

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori dasar

a. Pengertian Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah komponen penting dalam karya sastra karena memungkinkan penulis untuk memikat pembaca. Gaya bahasa akan dijelaskan di bawah ini.

Menurut Abrams dalam Lalanissa (2017:3), gaya adalah cara seorang penulis mengekspresikan ide-idenya melalui bahasa dalam prosa. Elemen linguistik formal seperti pilihan kata, struktur kalimat, bentuk bahasa kiasan, kohesi, dan lainnya mendefinisikan gaya. Bahasa kiasan dan citraan adalah contoh gaya sastra, seperti yang dikatakan Abrams di atas. Abrams mengklaim bahwa ada dua jenis bahasa kiasan: (1) majas, atau gaya bahasa, dan (2) gaya berpikir. Sementara yang kedua mempertanyakan wahyu melalui analisis struktural, yang pertama menggunakan bahasa kiasan, seperti metafora.

Sebagaimana dinyatakan oleh Keraf dalam Dwivitasari (2019:111), "gaya adalah cara khas untuk mengungkapkan pikiran melalui bahasa yang mengungkapkan jiwa dan kepribadian penulis." Hal ini dilakukan agar karyakaryanya, baik lagu maupun puisi, memiliki nilai artistik dan emosional yang tinggi, sehingga sangat dicari oleh masyarakat. Oleh karena itu, baik penulis maupun penonton atau pembaca mendapatkan kepuasan pribadi. Sejujur, sopan, dan peduli

adalah tiga komponen yang harus ada dalam gaya menulis yang baik.

Menurut Suyanto dalam Mahardhika (2012:51), gaya adalah metode penulis dalam menggunakan bahasa untuk menghasilkan kekuatan ekspresif dan konsekuensi estetis. Gaya, menurut Aminuddin dalam Fathoni (2012:206), adalah metode yang digunakan penulis untuk menyampaikan ide-ide sesuai dengan tujuan dan hasil yang ingin dicapai. Namun, menurut Zainuddin dalam Arifin (2019:45), adalah penggunaan variasi linguistik dalam menggambarkan atau melukiskan sesuatu melalui pilihan dan susunan kata dalam kalimat untuk menghasilkan dampak tertentu.

Para peneliti menyimpulkan bahwa gaya bahasa adalah metode unik penulis dalam menyampaikan ide, mengungkapkan jiwa dan kepribadian penulis, untuk mencapai efek yang diinginkan melalui penggunaan unsur-unsur bahasa seperti diksi, frasa, klausa, dan kalimat, berdasarkan sejumlah pendapat ahli.

b. Penggunaan Gaya Bahasa Kiasan

Salah satu bentuk gaya bahasa yang paling umum dalam pelaporan berita adalah bahasa kiasan, yang merupakan cara untuk mengungkapkan bahasa. Tiga komponen gaya bahasa yang baik adalah kejujuran, kesopanan, dan minat, menurut Keraf dalam Sardani (2018:56). Dia melanjutkan dengan mengatakan bahwa ada dua terminologi yang digunakan dalam gaya ini yaitu, "bahasa kiasan" dan "bahasa retorik." Penyimpangan dari bahasa meliputi bahasa retorik dan

metaforis. Bahasa kiasan menyimpang jauh lebih banyak dari konstruksi biasa dibandingkan bahasa retorik, terutama dalam hal makna yang diciptakan oleh kontras. Karena keduanya berasal dari bahasa dan hanya berbeda dalam makna istilahnya, tidak mungkin untuk membedakan keduanya secara ketat.

Bahasa kiasan adalah komponen gaya bicara, menurut Semi dalam Sardani (2018:55). Memberikan makna yang berbeda pada suatu ekspresi atau menggunakan perbandingan untuk menyampaikan suatu poin dikenal sebagai majas. Majas biasanya dibuat dengan mempertimbangkan kesamaan antara dua hal dalam hal karakteristik, keadaan, bentuk, warna, lokasi, dan waktu. Penjelasan yang disebutkan di atas mendukung pernyataan Keraf dalam Sardani (2018:56) bahwa bahasa kiasan diciptakan melalui kesamaan atau perbandingan. Menemukan sifat-sifat yang menunjukkan kesamaan antara dua objek adalah tujuan dari membandingkannya. Bahasa kiasan digunakan untuk menyoroti pentingnya pesan dan menciptakan rasa keindahan.

