

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Akronim adalah frasa yang terbentuk dari penggalan huruf, suku kata, campuran antara huruf dan suku kata dari sebuah jajaran kata Kridalaksana dalam (Ifani dan Liusti, 2024: 523). Hasil dari gabungan tersebut diterima, diperlakukan dan memiliki status tetap sebagai kata yang berpedoman pada fonotaktik Indonesia. Menurut Manurung (2024: 32) akronim merupakan pemendekan kata yang berasal dari sebuah frasa dan memiliki proses yang sangat bervariasi dalam pembentukannya. Akronim adalah kata yang bersifat musiman. Oleh karena itu, seiring berjalannya waktu akronim tersebut tidak akan bertahan lama bahkan hilang begitu saja sebab akan selalu ada akronim-akronim baru yang muncul karena kreatifitas manusia dalam berbahasa (Adnan, 2021: 44). Penggunaan akronim bersifat arbitrer, artinya manusia mempunyai kebebasan untuk menciptakan akronim menggunakan suku kata, namun dengan kebebasan tersebut bukan berarti tidak ada aturan yang mengikat dalam pembuatannya (Sugiarto, 2024: 232) Pedoman ejaan bahasa Indonesia menegaskan dua hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan akronim. Pertama adalah akronim tidak diciptakan lebih dari tiga suku kata. Kedua, akronim diciptakan dengan menyesuaikan keindahan yang serasi antara vokal dan konsonan yang lazim sesuai dengan bentuk kata bahasa Indonesia.

Penggunaan akronim khususnya dalam platform digital disebabkan oleh kebutuhan manusia dalam berkomunikasi secara cepat dan efisien atau hanya sekedar mengikuti trend. Akronim muncul di berbagai lingkungan masyarakat, mulai dari nama lembaga atau instansi sampai sebuah sektor perdagangan (Wahyudi dan Kusumaningsih, 2024: 46) Penggunaan akronim di media sosial semakin populer dari masa ke masa, khususnya akronim pada penamaan makanan. Purnamasari dalam Deliani *et al.* (2022: 115) mengatakan bahwa dunia kuliner akan selalu hidup dan akan terus menjadi perbincangan dalam menghasilkan nama kuliner yang baru. Kuliner disini adalah mencakup segala jenis nama minuman dan makanan. Penggunaan akronim pada nama makanan adalah sebuah fenomena menarik yang biasanya berkaitan dengan gaya hidup, trend, maupun prestise sosial. Akronim memiliki berbagai bentuk yang beragam. keberagaman tersebut menggambarkan kebutuhan, tujuan, dan kreativitas manusia dalam berbahasa atau berkomunikasi. Selaras dengan hal tersebut Tarigan dalam Narahawari (2017: 31) mengklasifikasikan akronim menjadi tiga bentuk, yaitu (1) akronim dari huruf awal kata, (2) akronim dari suku kata atau penggalan kata, (3) akronim dari huruf awal kata dan suku kata atau penggalan kata.

Prestise dalam kajian ilmu sosiolinguistik merupakan salah satu konsep yang menjadi evaluasi terhadap keberagaman bahasa, sebab pada beberapa variasi bahasa tersebut dianggap memiliki status lebih tinggi dibandingkan lainnya (Nasarudin *et al.*, 2024: 34) Prestise bisa disebut juga dengan gengsi. Menurut Antonius (2021: 316) variasi bahasa yang dianggap berprestise adalah bahasa yang digunakan oleh kelompok elit untuk berkomunikasi secara formal atau digunakan dalam diskusi yang resmi. Henslin dalam Kholifah dan Brata (2020: 181)

mengatakan bahwa prestise sosial adalah rasa hormat dan terpuja yang dimiliki oleh seseorang dalam kelompok masyarakat dan dapat dilihat dari status sosial yang dimilikinya. Berkaitan dengan hal ini, penggunaan bahasa adalah salah satu cerminan dari kelompok masyarakat tersebut akan dipandang berprestise atau tidak. Prestise pada akronim makanan dapat menggambarkan suatu kedudukan dan kebanggaan dalam menggunakannya. Munculnya prestise dari akronim makanan biasanya identik dengan kualitas atau tren yang sedang populer pada makanan tersebut. Contohnya akronim Boba (*Bubble Tea*) sebagian orang Indonesia juga menyebutnya (bola tapioka) adalah topping minuman yang berasal dari Taiwan dan populer di Indonesia. Contoh akronim makanan lainnya yang sedang populer saat ini adalah cireng (aci di goreng), cromboloni (croissant dan bomboloni), serta seblak (segak dan nyegak).

Akronim makanan adalah salah satu cerminan dari bagaimana bahasa berubah dan berkembang. Seiring berjalannya waktu, penggunaan akronim makanan semakin pesat di platform digital. Peneliti akan mengeksplorasi bagaimana pengguna platform digital menggunakan dan menciptakan bentuk akronim makanan sebagai respon terhadap perkembangan zaman dalam berkomunikasi. Alasan lainnya juga dilatar belakangi oleh penggunaan akronim makanan yang sering kali mencerminkan suatu identitas kelompok tertentu yang dikaitkan dengan tren dan gaya hidup berkelas atau memiliki nilai prestise. Sehingga akan memberikan pengetahuan tentang pemahaman dinamika sosial dan ekonomi yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap akronim makanan.

