

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pengguna teknologi menjadikan komunikasi semakin meningkat, khususnya pada media sosial. Di era yang serba digital saat ini, seseorang bisa memanfaatkan pengguna media massa sebagai wadah untuk melakukan proses terjadinya komunikasi sesuai keinginannya. Media baru yang sedang berkembang pesat di Indonesia yaitu Tiktok. Tiktok merupakan aplikasi yang banyak digemari karena banyak fitur menarik didalamnya. Tahun 2016, Tiktok didirikan oleh Zhang Yiming yang berasal dari perusahaan Cina bernama *ByteDance* (Malimbe, Waani, Suwu2021). Jika ingin membuat konten di Tiktok bisa berdurasi video 15 detik, 60 detik, 3 menit hingga 10 menit. Terdapat berbagai jenis konten di Tiktok seperti *lypsinc*, *dance*, dan *prank*. Pengguna dapat menstich, *react*, atau duet dengan sesama pengguna lain jika mengaktifkan fitur tersebut. Memiliki berbagai macam efek unik, efek cantik sampai efek *ugly* sehingga para pengguna puas dengan hasil yang dibuatnya.

Tiktok menjadi trend masa kini di media sosial sehingga dapat mengalahkan aplikasi Instagram dan Facebook. Tidak hanya masyarakat biasa, jajaran artis banyak yang menggunakan Tiktok untuk hiburan semata. Di Tiktok terdapat video tips dan trik positif yang dapat dipelajari anak-anak yang ingin belajar secara instan. Selain membuat konten video, Tiktok bisa juga melakukan *live streaming* atau siaran langsung. Selain bermanfaat menjadi media hiburan atau informasi, Tiktok juga bisa digunakan sebagai media untuk berjualan yang sangat efektif. Bentuk jualan di Tiktok dapat dilakukan dengan *live streaming* dan mengenalkan produk tersebut kepada penonton sehingga penonton tertarik dengan produk tersebut dan membelinya. Seperti yang pernah viral pada masanya yaitu Emil Mario, Halao Fadhlan, Cahyaniryyn, Anselma, Alwi Fachry, Chandrika Chika, mereka bisa dibilang Tiktokers karena sering membuat konten video Tiktok yang menarik dan lucu.

Seperti yang ditulis oleh (Chrismonica, 2020) dalam artikelnya, salah satu Tiktokers dengan keunikannya saat berjualan di live Tiktok yaitu Jill Shine, atau biasa disapa Ka Jill Gordyn. Ka Jill Gordyn viral karena unik dan menarik perhatian netizen.

Penampilan dan cara pembawa siaran langsungnya kerap di parodikan artis Tiktok lainnya. Pada September 2020, odading mang oleh viral karena keunikan dan tutur kasar yang dipromosikan oleh seorang laki-laki bernama Ade Londok. Awal mula viralnya Odading Mang Oleh terdapat sebuah rekaman video yang diunggah ke sosial media oleh Ade Londok yang sedang mempromosikan makanan khas Bandung yaitu Odading. Didalam video tersebut Ade Londok mencicipi odading mang oleh bahwa rasanya seperti iron man. Kalimat viral didalam video tersebut adalah “Odading Mang Oleh, hmmm rasanya seperti anda menjadi Iron Man. Belilah odading Mang Oleh di dieu. Karena lamun teu ngadahar Odading Mang Oleh maneh teu gaul jeung aing. Lain balad aing goblog. Ikan hiu makan tomat goblog lamun teu ka dieu.Odading Mang Oleh rasanya anjing banget”. Setelah video tersebut di unggah dan viral banyak orang-orang yang datang ke Bandung untuk mengunjungi dan ramai karena ingin membeli Odading yang dibuat oleh Mang Sholeh (Sutiadi, 2020).