Menurut ahli bahasa Krause, yang menulis bukunya pada tahun 2008, "Bahasa kiasan mengacu pada sudut pandang tidak langsung atau "logis", yang menyatakan bahwa titik awal analisis adalah makna literal, dan jika interpretasinya tidak masuk akal, maka proses kalimat kembali ke bahasa kiasan yang sesuai." Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa bahasa kiasan adalah komponen gaya bahasa di mana perbandingan digunakan untuk menyampaikan makna, sehingga menghasilkan makna yang lebih luas untuk menarik perhatian pembaca.

c. Bentuk Gaya Bahasa Kiasan Sindiran

Menurut Gorys Keraf dalam Rahmawati (2024:138) mencantumkan enam belas bentuk gaya bahasa kiasan, beberapa di antaranya tercantum di bawah ini:

1. Ironi

Menurut Keraf dalam Rahmawati (2024:143) Ironi berasal dari kata Italia "eironeia," yang berarti "penipuan" atau "kepura-puraan." Ironi atau satire adalah bentuk retorika yang berupaya menyampaikan makna atau arti yang berbeda dari yang diartikan. Ironi hanya efektif ketika pendengar memahami makna tersiratnya.

2. Sinisme

Menurut Keraf dalam Debby Elisia dan Rani Zahra (2025:4) Sinisme adalah gaya bahasa sindiran yang bentuk kesangsian yang mengandung ejekan terhadap keikhlasan atau ketulusan hati seseorang. Jika sebuah pernyataan ironis diubah menjadi tajam dan eksplisit, maka gaya tersebut dapat dianggap sebagai sinisme.

3. Sarkasme

Menurut Keraf dalam Debby Elisia dan Rani Zahra (2025:5) Gaya bahasa sarkasme berasal dari kata Yunani *Sarkasmos*, yang berarti sindiran kasar yang sering kali menunjukkan kepahitan atau kegetiran yang menyakitkan. Gaya bahasa ini biasanya digunakan untuk menyampaikan kritik atau ketidakpuasan dengan cara yang sangat tajam dan langsung.

4. Satire

Menurut Keraf dalam Rahmawati (2024:143) Satire adalah ungkapan yang digunakan untuk mengejek atau mengkritik sesuatu. Satire tidak harus selalu bersifat ironis. Satire mengkritik kelemahan manusia dan bertujuan untuk mendorong perbaikan etika atau estetika.

Dari berbagai bentuk gaya bahasa kiasan sindiran tersebut peneliti mengambil semua bentuk gaya bahasa kiasan sindiran untuk di teliti karena di dalam podcast tersebut banyak mengandung gaya bahasa kiasan sindiran dalam penuturan nya.

d. Pengertian Media Sosial

Menurut Boyd dalam Sari dkk. (2018:5), media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan orang dan komunitas untuk berkumpul, bertukar informasi, berinteraksi, dan, dalam beberapa situasi, berkolaborasi atau bersenang-senang. Dalam hal konten yang dihasilkan pengguna (UGC), yang dibuat oleh pengguna dan bukan oleh editor seperti di organisasi media massa, media sosial sangat berpengaruh. Menurut Van Dijk dalam Sari dkk. (2018:5), media sosial adalah platform media yang menekankan kehadiran pengguna, memungkinkan tindakan dan kolaborasi mereka. Akibatnya, media sosial dapat dilihat sebagai jembatan sosial dan media online (fasilitator) yang meningkatkan koneksi antar pengguna.

Menurut Danis Puntodi dari Ledesti (2021:31), media sosial adalah fitur situs web yang memfasilitasi interaksi dan

jaringan komunitas. Media sosial memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam berbagai aktivitas jaringan, kolaborasi, dan pertukaran melalui teks, gambar, dan konten audiovisual, seperti blog, Twitter, dan Facebook. Media online sering dianggap sebagai media sosial. Menurut Wikipedia, media sosial adalah platform internet yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain.

Oleh karena itu, media sosial, dalam konteks ini, merujuk pada saluran atau metode kontak sosial yang dilakukan secara daring melalui internet. Seperti diketahui, sebelum perkembangan dan penggunaan media sosial secara luas, sebagian besar orang menyapa dan berkomunikasi secara tatap muka. Namun, sejak munculnya media sosial, orang-orang menjadi lebih cenderung mengirim pesan atau berkomunikasi melalui layanan obrolan.

Blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia daring, forum virtual, dan dunia virtual (dengan avatar/karakter 3D) adalah contoh media sosial, menurut Antony Mayfield dalam Purbohastuti (2017:214), yang menawarkan definisi media sosial versinya sendiri. Purbohastuti (2017:214) mengutip Philip dan Kevin Keller yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan pelanggan untuk berkomunikasi dengan bisnis dan satu sama lain menggunakan teks, gambar, video, dan audio. Sementara itu, Henderi dkk. dalam Purbohastuti (2017:215) mendefinisikan media sosial sebagai situs jejaring sosial, seperti layanan berbasis web, yang memungkinkan siapa pun untuk membuat profil publik atau semi-publik dalam sistem

yang terbatas, mendaftarkan pengguna lain yang terhubung dengannya, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi yang dibuat oleh orang lain dalam sistem tersebut.

Sebagian besar situs media sosial mengharuskan pengguna berusia minimal 13 tahun untuk membuat akun. Namun, tidak ada mekanisme yang kuat untuk mencegah anak-anak di bawah 13 tahun berbohong tentang usia mereka. Bahkan, iklan media sosial sering menggunakan konten yang ramah anak. Mayoritas iklan yang tidak pantas adalah iklan yang memasarkan game yang mengandung kekerasan dan pornografi.

Anak-anak dan remaja melaporkan bahwa mereka sering belajar tentang kekerasan (melalui iklan game, berita, dan film yang muncul di linimasa mereka), pornografi (melalui iklan game, berita, dan film), dan ujaran kebencian (melalui unggahan dari teman, keluarga, atau teman dari teman yang muncul di linimasa mereka). Tingkat risiko lainnya adalah sifat publik dari media sosial. Sifat publik ini berpotensi membahayakan privasi anak-anak dan remaja. Lebih lanjut, sebagian besar anak-anak, remaja, dan orang tua tidak sepenuhnya memahami informasi yang diberikan oleh platform media sosial mengenai pengaturan privasi.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa media sosial adalah bentuk media berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, baik dalam bentuk teks, foto, atau interaksi virtual, berdasarkan definisi media sosial yang diberikan oleh para ahli

ini. Selain menawarkan layanan untuk berjejaring, pembuatan profil, dan menjelajahi jejaring sosial dalam sistem tertentu, media ini juga berfungsi sebagai platform untuk kolaborasi dan berbagi ide. Dengan kata lain, media sosial adalah media yang menarik dan dinamis untuk interaksi antar individu dan kelompok.

e. Fungsi Media Sosial

Saat ini, media sosial memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Beberapa fungsi media sosial meliputi:

1. Media sosial adalah alat yang dirancang untuk meningkatkan interaksi manusia melalui internet dan teknologi web.
2. Media sosial telah mengubah model komunikasi satu arah (satu-ke-banyak) di mana satu media menyampaikan informasi kepada khalayak luas, dari media visual dan auditori menjadi model komunikasi (banyak-ke-banyak) di mana banyak audiens berinteraksi.
3. Media sosial mengubah pengetahuan dan informasi, mengubah orang dari konsumen berita menjadi pencipta konten.
4. Media sosial juga bisa menjadi sumber pendapatan. Dapat mengunggah berbagai jenis postingan media sosial, menerima tawaran sponsor dari perusahaan lain, menjual produk Anda sendiri, dan membuat konten kreatif.

Pandangan lain di kemukakan oleh Puntoadi dalam Purbohastuti (2017:215) yang menyatakan bahwa fungsi media sosial sebagai berikut:

1. Keuntungan membangun merek pribadi melalui media sosial adalah mengandalkan kehadiran klien potensial, bukan nama palsu. Berbagai platform media sosial menyediakan platform komunikasi, diskusi, dan promosi.
2. Media sosial memungkinkan pemasar memahami perilaku pelanggan, berinteraksi secara langsung, dan meningkatkan komunikasi melibatkan pelanggan dan memberikan konten komunikasi dipersonalisasi.

f. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah dalam Herdiyani dkk (2022:108) terdapat beberapa jenis media sosial diantaranya yaitu:

1. Media sosial adalah tempat orang terhubung dunia, seperti Instagram dan Facebook.
2. Weblog (atau blog) adalah jenis media sosial menyediakan ruang bagi pengguna berbagi aktivitas dan pemikiran sehari-hari orang lain.
3. Mikroblog adalah jejaring sosial tempat pengguna dapat mengirim pesan dan komentar. Twitter adalah salah satu contoh platform mikroblog.
4. Platform media sosial seperti jaringan berbagi memungkinkan pengguna untuk bertukar dan menyimpan berbagai media digital, termasuk dokumen,

audio/rekaman, video, dan gambar. Contohnya termasuk Flickr dan YouTube.

