

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Q.S Ar-Rahman ini penulis tidak akan membahas semua ayat yang terdapat dalam surat ini, tetapi penulis akan membatasi ayat-ayat yang berkaitan dengan pendidikan keimanan, ibadah dan akhlak. Dalam Q.S Ar-Rahman 55: ayat 17-18

رَبُّ الْمَشْرِقَيْنِ وَرَبُّ الْمَغْرِبَيْنِ, فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبِينَ

Artinya: “Tuhan yang memelihara kedua tempat terbit matahari dan Tuhan yang memelihara kedua tempat terbenamnya. Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”¹

Tafsiran Ayat, Menurut M Quraish Shihab dalam tafsir Al-Misbah Q.S ArRahman ayat 17-18 ini, Allah dalam Alquran telah menjelaskan bahwa dialah yang maha esa dan pencurah aneka karunia yang merupakan Tuhan pemelihara dan pengendali kedua tempat terbit matahari pada musim panas dan musim dingin, dan Tuhan pemelihara dan pengendali kedua tempat terbenamnya matahari pada kedua musim tersebut (M. Quraish Shihab, 2002:506)

¹ ella Susila, “Analisis Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Q.S Ar-Rahman,” *frontiers in neuroscience* 14, no. 1 (2021): 1–13.

Bahasa kerap kali digunakan manusia untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya bahasa manusia dapat memahami makna dan arti dari penggunaan bahasa itu sendiri. Makna dari suatu bahasa merupakan poin yang sangat penting karena makna suatu bahasa akan membantu pengguna bahasa untuk menyampaikan maupun menerima informasi dari kebahasaan itu sendiri. Hal tersebut membuktikan bahwa fungsi bahasa sebagai alat komunikasi manusia. Dalam semantik, fungsi bahasa ini digunakan untuk mengekspresikan lambang-lambang bahasa guna menyampaikan makna yang ada pada lambang bahasa kepada lawan bicara atau pembaca.²

Sebagaimana yang dikatakan sebelumnya, bahwa bahasa adalah alat komunikasi manusia. Komunikasi di sini digunakan untuk menyampaikan atau mengekspresikan suatu informasi dan gagasan dari penutur bahasa kepada lawan bicara atau pembaca. Komunikasi yang bersifat universal cakupannya sangat luas. Dengan begitu bahasa bukan hanya sebatas ucapan atau perkataan, namun juga bisa berupa teks, tulisan, atau karya seni yang mengandung unsur lambang kebahasaan yang memiliki keberagaman makna. adanya keberagaman makna bahasa disebabkan oleh banyak faktor, mulai dari faktor internal bahasa seperti kata yang

² Arsyad, Muhammad. (2021). *Bentuk, Fungsi, dan Makna Slogan pada Kendaraan Angkat Barang di Surabaya*. Bapala. 8(02). 149-204

mengikutinya hingga faktor eksternal bahasa seperti kebudayaan³.

Bahasa dapat dikatakan pula sebagai pembentuk suatu lingkungan dalam masyarakat yang madani. Sebagai alat komunikasi, bahasa dapat menghubungkan antarmanusia untuk menjalin hubungan silaturahmi dan kerukunan dalam suatu lingkungan. bahwa bahasa memiliki fungsi sebagai penjalin hubungan, memelihara, memperlihatkan perasaan, dan solidaritas sosial. Bahasa pula memiliki peranan yang sangat penting dalam berkomunikasi, baik secara lisan maupun tulisan. Setiap manusia mempunyai gaya bahasa masing-masing dalam mengungkapkan pikirannya.

Gaya bahasa adalah bagian dari pilihan kata yang membahas sesuai atau tidaknya pemakaian kata, frasa, klausa, dan kalimat tertentu untuk menghadapi suatu situasi. gaya bahasa juga diartikan sebagai suatu cara untuk mengungkapkan sebuah pikiran dengan bahasa khas yang dapat memperlihatkan jiwa dan keperibadian pemakai bahasa ataupun penulis. dengan adanya gaya bahasa, suatu kata maupun kalimat dapat mudah dideskripsikan sesuai dengan apa yang dimaksud si pembicara⁴.