Selain Ka Jill Gordyn dan Odading Mang Oleh viral karena keunikannya masing-masing, peneliti mengambil subjek yaitu Meyden yang mempunyai nama asli Melinda Rohita dengan akun Tiktoknya yaitu @imeyhou. Peneliti meneliti Meyden yang sedang viral dan menjadi sorotan warga net karena tingkah keunikannya dengan penggunaan tutur kasar dalam beraktivitas *live streaming* pada akun pribadinya di Tiktok. *Live streaming* yang selalu ramai ditonton oleh ratusan ribu orang hingga viral dan videonya sering masuk fyp. Sempat terekam melalui *live streaming* pada akun Tiktok pribadinya @imeyhou dengan melontarkan kalimat-kalimat kotor dan kasar. Saat Meyden viral di Tiktok karena tutur kasar yang digunakan banyak yang ngefollow akun Tiktok Meyden. Dari pertama followersnya 200, naik menjadi 3 juta followers. Hari pertama *live streaming* jualan penontonnya 3 ribu, hari ke 3 mencapai 150 ribu, hari ke 4 mencapai 230 ribuan yang menonton. Seminggu bisa 2x live Tiktok berdurasi 1 jam.

Aplikasi Tiktok memiliki pedoman komunitas saat *live streaming* untuk memastikan semua pengguna mengikuti aturan yang sama. Tujuannya agar para pengguna nyaman dan aman saat menggunakan aplikasi tersebut. Jika para pengguna berulang kali melanggar pedoman komunitas, maka akun Tik Tok di banned dari aplikasi. Beberapa hal yang dapat membuat *live streaming* Tiktok terkena banned berdasarkan pedoman komunitas yaitu konten kebencian yang menyerang atau menargetkan

kelompok/komunitas tertentu, konten pornografi atau eksplisit secara seksual, kekerasan langsung ke manusia atau hewan, mengandung horor, mengandung pembunuhan, mengandung perilaku asusila atau tindakan terhadap anak di bawah umur, mengandung penculikan atau pemerasan, perdagangan manusia atau organ manusia, penggunaan/penyelundupan narkoba, konten penipuan, pencucian uang, kejahatan dunia maya, ketelanjangan.

Saat *live streaming*, akun Tiktok Meyden terkena *banned* selama 14 hari karena konten ketelanjangan, hal ini disebabkan karena ia berjualan dengan mengenakan pakaian dalam wanita yaitu bh. Meskipun tidak sampai membuka pakaian, pihak Tik Tok tak segan untuk menon-aktifkan akun Meyden di tengah *live streaming*. Lalu, Meyden melakukan permohonan banding karena ia tidak membuka pakaian saat *live streaming*. Setelah akunnya pulih kembali, Meyden membuat aksi pernyataan kepada para penonton dan melakukan aktivitas *live streaming* kembali.

Kekerasan komunikasi menjadi konsep dalam penelitian peneliti. Kekerasan komunikasi merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa manipulatif yang dapat menyebabkan rasa takut, tersindir, malu (Rosenberg, 2005). Tutar kasar yang dilakukan Meyden seperti berbicara kasar dan kotor secara spontan saat *live streaming* jualan di Tiktok seperti “memek, gila, anjing, ngentot, kontol, bangsat”.

Tutar kasar dalam bahasa Indonesia, kata-kata kasar atau kotor biasanya berasal dari suatu kondisi, hewan, makhluk astral, benda, bagian tubuh, anggota keluarga, aktivitas, dan profesi (Triadi, 2017). Tutar kasar yang dilakukan Meyden jika dilakukan dengan orang yang lebih tua atau yang tidak dikenal akan menjadi berkonotasi negatif karena mengandung unsur menghina, dan merendahkan pihak lain. Tetapi, tutur kasar Meyden saat *live streaming* telah diterima oleh para fansnya dan para penontonnya sehingga bernilai positif sebagai gimmick dalam berkomunikasi untuk dijadikan hiburan.

Tutar kasar ini sudah dijadikan bahasa sehari-hari saat bermain game *live streaming* di Nimo Tv bersama teman-temannya. Pada tahun 2020, Meyden *live streaming* di Nimo Tv menjadikannya mata pencaharian dan berhasil mendapatkan audiens yang sangat banyak. Dengan melontarkan kata kasar dan kotor tersebut membuat Meyden menjadi terkenal dan tidak ada yang menghujatnya. Berjualan di Tiktok sambil

*live streaming* menggunakan kalimat kasar dan kotor, Meyden berpikir tidak ada ibu-ibu yang menontonnya. Setelah aplikasi Nimo Tv tutup, Meyden ditawarkan oleh CEO Bigetron Esports, Edwin Chia alias Ko Ed agar ia berjualan di Tiktok karena ia yakin Meyden akan sukses di Tiktok. Para fans-fans Meyden dan para penonton yang suka menonton live di Tiktok merupakan fans-fans yang sudah kenal Meyden dan mengikutinya sejak bermain game di *live streaming* Nimo Tv, Berjualan di Tiktok menggunakan kalimat kotor dan kasar membuat Meyden menjadi merasa enjoy, jika Meyden tidak menggunakan kalimat kotor dan kasar ia merasa tertekan.