Data 1

“adaga sih kue putu yg gula merah nya lumer kalua digigit dikit langsung muncrat”

(B.A.A.K)

Data 1 merupakan kutipan dari kolom komentar Tiktok yang memuat akronim *putu*. *Putu* merupakan akronim dari *pencari uang tenaga uap*. Dilihat dari bentuknya p + u + t + u merupakan bentuk akronim pengekal huruf pertama pada tiap komponen kata dan berasal dari empat kata, yaitu pencari + uang + tenaga + uap. Kue *putu* adalah salah satu kue tradisional yang dianggap berprestise karena dari dulu sampai sekarang banyak digemari dan dicintai oleh masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti pada banyaknya minat pembeli dan penjual yang menggunakan akronim *putu* baik secara langsung maupun melewati platform digital.

Data 2

“Ini nih salah satu Batagor Legend di Bandung yg udah eksis dari tahun 80an”

(B.A.S.K)

Data 2 merupakan kutipan caption dari konten Tiktok yang memuat akronim *batagor*. *Batagor* merupakan akronim dari bakso tahu goreng. Dilihat dari bentuknya ba + ta + gor merupakan bentuk akronim dari pengekal suku kata pertama pada tiap komponen kata. Akronim *batagor* berasal dari tiga kata, yaitu bakso + tahu + goreng. *Batagor* adalah camilan yang bisa di anggap memiliki nilai prestise, sebab memiliki daya Tarik tersendiri di restoran atau warung makan bergensi yang diolah dengan bahan-bahan premium atau dikemas dengan variasi lebih mewah.

Data 3

“*plis beli cuanki dmna sih tempat gue ga ada yang jual woi* 🤔” (B.A.H.S)

Data 3 merupakan kutipan kolom komentar Tiktok yang memuat akronim *cuanki*. *Cuanki* merupakan akronim dari cari uang jalan kaki. Dilihat dari bentuknya c + u + an + ki merupakan bentuk akronim dari pengekelan huruf pertama komponen pertama dan kedua serta pengekelan suku kata terakhir komponen ketiga dan keempat. Akronim *cuanki* berasal dari empat kata, yaitu cari + uang + jalan + kaki. *Cuanki* merupakan makanan khas Indonesia yang bisa di anggap memiliki nilai prestise, terutama jika disajikan di *cafe* seperti *cuanki* yang dijadikan topping dalam berbagai jenis makanan lainnya. Selain itu, makanan ini juga sedang sedang tren dan populer di kalangan masyarakat Indonesia sehingga banyak di *review* oleh artis, selebgram, dan Tiktoker papan atas.

Dari ketiga data di atas terbukti bahwa akronim memiliki bentuk yang bervariasi. Data 1 merupakan akronim dengan bentuk pengekelan huruf awal. Data 2 adalah bentuk akronim dari suku kata atau penggalan kata. Sedangkan data 3 adalah bentuk akronim dari huruf awal kata dan suku kata atau penggalan kata. Berdasarkan data tersebut, peneliti akan memaparkan lebih lanjut tentang variasi lain dari akronim makanan pada bab pembahasan. Akronim makanan pada data 1,2 dan 3 menunjukkan bahwa akronim dapat mempercepat komunikasi serta memberikan nilai prestise dalam budaya kuliner di Indonesia. Makanan yang menggunakan akronim seperti ini akan cenderung lebih menarik pelanggan dan menciptakan kesan yang lebih unik, eksklusif, modern dan bergensi.

Penelitian serupa dilakukan oleh Kuswaya (2021) yang berfokus pada karakteristik abreviasi pada produk makanan di daerah Priangan, proses morfologis yang terjadi pada akronim, serta faktor dan dampak penggunaan abreviasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada fokus penelitiannya. Perbedaan selanjutnya ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Maria, dkk (2023) yang mengkaji tentang perbedaan arti terhadap akronim dan singkatan serta dampaknya akibat perbedaan makna dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut juga terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian lain juga dilakukan oleh Deliani, dkk (2024) dimana fokus penelitiannya mencakup proses pembentukan akronim kuliner dari Jawa Barat. Bedanya penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada sumber data yang diperoleh. Penelitian ini mengkaji proses pembentukan akronim makanan yang ditemukan pada kolom komentar dan *caption* di platform digital, sedangkan penelitian tersebut sumber datanya adalah penamaan kuliner yang terjadi di wilayah Jawa Barat. Perbedaan selanjutnya ditemukan pada hasil penelitian oleh Wahyudi dan Kusumaningsih (2024) yang membahas tentang pembentukan akronim pada nama kuliner yang ditemukan pada menu penjual kuliner di lingkungan penulis dan *digital platform market place*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada sumber datanya.