³ Dian Sapti Rastini, Kisyani Laksono, M. Hum, ‘‘Diksi dan Gaya Bahasa dalam Akun Tik Tok’’ vol 9, no 7, Tahun 2020, Hlm 106-117.

⁴ Triningsih, Erna Diah. (2018). *Gaya Bahasa dan Pribahasa dalam Bahasa Indonesia*. Klanten: Pt Intan Pariwara.

Seiring kemajuan teknologi inilah yang sangat membantu segala kegiatan kehidupan manusia menjadi semakin mudah dan praktis. Kemudahan serta kepraktisan yang telah dirasakan oleh manusia membuatnya terdorong untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari mulai dari kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier melalui kemajuan teknologi tersebut. Kemajuan teknologi yang dimaksud disini yaitu salah satunya adalah keberadaan *ecommerce* atau *online shop*. Nilai pada perdagangan *online* (*e-commerce*) di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 78% ditahun 2019, dimana besaran pertumbuhan tersebut membawa Indonesia menjadi peringkat pertama di dunia. Dikarenakan fenomena inilah banyak dari pelaku usaha mulai dari umkm maupun usaha besar yang mulai memperjualkan produknya *melalui e-commerce* atau *online shop*.⁵

Dari sekian banyak *e-commerce* yang ada di Indonesia, aplikasi tiktok mengambil peluang berbisnis ini dengan menjadi salah satu media digital marketing yang juga tidak kalah banyak digunakan oleh para pelaku usaha. Aplikasi tiktok ini memang bukan aplikasi yang baru di Indonesia, yaitu pada tahun 2018 Tiktok sempat hadir tetapi karna perihal konten yang ada didalamnya membuat Kementrian

⁵ Anonim. (2018). *Kominfo: Blokir Tik Tok Hanya Sementara*. Kominfo.Go.Id. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanyasementara/0/sorotan_media#:~:text=Setelah mendapat banyak laporan negatif,yang terkait dengan Tik Tok](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanyasementara/0/sorotan_media#:~:text=Setelah%20mendapat%20banyak%20laporan%20negatif,yang%20terkait%20dengan%20Tik%20Tok)

Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) harus memblokir aplikasi tersebut.⁶

Tetapi pada tahun 2020 tiktok kembali lagi dengan tampilan yang baru dan menarik minat masyarakat yang pada saat yang bersamaan sedang terjadi wabah *Covid-19* di Indonesia yang menyebabkan harus berdiam diri dirumah dalam jangka waktu yang cukup lama. pada awal kemunculan kembali aplikasi tiktok ini hanya merupakan aplikasi hiburan (*entertainment*) yang didalamnya terdapat konten-konten yang menarik dan juga awal mula tren-tren yang ada di Indonesia serta konten promosi produk yang dikemas sedemikian rupa dalam bentuk video yang menarik atau yang biasa disebut racun tiktok.⁷

Ahli juga mengatakan bahwa kehadiran kembali tiktok ini dimanfaatkan oleh banyak masyarakat untuk membuat konten-konten yang menarik serta berbisnis. Sehingga tiktok pun mengambil peluang dengan menghadirkan tiktok Shop dimana kita dapat langsung melakukan transaksi jual beli pada video tersebut dengan link yang telah disediakan dibawahnya atau yang biasa disebut dengan keranjang kuning.

⁶ Ant, & Dbs. (2019). *Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*.

Kominfo.Go.Id.=https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfoptumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media

⁷ Bulele Y.N. (2020).'' *Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok*'' . Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, 565–572.