Tutur kasar yang dilontarkan Meyden merupakan gimmick dalam berkomunikasi agar penonton tidak jenuh saat menonton *live streaming*nya. Gimmick yang dilakukan Meyden seperti bernyanyi, berjoget, maupun melayangkan jokes-jokesnya dengan tujuan untuk menghibur dan penonton menjadi betah saat melihat aksi kelucuan si Meyden di *live streaming* Tiktok. Dengan menggunakan gimmick mampu meningkatkan kepopuleran Meyden saat *live streaming* seperti banyak yang menonton live nya, video *live streaming*nya banyak di reupload oleh para penonton karena tingkahnya yang lucu.

Gimmick merupakan serangkaian adegan untuk memberikan kejutan, menciptakan suatu suasana, atau meyakinkan orang lain. Gimmick dapat menciptakan suatu suasana yang menarik perhatian, simpatik, empatik, atau menyentuh perasaan yang dapat menghasilkan sikap seperti keakraban, semangat, solidaritas, atau loyalitas di antara individu maupun tim. Dalam penelitian peneliti, Meyden melakukan gimmick kepada para penonton saat *live streaming* seperti acting, testimonial produk, bernyanyi, jokes yang bertujuan untuk menghibur para penonton. Para penonton Meyden akrab dengannya dan memanggil Meyden dengan sebutan 'Mek'. Saat Meyden terjun ke Tiktok ia telah menganggap penontonnya adalah temannya. Ia memanggil para penontonnya dengan sebutan "bunda-bunda". Hal ini dapat ditunjukkan dengan aktivitas *live streaming*nya selalu ramai ditonton puluhan hingga ratusan ribu penonton dan memiliki fans dengan sebutan 'memekers'.

Inilah yang menjadi strategi gimmick yang dilakukan Meyden dalam meningkatkan engagement dan memanfaatkan ekonomi. Gimmick tersebut menjadikan Meyden semakin terkenal dan mendapatkan uang dari para penonton yang memberikan



gift saat *live streaming* di Tiktok sehingga mampu mendapatkan potensi penghasilan sekitar 5-10 juta dalam satu kali *live streaming*. Tidak hanya itu, Meyden beraktivitas *live streaming* jualan di Tiktok juga mendapat komisi dari produk yang dipromosikan.

Aktivitas *live streaming* Meyden berupa jualan dari berbagai produk yaitu kecantikan, aksesoris hingga pakaian. Disaat Meyden sedang ada masalah dan libur untuk tidak live di Tiktok, para fans yang biasanya menonton live Meyden menjadi kesepian sehingga para fans berkomentar dikolom video Tiktok Meyden seperti “mekk loh kpn live lgi” , “semangat meyden , kita sayang meyden .. penghibur kita gaboleh nangis trus ya” , “kangen meyden live lagi semangat meyden” dsb.



Gambar 1.1 *live streaming* Meyden jualan bedak 72 ribu penonton

Bahkan, akun Tiktok Meyden sering terkena *banned* oleh Tiktok saat *live streaming* karena sering melontarkan kata kasar dan kotor. Meskipun kini akun nya telah pulih kembali, Meyden langsung membuat pernyataan terkait aksi *banned* dari akun Tiktok pribadinya. Pada gambar 1.1 diatas merupakan aktivitas Meyden yang sedang melakukan *live streaming* jualan yaitu bedak dengan 72 ribu penonton. Ditengah-tengah asik berjualan, Meyden mendapat pertanyaan dari para penonton, pertanyaan tersebut seperti “Mey tadi ko live nya berakhir?” Meyden langsung saja menjawab pertanyaan tersebut yaitu “iya gua di banned anjing, bangsat gua dituduh ketelanjangan karena gua

telanjang aja engga gais. Lama-lama gua telanjang beneran ni Tiktok. Lu jangan... eeee, lama-lama gua telanjang beneran lu jangan suka amagua yah”.



