang berperan besar dalam membentuk praktik kebahasaan kontemporer. Salah satu platform yang mendominasi ruang digital Indonesia saat ini adalah TikTok. Berdasarkan laporan We Are Social dan Meltwater, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, mencapai lebih dari 160 juta pengguna aktif bulanan pada kuartal pertama 2025, melampaui Amerika Serikat yang tercatat sebesar 120,5 juta pengguna (Riyanto & Pertiwi, 2025). Bahkan rata-rata orang Indonesia menghabiskan 44 jam 54 menit per bulan di TikTok, hampir dua kali lipat lebih lama dibandingkan platform video lainnya (We Are Social & Meltwater, 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa TikTok bukan sekadar platform hiburan, melainkan telah menjadi ruang interaksi sosial utama masyarakat Indonesia. Platform ini juga melalui kolom komentar yang menjadi ruang komunikasi nonformal yang sangat aktif dan ekspresif. Kolom komentar inilah yang sering kali melahirkan bentuk-bentuk kebahasaan baru yang mencerminkan kreativitas pengguna, salah satunya adalah neologisme.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi VI, neologisme merupakan bentukan baru atau makna baru untuk kata lama yang dipakai dalam bahasa untuk memberi ciri pribadi atau demi pengembangan kosakata. Artinya, neologisme tidak selalu berupa kata yang benar-benar baru, tetapi juga bisa berupa kata lama yang maknanya bergeser seiring perkembangan zaman. Hal ini diperkuat oleh Kridalaksana (dalam Sulistiyarini dan Masrukhi, 2024) yang menyatakan bahwa

neologisme merupakan istilah atau ungkapan baru yang muncul secara sadar dalam pemakaian bahasa. Secara sadar yaitu pengguna bahasa sengaja menciptakan atau memodifikasi sebuah kata untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya.

Neologisme dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti kata yang benar-benar baru, kata lama dengan makna baru, maupun gabungan unsur bahasa yang menghasilkan bentuk baru. Kemunculannya biasanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, perubahan sosial, serta kebutuhan komunikasi yang terus berkembang. Salah satu contoh neologisme yang muncul di media sosial adalah kata *lur*. Kata *lur* berasal dari kata *dulur* yang bermakna saudara. Bentuk ini merupakan pemendekan yang digunakan dalam komunikasi digital untuk menciptakan kesan lebih santai dan akrab. Dalam konteks ini, *lur* dapat dikategorikan sebagai neologisme karena penggunaannya berkembang dalam ruang komunikasi baru dan belum sepenuhnya mapan dalam bahasa baku. Fenomena ini menunjukkan bahwa neologisme dapat berupa perubahan bentuk (morfologis) tanpa mengubah makna dasar. Selain itu, perkembangan media sosial juga mendorong penyebaran kata-kata baru secara cepat atau sering disebut viral. Penyebaran yang luas ini memengaruhi tingkat penerimaan suatu kata dalam masyarakat. Oleh karena itu, kata-kata yang berkembang dan menjadi viral penting untuk dianalisis guna memahami bentuk dan maknanya dalam konteks penggunaan bahasa yang terus berubah.

Fenomena neologisme seperti itu dapat diamati secara konkret pada kolom komentar akun Tiktok @abunbarbar. Akun tersebut dikenal dengan kontennya yang mengundang reaksi spontan dari pengguna. Dalam kolom komentarnya, ditemukan berbagai kata baru yang unik, kreatif, dan mencerminkan perkembangan bahasa nonformal di era digital. Neologisme dapat diklasifikasikan ke dalam empat jenis, yaitu morfosemantis, semantis, morfologis, dan pinjaman (Miller, 2014:83). Penelitian ini mencakup keempat jenis neologisme tersebut serta menelaah proses pembentukannya melalui kajian morfologi dan semantik.

Penelitian ini menarik dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, media sosial khususnya dalam kolom komentar TikTok menjadi tempat munculnya banyak kosakata baru yang belum tercatat dalam kamus. Yule (dalam Syach &

Ridwan, 2021) menjelaskan bahwa neologisme muncul karena kebutuhan pengguna bahasa untuk menyampaikan pesan secara cepat dan sesuai situasi. Sementara itu, Kinne (dalam Noviandini & Ridwan, 2025) menyatakan bahwa kosakata baru tersebut belum terdokumentasi secara resmi dalam kamus bahasa. Hal ini menunjukkan bahwa kolom komentar akun TikTok @abunbarbar berpotensi besar menjadi sumber data untuk melihat perkembangan kata-kata baru dalam bahasa sehari-hari.