Gaya bahasa pemanfaatan kekayaan bahasa pemakaian ragam tertentu yaitu gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, perulangan baik secara parsial maupun simultan, faktor harga, kemudahan, serta promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim Surabaya di tiktok shop. harga yang ditawarkan aplikasi *e-commerce* tiktok Shop berpengaruh sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Surabaya. begitu juga dengan kemudahan yang diberikan aplikasi *e-commerce* tiktok *shop* ini juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim di Surabaya. Terkait promosi yang telah gencar dilakukan oleh para seller di tiktok *shop* baik dalam bentuk foto maupun video yang telah dipublikasikan dalam rangka memperkenalkan produknya kepada para calon konsumen pun juga turut andil mempengaruhi konsumen muslim di Surabaya dalam pemutusan pembeliannya untuk beberapa penyebab tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal saat peneliti melakukan pengamatan di akun tik tok mamafuji terdapat komentar-komentar yang dilontarkan oleh masyarakat *netizen* di media sosial yaitu terdapat berbagai macam seperti gaya bahasa pertentangan hal ini dapat dilihat dari ungkapan-ungkapan yang dipilih seseorang dalam menyampaikan tuturan terhadap objek yang dilihatnya Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian tentang gaya bahasa pertentangan dalam penulisan

pada kolom komentar *netizen* akun tik tok toko mamafuji official

Penelitian terdahulu yang relevan pada penelitian ini dilakukan oleh indah puspita sari yang berjudul gaya bahasa pertentangan dalam novel perahu kertas karya Dewi Lestari lebih didominasi oleh gaya bahasa pertentangan dengan jenis metafora dan hiperbola. Penelitian ini sama-sama meneliti tentang gaya bahasa pertentangan dan perbedaannya bahwa penelitian yang lakukan terletak pada data analisis gaya bahasa pertentangan pada kolom komentar *netizen* dalam aplikasi tik tok *shop online* “ toko mamafuji_official”⁸

Penelitian ini menarik dilakukan karena analisis gaya bahasa pertentangan pada komentar netizen dalam aplikasi tik tok shop “ mamafuji official belum jelas dan berfokus pada analisis gaya bahasa pertentangan. Oleh karena itu kajian ini penting untuk dibahas. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan agar dapat tersampaikan bagaimana bentuk gaya bahasa pertentangan pada komentar netizen dalam aplikasi tik tok shop online toko mamafuji official. Adapun alasan peneliti memilih atau meneliti akun tik tok shop mamafuji yaitu salah satu sangat menarik dan media yang sedang di gemari dari berbagai kalangan masyarakat dan berbagai macam jenis yaitu adalah salah satu penyebab komentar-komentar yang

⁸ Indah Puspita sari, 2018. “ *Gaya Bahasa Pertentangan dalam novel perahu kertas karya Dewi Lestari*”. vol 1, no 2, 2018, Jurnal Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP PGRI lubuk Linggau, Hal 300.

dituturkan oleh masyarakat netizen media sosial di akun tik tok shop mamafuji, oleh karena itu perlu diadakan penelitian tentang analisis gaya bahasa pertentangan pada komentar netizen dalam aplikasi tik tok shop mamafuji official.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik mengetahui dan meneliti ini karena tik tok saat ini menjadi salah satu media yang populer dan keberadaan tik tok mudah diakses oleh semua orang penulis terdorong untuk membuat skripsi dengan judul sebagai berikut “analisis gaya bahasa pertentangan pada komentar *netizen* dalam aplikasi tik tok *shop online* “*toko mamafuji_official*”⁹

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana bentuk gaya bahasa pertentangan pada komentar *netizen* dalam aplikasi tik tok *shop online* toko Mamafuji *official* ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan bentuk gaya bahasa pertentangan pada komentar netizen dalam aplikasi tik tok shop online toko mamafuji official

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, beberapa manfaat tersebut adalah sebagai berikut.

⁹ Wulan Santika Ulpa, Khusnul Fikri yah, “ Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim DI Tik tok shop ” vol 5, no 2, Tahun 2022, Jurnal ekonomika dan bisnis islam, hal 106-118.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, manfaat dalam penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori tentang kebahasaan khususnya kajian gaya bahasa pada komentar netizen dalam aplikasi tik tok shop online dan apa saja gaya bahasa pada komentar netizen dalam aplikasi tik tok shop online yang di meneliti.

2. Menfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman bagi peneliti lain mengenai gaya bahasa pertentangan dalam kolom komentar di media sosial tik tok.

