

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi, komunikasi digital melalui platform media sosial telah menjadi bagian yang sangat populer di kehidupan masyarakat Indonesia (Satyanandani *et al.*, 2023a). Media sosial berfungsi sebagai sarana utama dalam berkomunikasi, berbagi informasi, serta membentuk identitas individu maupun kelompok. Melalui media sosial, pengguna dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, serta berbagi berbagai informasi dan konten, seperti teks, foto, dan video (Sihombing & Nataliani, 2021). Oleh karena itu, media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang dapat berlangsung tanpa batas ruang dan waktu, sehingga pengguna dapat saling berkomunikasi dan bertukar informasi dalam berbagai bentuk secara global (Zakaria & Wijaya, 2022). Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan akses dan penggunaan, serta banyaknya pilihan aplikasi dengan karakteristik yang beragam, sehingga pengguna dapat menyesuaikannya dengan kepribadian dan minat masing-masing (Satyanandani *et al.*, 2023b).

Dalam konteks komunikasi digital menggunakan media sosial, bahasa menduduki posisi yang sangat penting karena menjadi alat untuk menyampaikan informasi. Menurut (Devianty, 2017), penggunaan bahasa dalam komunikasi perlu disesuaikan dengan konteks dan kedudukan para penutur agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam komunikasi digital melalui

media sosial (misalnya, Instagram), gaya berbahasa (Martin joos, n.d.) atau ragam bahasa (chaer abdul, n.d.), yang dipakai untuk menyampaikan informasi kemungkinan juga akan menyesuaikan dengan konteks dan kedudukan pengguna media sosial.

Salah satu media sosial yang banyak diminati, khususnya oleh kalangan muda di Indonesia, adalah Instagram. Hal ini terlihat dari jumlah penggunanya yang mencapai sekitar 91 juta orang, sehingga menjadikannya sebagai salah satu platform yang paling sering digunakan (Adiwiria *et al.*, 2026). Instagram dikenal sebagai salah satu media sosial yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap penggunanya, baik dalam membentuk persepsi maupun dalam menyampaikan pesan secara efektif (Acuti *et al.*, 2018). Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis aplikasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi melalui konten visual, seperti foto dan video, yang biasanya dilengkapi dengan *caption* (keterangan) (Puspita, 2022). *Caption* tidak hanya berperan sebagai pelengkap dari konten visual, tetapi juga digunakan sebagai sarana komunikasi yang penting, terutama oleh brand dalam kegiatan pemasaran (sari puspita, 2025). Dalam hal menjelaskan melalui *caption*, pesan dapat disampaikan secara lebih terarah untuk mendukung makna dari gambar atau video sekaligus memengaruhi cara audiens memahami konten tersebut (prihatimi, 2021). Oleh karena itu, *caption* memiliki peran yang sangat penting untuk menyampaikan informasi sesuai dengan konteks dan kedudukan pengguna media sosialnya. Chaer and Agustina menerangkan bahwa ragam bahasa adalah variasi pemakaian bahasa yang terjadi karena adanya perbedaan penutur, situasi, dan fungsi bahasa dalam masyarakat. Variasi tersebut dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang sosial

penutur serta perbedaan fungsi bahasa dalam kehidupan masyarakat (Batrisyia, 2024). Perbedaan bahasa yang muncul dalam setiap lingkungan sosial umumnya ditandai dengan penggunaan register (Lukin *et al.*, 2011). Register merupakan variasi bahasa yang bersifat fungsional, di mana pemilihan kosakata, gaya berbahasa, dan struktur kalimat ditentukan oleh konteks penggunaan, bidang kegiatan, atau kelompok sosial tertentu (Dasri, 2025). Norton, menjelaskan bahwa bahasa dapat menjadi sarana bagi seseorang untuk membentuk dan menyesuaikan identitas sosial yang dimilikinya secara fleksibel (Norton, 2013).

Dalam konteks masyarakat urban, misalnya seseorang dapat berganti penggunaan bahasa daerah dan bahasa nasional sebagai cara untuk menunjukkan identitas budaya sekaligus menyesuaikan diri dengan kebutuhan sosial di sekitarnya (Masyita, 2025). Dengan demikian, setiap kelompok memiliki cara berbahasa yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan tujuan komunikasinya. Dalam interaksi sosial, register muncul sebagai ragam bahasa (Chaer & Agustina, 2010) atau gaya berbahasa (Joos, 1976) yang sesuai dengan situasi, tujuan komunikasi, dan identitas kelompok. Berdasarkan uraian tersebut, ragam bahasa sangat berkaitan erat dengan register, karena Register menjadi salah satu bentuk ragam bahasa yang menunjukkan bagaimana suatu kelompok menggunakan bahasa sesuai dengan kebutuhan komunikasinya. Sementara itu, gaya berbahasa berkaitan dengan adanya konteks sosial dan menyesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan target komunikasinya.