Kedua, kolom komentar akun TikTok @abunbarbar menyediakan data bahasa yang alami karena muncul dari percakapan pengguna secara langsung tanpa aturan bahasa yang kaku. Carr dan Hayes (dalam Eriyanto, 2021:60) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya interaksi yang bebas dan terbuka antar pengguna. Sejalan dengan itu, Mworio (dalam Zena, 2023) menyatakan bahwa media sosial mempercepat munculnya bentuk bahasa baru karena informasi menyebar dengan sangat cepat. Fakta ini menunjukkan bahwa data dari kolom komentar tersebut mencerminkan penggunaan bahasa yang nyata dalam kehidupan sehari-hari masyarakat digital.

Ketiga, neologisme menarik untuk dikaji karena berkaitan dengan cara pembentukan kata dalam bahasa. Syahriandi (2020:139) menjelaskan bahwa pembentukan kata dalam bahasa dapat terjadi melalui proses seperti penambahan imbuhan, pengulangan kata, penggabungan kata, perubahan bentuk kata, dan pemendekan kata. Dalam konteks media sosial, proses tersebut sering muncul dalam bentuk yang lebih sederhana dan kreatif. Oleh karena itu, penelitian pada kolom komentar akun TikTok @abunbarbar penting dilakukan untuk memahami bagaimana kata-kata baru terbentuk dan digunakan oleh pengguna media sosial.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini perlu dilakukan karena kolom komentar akun TikTok @abunbarbar menunjukkan perkembangan penggunaan bahasa. Hal ini terlihat dari munculnya kosakata baru yang belum tercatat dalam kamus, penggunaan bahasa yang lahir dari interaksi alami pengguna, serta berbagai proses pembentukan kata dalam kajian bahasa. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Neologisme dalam Kolom Komentar Akun TikTok @abunbarbar”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Perkembangan teknologi dan media sosial pada masa sekarang membuat bahasa mengalami banyak perubahan. Bahasa menjadi lebih dinamis karena para penggunanya bebas menciptakan kata atau istilah baru untuk menyesuaikan cara berkomunikasi di dunia digital.
2. Kolom komentar akun TikTok @abunbarbar memperlihatkan banyak kata baru yang muncul secara spontan. Kata-kata tersebut tidak hanya unik, tetapi juga terbentuk melalui proses pembentukan neologisme, yakni morfologi dan semantik.
3. Dalam kolom komentar tersebut, neologisme terdapat empat jenis yakni sebagai berikut.
 - a. Neologisme morfosemantis adalah pembentukan kata baru melalui proses morfologis yang disertai perubahan makna secara semantis.
 - b. Neologisme semantis adalah pembaruan kosakata yang tidak mengalami bentuk kata, tetapi menghasilkan makna baru.
 - c. Neologisme morfologis adalah perubahan bentuk tanpa mengubah makna dasarnya.
 - d. Neologisme pinjaman adalah kosakata baru dalam bahasa Indonesia yang muncul melalui penyerapan bentuk dan makna dari bahasa lain.
4. Proses pembentukan neologisme ini juga menimbulkan perubahan makna kata, baik berupa perluasan, penyempitan, maupun pergeseran makna sesuai dengan konteks komunikasi di media sosial. Fenomena ini memperlihatkan bahwa bahasa terus berkembang mengikuti kebutuhan dan kreativitas penuturnya.

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini berfokus pada neologisme yang terdapat dalam kolom komentar akun TikTok @abunbarbar. Analisis dilakukan untuk mendeskripsikan jenis-jenis neologisme, yaitu morfosemantis, semantis, morfologis, dan pinjaman. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji proses pembentukan kosakata baru melalui kajian morfologi dan semantik.

1.4 Rumusan Masalah

Fokus penelitian yang telah dipaparkan di atas menjadi acuan dalam menyusun rumusan masalah penelitian ini. Rumusan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah jenis-jenis dan proses pembentukan neologisme dalam kolom komentar akun TikTok @abunbarbar?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai melalui proses pengumpulan dan analisis data secara sistematis. Adapun tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan jenis-jenis dan proses pembentukan neologisme dalam kolom komentar akun TikTok @abunbarbar.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian linguistik, khususnya dalam bidang morfologi dan semantik melalui pendeskripsian jenis-jenis dan proses pembentukan neologisme yang berkembang di media sosial.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan neologisme.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca dalam memahami jenis-jenis dan proses pembentukan neologisme di media sosial, khususnya di kolom komentar akun TikTok @abunbarbar.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan neologisme.