Gambar 1.2 *live streaming* Meyden jualan helm 45 ribu penonton

Dengan ciri khas keunikannya yang lucu dan kasar, pada tanggal 13 September 2022 Meyden sedang beraktivitas *live streaming* di Tiktok yaitu jualan helm dengan jumlah penonton 45 ribu orang. Pada gambar 1.2 diatas menunjukkan Meyden sedang melakukan *live streaming* dengan kalimat seperti “nah hari ini aku akan menjual sebuah barang yang sangat sangat langka yang tidak pernah aku jual biasanya aku menjual skincare, makanan, hari ini aku menjual helm kematian hahah” , “duhh rambut gua kaya nenek sihir lagi anjing” ucap Meyden ketika ingin memakai helm yang akan di promosikannya. “nah harganya aja cuma 140ribuan gais tapi kalian mau nabrak tiang listrik, mau nabrak rumah orang, mau nabrak pohon pisang, mau nabrak apapun dijamin kepala kalian akan selamat, otak kalian yang kecil itu tetap terlindungi oleh helm yang besar ini hii hahaha huyy” ucap Meyden saat promosi. Penonton yang menonton live Meyden pada saat itu tidak ada yang menghujatnya bahkan banyak yang ngegift live Tiktoknya dan banyak berkomentar lucu seperti “mek kenapa kamu cantik”, “habis nonton bunda corla langsung pindah ke Meyden” , “yesss Meyden live uhuuyy” ucap para penontonya



Gambar 1.3 *live streaming* Meyden  
jualan parfum 90 ribu penonton

Pada tanggal 27 Oktober 2022, Meyden kembali *live streaming* di Tiktok untuk berjualan sekaligus menghibur para penontonnya. Pada gambar 1.3 diatas menunjukkan Meyden sedang *live streaming* jualan yaitu parfum. Penonton yang menonton live nya sebanyak 90 ribuan. Tak heran, setiap Meyden nge *live streaming* jualan nya ia selalu mendapatkan gift dari para penonton. Yang membeli jualan nya pun semakin meningkat karena aksinya yang lucu. Komunikasi yang digunakan Meyden saat berjualan parfum seperti “Waaa anjing ini keren gaiss waaa” , “ini cocoknya banget buat betina yaa, ini betinanya pakai yang ini jantannya pakai ini gaiss, waahh sumpahh ini gila ga bohong ga endorse ga apapun ini wangi anjing lu beli dah kalo gapercaya” ucap Meyden. Kalimat-kalimat kasar seperti inilah yang digunakan sehari-hari disetiap *live streaming*, dan para penonton ikut terhibur karena tingkah lakunya.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman melalui tutur kasar yang sering dilontarkan Meyden saat *live*. Hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti Meyden, dapat mengetahui tujuan yang dilakukan Meyden yang saat ini sedang merantau di Jakarta dengan menggunakan tutur kasar saat *live streaming* di Tiktok yaitu mencari ketenaran, memanfaatkan perekonomian dan meningkatkan *engagement*.

Adapun peneliti yang akan dibandingkan dengan penelitian lain seperti yang

dilakukan oleh Revita, Fathiya (2020) dengan judul “Bahasa Makian untuk Fungsi Keakraban di Kalangan ‘Anak Muda’ Minangkabau” memperlihatkan bahwa Anak Muda Minangkabau menggunakan kata makian untuk intimasi atau keakraban. Kata makian itu diwujudkan melalui penggunaan tidak hanya binatang, tetapi juga ketidakmampuan, aktivitas, penyakit serta kotoran seperti “kanciang ang!, Gacik ang ko, Kama se ang, Baruak?, Anjir lu! Diam lu, Anjir! Taik”. Akan tetapi, kata makian justru menjadi pendekatan antarpeserta tutur. Masing-masing bentuk kata makian ini digunakan dalam konteks tertentu yang bermuara pada cerminan keakraban peserta tutur.

Supriatno, Bachtiar, