

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Media sosial, sebagai salah satu inovasi dalam komunikasi, telah menjadi platform dominan dalam penyebaran informasi. Menurut Statista (2023) lebih dari 4,5 miliar pengguna aktif di seluruh dunia, media sosial menawarkan peluang luas bagi berbagai bentuk penyiaran, termasuk *podcast*. *Podcast*, sebagai format konten audio yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, semakin populer di kalangan audiens, terutama generasi muda yang menginginkan fleksibilitas dalam konsumsi media .

Podcast PeHTEM pertama kali diluncurkan pada 11 Agustus 2020, sejak saat itu *podcast* ini terus berkembang dengan jumlah pendengar semakin meningkat. *Podcast peHTEM Official* berada di bawah Badan Hukum PT Media Nusantara Corp yang didirikan oleh AK Jailani. Lokasi studio *podcast peHTEM* berada di Jl. Sultan Iskandar Muda, Punge Ujong, Kec. Meraxa, Kota Banda Aceh, Indonesia. *Podcast* ini memiliki akun media sosial aktif di platform seperti Youtube dengan jumlah 26.5K subscribers, dengan nama akun @peHTEM official, di mana mereka sering mempromosikan episode terbaru, di Instagram dan Tik Tok dengan membagikan cuplikan menarik dari setiap episodenya.

Host *podcast PeHTEM* biasanya dipandu oleh Siti Aminah, dalam seminggu, *podcast PeHTEM* biasanya menerbitkan 2 episode, tergantung pada jadwal dan tema yang sedang diangkat. Setiap episode membahas berbagai topik menarik, mulai dari isu sosial, politik dan ekonomi yang ada di Aceh . Dengan

jadwal terbit konsisten dan konten yang berkualitas, *podcast PeHTem* berhasil menarik perhatian banyak pendengar setia.

Keberhasilan ini menjadikan *podcast PeHTem* sebagai studi kasus yang menarik untuk dianalisis lebih lanjut. Salah satu kekuatan utama dari *podcast PeHTem* adalah penggunaan gaya bahasa kiasan seperti metafora, hiperbola, personifikasi, ironi, hingga retorisi. Sebagaimana dikemukakan oleh Keraf (2010:129), “Gaya bahasa kiasan adalah gaya bahasa yang menyampaikan sesuatu dengan cara membandingkan atau mengganti makna langsung dengan makna kias.” Gaya bahasa tersebut digunakan oleh penyiar atau narasumber untuk menyampaikan opini, kritik, atau pengalaman dengan cara yang lebih emosional, komunikatif, dan mudah diingat. Gaya bahasa semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai alat retorisi, tetapi juga menjadi strategi komunikatif untuk menciptakan kedekatan dengan audiens dan menyampaikan pesan secara lebih menarik.

Contoh :

Dan kalau dibiarkan, ini bisa jadi bom waktu buat Aceh.”

Pernyataan di atas mengandung gaya bahasa metafora, di mana frasa “bom waktu”. Dalam hal ini, “bom waktu” bukan merujuk pada bom fisik, melainkan sesuatu yang berpotensi menimbulkan masalah besar dan bahaya di kemudian hari jika dibiarkan begitu saja. Bom waktu secara harfiah adalah benda yang dapat meledak setelah waktu tertentu. Dalam kalimat ini, “bom waktu” digunakan untuk menggambarkan situasi atau masalah yang jika tidak diatasi segera, akan berkembang menjadi masalah yang lebih besar dan merugikan Aceh di masa depan. Sebagai mana dikemukakan oleh Tarigan (2009:126), metafora “pemakaian kata-kata bukan

dalam arti yang sebenarnya, melainkan sebagai perbandingan atau gambaran yang berdasarkan persamaan atau perbandingan antara dua hal yang berbeda.” Maka, penggunaan “bom waktu” untuk menyebut masalah sosial menggambarkan bahwa masalah tersebut tidak bisa disepelekan, karena dapat meledak sewaktu-waktu.

Contoh :

“Kebijakan ini seperti menutup mata di tengah badai.”

Pernyataan di atas mengandung gaya bahasa personifikasi, di mana frasa “menutup mata”, tindakan tersebut bukan dilakukan oleh manusia secara fisik, melainkan dilambangkan sebagai kebijakan atau sikap dari pihak tertentu, yang digambarkan seolah-olah "menutup mata" seperti manusia. Sebagai mana dikemukakan oleh Tarigan (2009:127), “Personifikasi adalah majas yang melekatkan sifat-sifat insani kepada benda mati atau ide abstrak.” Maka dalam konteks ini kebijakan digambarkan seperti manusia yang bisa "menutup mata", padahal "kebijakan" adalah konsep abstrak, bukan makhluk hidup. Ini adalah bentuk personifikasi yang digunakan untuk mengkritik pihak yang bersikap tidak peduli atau mengabaikan masalah.