5. Salah satu alat media sosial untuk menyimpan, menganalisis, dan meneliti berita dan informasi online adalah bookmark sosial. Flipboard adalah situs web bookmark sosial yang populer.
6. Wiki adalah situs media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengedit konten yang telah dipublikasikan kapan saja. Konten tersebut merupakan kompilasi informasi pengguna.

Di antara berbagai platform media sosial, peneliti memberikan perhatian khusus pada komunikasi media sosial. YouTube adalah salah satu platform media sosial yang paling populer dan banyak digunakan, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia. YouTube digunakan oleh orang-orang dari segala usia, tingkat pendidikan, dan wilayah geografis, dan hubungannya yang erat dengan kehidupan sehari-hari menjadikannya topik penelitian yang berharga.

g. YouTube

YouTube adalah platform media sosial tempat siapa pun dapat menonton video secara gratis. YouTube tersedia di ponsel, tablet, laptop, dan komputer desktop. YouTube menawarkan beragam konten, termasuk dokumenter, program edukasi dan informatif, serta hiburan. Sejak diluncurkan pada tahun 2005, YouTube telah menjadi salah satu situs web terpopuler di dunia, menyediakan akses mudah ke jutaan video tentang berbagai topik, termasuk musik, hiburan, pendidikan,

dan tutorial. YouTube memungkinkan pengguna mudah membuat kanal pribadi dan membagikan kreasi kepada pemirsa internasional. Konten YouTube beragam dan fitur interaktifnya, seperti komentar, suka, dan langganan, memungkinkan pemirsa berinteraksi kreator, berkontribusi pada kesuksesannya. YouTube terus berkembang, menawarkan beragam konten gratis di platformnya.

YouTube ditujukan bagi mereka yang menginginkan informasi visual dan auditori, menurut Muhaemin dalam Wahyudha (2024:33). Selain itu, pengguna dapat mengunggah video mereka ke situs web dan mendistribusikannya secara global. Media online berbasis internet atau teknologi disebut media baru. Cecariyani dan Sukendro dalam Wahyudha (2024:33) menyatakan bahwa banyak "youtuber", atau pembuat video YouTube, sangat ingin menghasilkan konten asli yang mereka pikir akan menarik minat publik.

YouTube adalah platform media sosial daring tempat siapa pun dapat menonton video secara gratis. YouTube tersedia di berbagai perangkat, termasuk ponsel, tablet, laptop, dan komputer desktop. YouTube menawarkan beragam konten, termasuk berita, informasi, pendidikan, dan hiburan. Sejak diluncurkan pada tahun 2005, YouTube telah menjadi salah satu situs web terpopuler di dunia, menyediakan akses mudah ke jutaan video tentang berbagai topik, termasuk musik, hiburan, pendidikan, dan tutorial. Pengguna dapat mudah membuat kanal pribadi dan membagikan konten kreatif audiens global. Konten YouTube beragam dan fitur interaktifnya, seperti komentar,

suka, dan langganan, memungkinkan pemirsa dan kreator berinteraksi langsung, berkontribusi pada kesuksesannya. YouTube menawarkan pustaka konten beragam dan terus berkembang, semuanya gratis. Menurut John Smith, YouTube adalah platform berbagi video tempat Anda dapat mengunggah video secara gratis.

h. Pengertian Podcast

podcast adalah berkas audio digital dapat diunduh ke ponsel atau komputer melalui internet. Podcast biasanya berbasis langganan dan tersedia dalam bentuk streaming atau webcast. Fleksibilitas podcast memungkinkan pendengar menikmati konten favorit saat bepergian, berolahraga, atau melakukan aktivitas lain fitur utama podcasting. Podcast juga memungkinkan individu dan kelompok berbagi cerita, ide, dan pemikiran audiens global, lintas batas dan waktu. Dalam beberapa tahun terakhir, podcast telah berkembang pesat, menjadi salah satu format media terpopuler, secara signifikan memengaruhi distribusi beragam konten dan sumber daya media.

Hasil penelitian Wahyudha (2024:30) menyatakan Podcast adalah file audio digital yang dapat diunduh ke perangkat seluler atau didengarkan secara online terus menerus. Podcast adalah serangkaian program yang membahas topik tertentu, seperti politik, bisnis, atau olahraga. Pengguna dapat mengunduh dan mendengarkan podcast secara gratis atau membayar. Podcast dapat didengarkan kapan saja dan di mana saja, seperti saat bepergian, di tempat kerja, atau saat berjalan

kaki. Podcast dapat didistribusikan melalui aplikasi, situs web, dan media sosial. Podcast adalah file audio digital yang dapat diunduh. Kata "podcast" berasal dari kata "iPod" dan "broadcast". Ben Hammersley, seorang jurnalis dan reporter BBC, pertama kali menggunakan istilah "broadcast" dalam sebuah artikel untuk The Guardian pada awal Februari 2004.

Podcast berbeda dari format audio lain seperti presentasi, berkas elektronik dapat diunduh, siaran langsung, dan layanan streaming. Podcast mencakup beragam topik, menawarkan beragam pilihan mendengarkan kepada pendengar. Topik-topik tersebut meliputi bisnis, desain, film, teknologi, olahraga, dan hiburan. Podcast didefinisikan oleh Merriam Webster dalam Wahyudha (2024:31) adalah podcast sebagai program mengumpulkan audio dalam format RSS (Rapidly Simplified Distribution) dan mendistribusikannya melalui internet, atau sebagai serangkaian berkas media digital didistribusikan melalui internet ke suatu perangkat atau komputer.

Fadilah Efi dalam Wahyudha (2024:31) mendefinisikan bahwa podcast memiliki potensi karena manfaatnya, yang meliputi aksesibilitas otomatis, kemudahan penggunaan, kontrol, portabilitas, dan ketersediaan. Kemasan yang sederhana dan menarik yang jelas memberikan "nilai" bagi pendengar adalah salah satu elemen yang menjamin keberhasilan podcast.

i. Jenis-jenis podcast

Podcast tidak hanya dibuat dalam format audio, tetapi juga dalam berbagai format yang terus berkembang sebagai

media yang terus berubah untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Menurut penelitian Novia Indriyanti (2021:17–18), ada tiga jenis podcasting yang yaitu:

1. Interview podcast

Jenis pertama adalah podcast di mana pembawa acara secara berkala mewawancarai tamu atau narasumber lain. Contoh podcast percakapan adalah kanal YouTube "Creative Podcast Warung Kopi" (PWK), dikelola oleh Praz Teguh Social Media di YouTube.

2. Solo podcast

Jenis kedua adalah monolog atau podcast yang dibawakan oleh pembawa acara. Tujuan podcast solo adalah untuk menyampaikan informasi, menyuarakan pendapat, atau mengadakan sesi tanya jawab dengan audiens.

3. Multi host podcast

Podcast yang menampilkan beberapa pembawa acara adalah kategori ketiga. Tujuan podcast multi-tuan rumah adalah untuk menyediakan percakapan dan berbagai sudut pandang guna menciptakan percakapan yang lebih menarik. Akibatnya, perselisihan tersebut akan membangkitkan minat pendengar dan mungkin memiliki nilai hiburan tersendiri. Semakin mendalam percakapan, semakin banyak orang yang mungkin mendengarkan podcast tersebut.

Dari berbagai jenis podcast tersebut peneliti tertarik untuk meneliti jenis interview podcast karena jenis podcast

tersebut melakukan sesi wawancara atau tanya jawab kepada bintang tamu yang diundang, sehingga bahasa kiasan yang digunakan lebih banyak lagi.

**j. Podcast Dan Karakteristik Podcast Warung Kopi (PWK)
Oleh Praz Teguh**

Podcast Warung Kopi (PWK) adalah ruang diskusi santai yang berasal dari obrolan sehari-hari di warung kopi, di mana orang biasanya berbagi cerita, bercanda, dan bertukar pikiran. Nama PWK berasal dari suasananya yang akrab, sederhana, namun penuh makna, yang menyerupai diskusi yang biasa terdengar di meja warung kopi. Podcast ini menampilkan ide-ide sederhana yang relevan dengan kehidupan masyarakat tetapi tetap mengandung pesan yang menarik. Sangat banyak topik yang dibahas, mulai dari masalah sosial, budaya, pendidikan, pengalaman hidup, hingga fenomena yang sedang populer di kalangan remaja.

Podcast Warung Kopi (PWK) unik karena gaya komunikasinya. Para pembawa acara menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami dan tidak terlalu formal. Pesan ini kadang-kadang lucu, kadang-kadang serius, dan seringkali dibalut dengan gaya bahasa kiasan yang membuatnya lebih hidup dan mudah diingat. Podcast ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sumber pendidikan alternatif. Banyak pendengar menganggap diskusi yang santai lebih mudah dipahami daripada penjelasan yang terlalu akademis. Banyak orang menyukai Podcast Warung Kopi (PWK) karena hal ini, terutama remaja yang aktif di media

sosial. Podcast warung kopi (PWK) telah menghasilkan 192 judul tayangan di media sosial YouTube, hingga memiliki jumlah subscriber 3,79 juta, Podcast Warung Kopi (PWK) memiliki rata-rata jutaan penonton per episodenya menjadikan salah satu podcast terkenal di Indonesia, dari jumlah episode yang sudah tayang penulis akan meneliti beberapa episode pada podcast tersebut.