Loro Piana merupakan industri tata busana mewah asal Italia yang didirikan oleh Pietro Loro Piana pada tahun 1924 di Quarona, Italia Utara. *Brand* ini dikenal

karena Produk utamanya menggunakan bahan serat alami *premium* seperti *cashmere*, *wool*, dan *camel hair*. Produk yang ditawarkan mencakup pakaian pria, pakaian wanita, aksesoris, hingga produk interior khusus perlengkapan gaya hidup mewah (Chen, 2025). Penelitian ini berfokus pada gaya berbahasa yang digunakan pada *caption* akun Instagram Loro Piana. *Caption* pada akun Instagram ini menarik untuk dikaji secara linguistik karena gaya berbahasa pada *caption* Instagram nya mencerminkan identitas atau status sosial sasaran konsumennya. Gaya berbahasa cenderung menggunakan register dengan tingkat formalitas yang tinggi, (Joos, 1967) mengelompokkan gaya berbahasa menjadi lima jenis, yaitu *frozen* (gaya beku), *formal* (resmi), *Consultative* (gaya konsultatif), *Casual* (gaya santai), dan *Intimate* (gaya intim). Setiap gaya digunakan dalam konteks komunikasi yang berbeda, bergantung pada situasi, hubungan antara penutur dan lawan tutur, serta tingkat formalitas komunikasi (Dewi, 2022).

Adapun contoh salah satu data analisis dari penelitian (Azmi *et al.*, 2025) adalah sebagai berikut: "*they were sent off to the coroner's office where they determined that the two daughters were smothered*". Jika melihat contoh dari gaya berbahasa diatas, maka peneliti (Azmi *et al.*, 2025) menggunakan gaya berbahasa yang formal karena disampaikan secara informatif, terstruktur, dan menggunakan istilah teknis seperti "*Coroner's office*" dan "*Smothered*". Istilah tersebut menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan berkaitan dengan laporan resmi dari lembaga berwenang, sehingga bahasa yang digunakan bersifat objektif, serius dan faktual (Azmi, 2025). Jika dilihat dari contoh menunjukkan bahwa gaya formal bersifat lebih deskriptif oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji lebih lanjut jenis gaya berbahasa yang digunakan dalam *caption* Instagram Loro Piana

berdasarkan teori Joos, serta melihat gaya berbahasa dalam *caption* tersebut dapat mencerminkan identitas *brand* dan status sosial sasaran konsumennya.

1.2 Identifikasi Masalah

Kajian gaya berbahasa dalam penelitian sebelumnya banyak mengidentifikasi gaya bahasa yang digunakan pada karakter utama dalam *Film The Menu*, penelitian kedua juga membahas penggunaan gaya bahasa dalam *Film Miracle From Heaven*. Kedua penelitian berfokus pada unsur *film* karena dialog dalam percakapan dapat menggambarkan variasi tingkat formalitas bahasa melalui interaksi antartokoh. Sedangkan penelitian ketiga menyelidiki berbagai gaya bahasa yang digunakan dalam keterangan foto Instagram pada media iklan akun *Burger King*. Selanjutnya penelitian terakhir menganalisis gaya bahasa yang digunakan Donald Trump dalam menulis *caption* di Instagram. Penelitian ketiga dan terakhir membahas *caption* Instagram sebagai objek penelitian, meskipun sama-sama mengkaji gaya berbahasa, penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu karena menggunakan *caption Instagram Loro Piana* sebagai objek penelitian. Uraian mengenai penelitian-penelitian terdahulu akan dibahas lebih lanjut pada Bab II bagian tinjauan pustaka.

Berikut ini adalah beberapa masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini:

1. Gaya berbahasa apa saja yang digunakan dalam *caption* Instagram *brand* Loro Piana berdasarkan teori Martin Joos (1967)?
2. Identitas atau status sosial sasaran konsumen yang seperti apa yang tercermin dari penggunaan gaya berbahasa tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi jenis-jenis gaya berbahasa yang digunakan dalam *caption* Instagram *brand* Loro Piana berdasarkan teori Martin Joos (1967).
2. Untuk menjelaskan bagaimana gaya berbahasa dalam *caption* Instagram Loro Piana dapat mencerminkan identitas *brand* serta status sosial sasaran konsumennya

1.4 Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam kajian sociolinguistik, khususnya mengenai penggunaan gaya berbahasa atau *language style* dalam media sosial. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai penerapan teori Martin Joos (1967) dalam menganalisis tingkat formalitas bahasa pada *caption* Instagram merek Loro Piana.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji gaya berbahasa dalam media sosial, khususnya pada *caption* Instagram sebuah *brand*. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pembaca memahami bahwa *caption* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi atau promosi, tetapi juga dapat mencerminkan identitas *brand* dan status sosial sasaran konsumennya melalui pilihan gaya bahasa yang digunakan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini berfokus pada penggunaan gaya berbahasa atau *language style* dalam *caption* Instagram

brand Loro Piana. *Caption* Instagram dipilih karena tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi atau promosi, tetapi juga dapat menunjukkan cara sebuah *brand* membangun komunikasi dengan audiensnya melalui gaya berbahasa yang digunakan.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori gaya berbahasa Martin Joos (1967) dalam bukunya *The Five Clocks*. Teori ini menjelaskan bahwa gaya berbahasa dapat dibedakan berdasarkan tingkat formalitas. (Joos, 1967) membagi gaya berbahasa ke dalam lima jenis, yaitu *frozen* (gaya beku), *formal* (gaya formal), *consultative* (gaya konsultatif), *casual* (gaya santai), dan *intimate* (gaya akrab) . Kelima jenis gaya bahasa tersebut digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan gaya berbahasa yang muncul dalam *caption* Instagram Loro Piana.