Terlihat adanya perbedaan antara penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya yang telah dipaparkan. Perbedaan tersebut mencakup perbedaan fokus penelitian dan sumber data penelitian. Oleh sebab itu, penelitian ini akan dilakukan dengan judul “Akronim Makanan pada Platform Digital (Kajian Sociolinguistik)”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini meliputi:

1. Bagaimana bentuk-bentuk akronim makanan pada *caption* sekaligus kolom komentar Tiktok dan Instagram?
2. Bagaimana prestise terselubung akronim makanan pada *caption* sekaligus kolom komentar Tiktok dan Instagram?

1.3 FOKUS PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada bentuk-bentuk akronim makanan dan prestise terselubung (*covert prestige*) pada akronim makanan yang terdapat dalam beberapa platform digital.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan-tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk akronim makanan pada *caption* sekaligus kolom komentar Tiktok dan Instagram.
2. Mengidentifikasi prestise terselubung akronim makanan pada *caption* sekaligus kolom komentar Tiktok dan Instagram.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis, berikut adalah manfaatnya:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat berkontribusi dan memberikan sumbangsih pada literatur linguistik dengan memberikan pemahaman yang mendalam tentang adaptasi dan evolusi bahasa dalam konteks media sosial, khususnya penggunaan akronim.
- b. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana akronim digunakan sebagai cara untuk mencerminkan identitas dan membangun kesatuan sosial di antara komunikasi media sosial.
- c. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan bahan ajar baik dalam bidang linguistik, budaya, bahkan komunikasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para mahasiswa dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang fenomena linguistik, khususnya dalam konteks bahasa di platform digital. selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan pengayaan mahasiswa dalam materi perkuliahan yang relevan.
- b. Bagi para pengguna platform digital dapat memberikan informasi tentang fenomena akronim yang semakin beragam dan berkembang, serta dapat meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana akronim menjadi trend dan dianggap memiliki nilai prestise dalam penggunaannya di platform digital.
- c. Bagi para peneliti selanjutnya dapat menjadi referensi dan pijakan yang kuat untuk mengembangkan kajian serupa yang lebih luas dan mendalam untuk menghasilkan data yang lebih kaya.

1.6 ASUMSI PENELITIAN

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berasumsi bahwa bentuk akronim makanan yang ada pada platform digital adalah hasil dari kebutuhan, tujuan, dan kreativitas masyarakat dalam berbahasa yang mencerminkan tren sosial dan budaya populer. Bentuk akronim makanan tersebut tidak hanya berfungsi untuk kebutuhan komunikasi secara praktis, namun juga mengandung nilai simbolis yang menjadi identitas suatu kelompok tertentu sehingga menciptakan kesan prestise terselubung di dalamnya. Penelitian ini berfokus untuk mengkaji bentuk-bentuk akronim makanan dan prestise terselubung pada penggunaan akronim makanan dalam platform digital.

1.7 RUANG LINGKUP PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini berisi fokus penelitian, data penelitian, dan sumber data penelitian. Berikut uraian ruang lingkup pada penelitian ini

1. Fokus penelitian berupa bentuk-bentuk akronim makanan dan prestise terselubung pada akronim makanan
2. Data penelitian berupa frasa dan kalimat yang menunjukkan bentuk-bentuk akronim makanan serta prestise terselubung pada penggunaan akronim makanan.
3. Sumber data penelitian dikumpulkan melalui media sosial Tiktok dan Instagram pada bagian caption sekaligus kolom komentar yang mengandung akronim makanan.

1.8 DEFINISI ISTILAH

Definisi istilah memiliki tujuan sebagai pemberian interpretasi atau pemahaman terkait istilah-istilah dalam sebuah penelitian. Definisi istilah mencakup penjelasan makna dan ruang lingkup atau konteks dalam sebuah penelitian. Adapun istilah-istilah dalam penelitian ini diantaranya:

Akronim mengacu pada kata yang berasal dari proses pemendekan frasa baik itu diambil dari beberapa penggalan huruf, suku kata, atau gabungan dari huruf dan suku kata yang secara alamiah diperlakukan dan memiliki kedudukan tetap sebagai kata.

Bentuk akronim adalah variasi pada cara akronim diucapkan dan digunakan. Bentuk tersebut tercipta melalui proses pengakroniman.

Akronim makanan adalah hasil dari proses pemendekan kata yang menghasilkan kata baru dan merujuk pada sebuah nama makanan. Contohnya adalah piscok (pisang coklat), naspad (nasi padang), cireng (aci di goreng), dan lain sebagainya.

Prestise adalah nilai atau status yang menentukan sebuah bahasa akan di anggap lebih tinggi atau lebih rendah kedudukannya dalam masyarakat atau kelompok tertentu. Dalam penggunaannya, bahasa yang memiliki prestise lebih tinggi biasanya mencerminkan bahasa tersebut adalah salah satu variasi yang dianggap lebih bergensi sehingga hanya digunakan dalam kondisi atau sekelompok masyarakat tertentu.

Prestise terselubung atau biasa di kenal dengan *covert prestige* adalah variasi bahasa tidak standar dan biasanya digunakan pada konteks non formal.