Penggunaan podcast, khususnya di Indonesia, semakin berkembang dan menjadi lebih populer, terutama sebagai sarana penyebaran informasi. Podcast umumnya dikenal sebagai rekaman audio yang dapat didengarkan kapan saja, tetapi sekarang juga ada podcast dalam format visual. Adapun

Karakteristik Podcast Warung Kopi (PWK) Oleh Praz Teguh yaitu:

1. Suasana Santai dan Relatable

Konsep Warung Kopi mencerminkan suasana yang akrab dan santai, seperti obrolan ringan di kedai kopi. Podcast ini memberikan pengalaman mendengarkan yang hangat dan tidak formal, membuat audiens merasa seperti sedang berbincang langsung dengan teman.

2. Beragam Topik dengan Nuansa Lokal

Podcast ini sering membahas isu-isu yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, termasuk budaya, sosial, dan pengalaman pribadi. Gaya pembahasan biasanya dikaitkan dengan perspektif lokal atau kehidupan komunitas, membuatnya relevan bagi pendengar di

Indonesia, khususnya mereka yang akrab dengan konsep warung kopi.

3. Gaya Bahasa yang Natural dan Humor

Gaya bahasa yang digunakan oleh Praz Tegus cenderung kasual, santai, dan sering kali diselengi humor. Ini memberikan kesan bahwa podcast ini dibuat untuk dinikmati tanpa tekanan, dengan pendekatan yang ringan namun tetap bermakna.

4. Interaksi dengan Tamu

PWK sering menghadirkan tamu dari berbagai latar belakang, yang memungkinkan diskusi menjadi lebih dinamis dan memperluas perspektif. Obrolan dengan tamu sering disajikan dalam format yang menarik dan penuh cerita.

5. Mengutamakan Cerita dan Pengalaman Pribadi

Podcast ini sering kali menampilkan cerita pribadi, baik dari Praz Tegus maupun tamu, sehingga audiens dapat terhubung secara emosional. Pendekatan berbasis cerita ini membuat konten lebih autentik dan menyentuh.

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

1. Deka Betari dan rekan (2023). Mempelajari "Analisis Bahasa Kiasan dalam Lirik Lagu Adele pada Album 30." Berikut adalah ringkasan temuan penelitian: Bahasa kiasan komparatif digunakan dalam album Adele 30 untuk memperkaya makna lagu-lagunya. Kalimat atau kata dengan makna tersembunyi yang berbeda dari makna harfiahnya dikenal sebagai gaya bahasa perbandingan. Penulis mengidentifikasi personifikasi, metafora, simile, hiperbola,

simbolisme, dan alegori sebagai contoh gaya bahasa. Album "30" karya Adele memiliki dua puluh dua gaya bahasa. Bahasa simbolis adalah gaya bahasa perbandingan yang paling umum dalam lagulagu di album 30 Adele, sementara metafora dan hiperbola adalah yang paling tidak umum. Album Adele yang berjudul 30 memiliki dua personifikasi, satu metafora, empat simile, delapan elemen simbolis, dan enam alegori. Meskipun tujuan dan target penelitian mereka berbeda, penelitian ini dan penelitian penulis dapat dibandingkan karena keduanya meneliti bahasa kiasan. Sementara penelitian penulis berfokus pada bahasa kiasan dalam podcast Warung Kopi (PWK) di media sosial YouTube, penelitian Deka Betari dkk. mengkaji bahasa kiasan dalam lirik lagu Adele dari album 30.

2. Musriani Mustafa (2018). Meneliti tentang "Bahasa Kiasan dalam Cerpen Karya Penulis Pria Dibandingkan Penulis Wanita (Studi Stilistika)". Berikut adalah ringkasan temuan penelitian: Cerpen karya penulis pria adalah "Sepotong Daging Beku, Frangipani, dan Saraswati" menurut temuan penelitian dalam kumpulan Drupadi karya Putu Fajar Arcana. Delapan bentuk bahasa kiasan yang berbeda ditemukan secara total: empat simile, satu metafora, tiga personifikasi, satu alusi, tiga epitet, dua antonomasia, satu sinisme, tiga sarkasme, Lima simile, empat metafora, lima personifikasi, dua alusi, dua epitet, satu sinekdok, dan empat sarkasme adalah di antara tujuh jenis bahasa kiasan yang ditemukan dalam cerpen-cerpen karya penulis wanita Emha Ainun Najib dalam kumpulan cerpen berjudul "Lelaki ke-1000 di Ranjangku, Padang Kurusetra, dan Nama Muliaku". Pola bahasa kiasan seperti simile, metafora,