Dalam hal ini, gaya bahasa digunakan oleh penyiar atau narasumber sebagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian dalam menyampaikan kritik atau opini dengan cara yang tidak membosankan. Namun, pemahaman terhadap gaya bahasa kiasan sangat bergantung pada audiens. Tidak semua pendengar memiliki latar belakang atau pengalaman yang cukup untuk menangkap makna tersirat yang dibungkus dalam bentuk kiasan. Sebagaimana dikemukakan oleh Kridalaksana (2008), “Pemahaman makna kiasan menuntut adanya kemampuan interpretatif dari

audiens terhadap konteks dan tujuan ujaran tersebut.” Artinya, keberhasilan penyampaian makna melalui gaya bahasa kiasan sangat ditentukan oleh tingkat literasi, pengalaman, dan sensitivitas sosial dari pendengar *podcast* tersebut.

Dalam konteks penyiaran melalui media sosial, cuplikan-cuplikan pendek dari *podcast peHTem* sering kali menampilkan bagian-bagian dengan gaya bahasa kiasan, baik untuk mengomentari fenomena sosial, menyampaikan kritik, maupun membagikan pengalaman personal narasumber. Penggunaan gaya bahasa ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis atau pemanis dalam komunikasi, melainkan juga memiliki kekuatan untuk menciptakan daya pikat dan daya pengaruh. Seperti yang dikemukakan oleh Effendy (2003:35), “Bahasa dalam komunikasi bukan hanya alat tukar informasi, tetapi juga alat untuk membentuk persepsi, membangun emosi, dan memengaruhi sikap komunikasi.” Kutipan ini menegaskan bahwa bahasa, terutama dalam bentuk gaya bahasa kiasan, memiliki fungsi yang strategis dalam mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons pesan.

Dalam konteks *podcast peHTem* yang disebarluaskan melalui media sosial, potongan-potongan video yang viral kerap memuat ungkapan kiasan yang kuat dan menggugah. Hal ini menunjukkan bahwa gaya bahasa bukan hanya soal penyampaian pesan, tetapi juga menyentuh ranah afektif audiens membentuk opini, menggugah empati, dan bahkan mendorong keterlibatan publik. Permasalahan yang muncul adalah sejauh mana gaya bahasa kiasan ini benar-benar dipahami oleh audiens (komunikasi) dan bagaimana penggunaannya oleh penyiar atau narasumber mampu menciptakan efek komunikasi yang diinginkan. Oleh karena itu,

pemahaman tentang makna gaya bahasa dalam penyiaran menjadi penting untuk dikaji secara lebih mendalam.

Meski gaya bahasa merupakan elemen linguistik, dalam ranah komunikasi digital ia memiliki peran yang strategis. Di tengah banjir informasi dan konten digital, penggunaan bahasa yang ekspresif dan kreatif menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian dan menciptakan ikatan emosional antara penyiar dan audiens. Seperti diungkapkan oleh McQuail (2011:564), “Dalam media massa modern, bentuk dan cara penyampaian pesan memiliki pengaruh yang sama pentingnya dengan isi pesan itu sendiri. Artinya, gaya bahasa kiasan yang digunakan penyiar bukan hanya soal estetika, tetapi juga strategi dalam menghadirkan makna dan nilai hiburan di tengah persaingan konten digital yang padat.

Selain penggunaan gaya bahasa kiasan, aspek penggunaan bahasa baku juga penting diperhatikan dalam penyiaran. Hal ini sesuai dengan pandangan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (2016) yang menegaskan bahwa bahasa baku adalah ragam bahasa yang digunakan dalam situasi resmi, memiliki kaidah yang sesuai dengan norma tata bahasa, dan berfungsi sebagai alat pemersatu. Dalam konteks podcast, penggunaan bahasa baku diperlukan untuk menjaga kredibilitas, kejelasan pesan, serta membedakan antara opini yang disampaikan secara santai dengan informasi yang bersifat resmi. Dengan demikian, perpaduan antara bahasa baku dan gaya bahasa kiasan menciptakan komunikasi yang tidak hanya menarik, tetapi juga tetap memiliki bobot intelektual dan kesantunan berbahasa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji gaya bahasa kiasan yang digunakan dalam *podcast PeHTem*, khususnya dalam konteks

penyiaran melalui media sosial. Dalam konteks ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis *podcast PeHTem*, salah satu *podcast* populer di Aceh yang membahas berbagai topik menarik. Sebuah *podcast* yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menggugah kesadaran tentang isu-isu sosial, politik dan ekonomi yang ada di Aceh, serta memberikan ruang kepada pengamat, pemerhati, LSM, sebagai tempat kritik dan saran kepada pemerintah Aceh.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, sehingga penulis membatasi lingkup penelitian, maka penelitian ini berfokus bagaimana bentuk gaya bahasa kiasan terhadap penyiaran media sosial pada *podcast peHTem*.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk gaya bahasa dalam penyiaran media sosial pada *podcast peHTem*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan bentuk gaya bahasa dalam penyiaran media sosial pada *podcast peHTem*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi orang lain. Berikut manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat dalam menambah pengetahuan serta informasi tentang gaya bahasa kiasan yang ada dalam program *podcast peHTem* yang ada di daerah Aceh. Serta sebagai bahan referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan gaya bahasa.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan informasi baru terkait penggunaan gaya bahasa yang ada dalam program *podcast peHTem*.

b) Bagi Pembaca

Bagi pembaca, dengan membaca hasil penelitian ini dan memahami lebih jauh tentang apa itu gaya bahasa.

c) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambahkan pengetahuan, informasi, serta acuan untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan penggunaan gaya bahasa yang baik dan benar.