personifikasi, dan sarkasme sering digunakan dalam cerita pendek penulis pria dan wanita dalam penelitian ini; namun, cerita pendek penulis wanita mengandung informasi terbanyak. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa penulis pria menggunakan lebih banyak bahasa kiasan daripada penulis wanita. Meskipun penelitian penulis dan studi ini sama-sama menganalisis bahasa kiasan, tujuan dan sasaran penelitian mereka berbeda. Sementara penelitian penulis berfokus pada bahasa kiasan dalam Podcast Warung Kopi (PWK) di media sosial YouTube, penelitian Musriani Mustafa mengkaji bahasa kiasan dalam Cerpen Karya Penulis Pria Dibandingkan dengan Penulis Wanita.

3. Rizaldi Sardani, Silvia Indriani (2020). Meneliti tentang “Analisis Gaya Bahasa Kiasan Dalam Berita Industri Pada Media Digital Republika Dan Media Indonesia”. Berdasarkan analisis dan interpretasi data pada bab sebelumnya, berbagai jenis metafora ditemukan dalam berita industri dipublikasikan di media digital Indonesia, termasuk metafora, hiperbola, personifikasi, metonimi, dan simile. Metafora memainkan peran penting dalam konstruksi teks berita, menarik perhatian pembaca, dan meningkatkan pemahaman terhadap konten, sehingga digunakan dalam penulisan berita, termasuk dalam studi ini. Kedua, jenis metafora paling umum digunakan dalam studi ini adalah metafora. Metafora adalah cara mendeskripsikan atau menjelaskan sesuatu membandingkannya sesuatu lain. Oleh karena itu, diharapkan pembaca media digital Indonesia, khususnya media sosial Indonesia, dapat lebih memahami maksud penulis, karena jenis perbandingan ini umum digunakan baik secara harfiah maupun

kiasan. Oleh karena itu, berdasarkan temuan di atas, berharap para jurnalis di sektor media sosial akan menggunakan berbagai jenis bahasa saat menulis berita agar lebih mudah dipahami dan menarik bagi pembaca. Meskipun penelitian ini serupa penelitian penulis tentang gaya bahasa kiasan, fokusnya berbeda. Penelitian Rizaldi Sardani dan Silvia Indriani berfokus pada bahasa figuratif dalam program "Industry News" di situs web Republica Media Digitalia dan Media Indonesia, sementara penelitian penulis berfokus pada gaya bahasa kiasan dalam podcast warung kopi (PWK) di YouTube.

4. Linda Dani Amaliah, (2020). Meneliti tentang "Gaya Bahasa Kiasan Novel Perempuan Patah Hati Yang Kembali Menemukan Cinta Melalui Mimpi Karya Eka Kurniawan". Penelitian ini menunjukkan bahwa novel tersebut secara efektif menggunakan bahasa kiasan, sebagaimana ditunjukkan oleh keragaman majas yang digunakan. Sepuluh jenis bahasa kiasan diidentifikasi, dengan 140 kata dan kalimat sebagai data. Jenis majas yang ditemukan meliputi simile, personifikasi/prosopopeia, alusi, eponim, epitet, metonimi, hifa, ironi, sarkasme, dan satire. Dari majas-majas tersebut, personifikasi adalah yang paling dominan dalam novel tersebut. Penelitian ini mirip dengan penelitian penulis sendiri, karena keduanya membahas bahasa kiasan. Namun, terdapat perbedaan dalam fokus dan objek penelitian. Sementara Linda Dani Amaliah memfokuskan analisisnya pada bahasa kiasan dalam novel "Perempuan Patah Hati yang Kembali menemukan cinta melalui mimpi," penelitian penulis berfokus

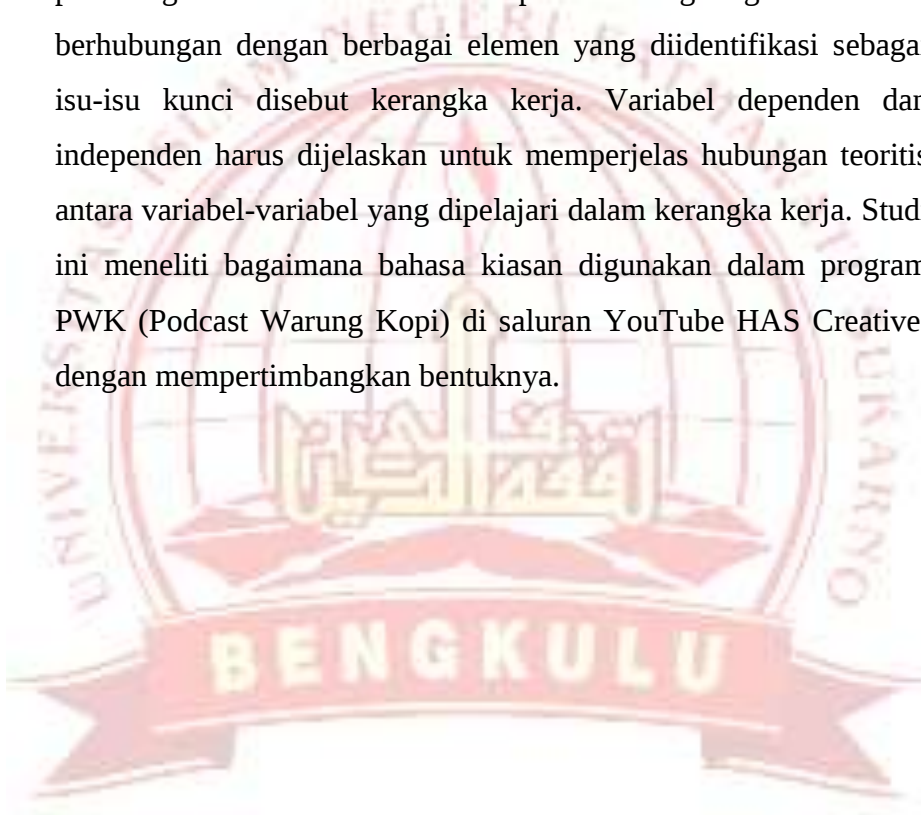
pada bahasa kiasan yang muncul dalam podcast warung kopi (PWK) di YouTube.

5. Eriska Yani Safitri (2025). Dengan judul penelitian "Penggunaan Gaya Bahasa Kiasan pada Puisi Ju-Yi Muliyan Karya Al-Rudaki: Kajian Stilistika". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kekuatan puisi Ju-Yi Muliyan tidak hanya terletak pada isi, tetapi juga pada cara penyair menyampaikan maknanya. Melalui penggunaan gaya bahasa kiasan yang lembut, imajinatif, dan penuh nuansa, Al-Rudaki mampu membangkitkan berbagai emosi mendalam seperti rasa rindu, kebanggaan, kecintaan pada tanah air, serta penghormatan kepada pemimpin. Bahasa yang digunakan dalam puisi tersebut tidak bersifat langsung, melainkan diperkaya dengan metafora, personifikasi, simile, hingga simbolisme yang membentuk gambaran menyeluruh tentang keindahan dan semangat suatu bangsa. Kajian stilistika ini memberikan pemahaman lebih dalam terhadap puisi klasik, sekaligus menegaskan bahwa gaya bahasa bukan hanya ornamen, tetapi merupakan unsur penting yang menghidupkan ekspresi sastra. Oleh karena itu, Ju-Yi Muliyan tidak sekadar puisi kuno, melainkan karya estetis yang menunjukkan bahwa bahasa kiasan mampu bertahan dan tetap kuat dalam menyampaikan pesan dari masa ke masa. Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian penulis karena sama-sama mengkaji gaya bahasa kiasan, namun berbeda pada fokus dan objek kajiannya. Jika penelitian Eriska Yani Safitri menitikberatkan pada gaya bahasa kiasan dalam puisi Ju-Yi Muliyan karya Al-Rudaki, penelitian penulis berfokus pada

gaya bahasa kiasan yang terdapat dalam Podcast Warung Kopi (PWK) di platform YouTube.

C. Kerangka Berpikir

Prinsip-prinsip yang dapat diterapkan untuk menentukan data penelitian guna mengatasi tantangan-tantangan ini akan diuraikan pada bagian ini. Gambaran konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai elemen yang diidentifikasi sebagai isu-isu kunci disebut kerangka kerja. Variabel dependen dan independen harus dijelaskan untuk memperjelas hubungan teoritis antara variabel-variabel yang dipelajari dalam kerangka kerja. Studi ini meneliti bagaimana bahasa kiasan digunakan dalam program PWK (Podcast Warung Kopi) di saluran YouTube HAS Creative, dengan mempertimbangkan bentuknya.



Gambar 1.1
Kerangka Berpikir

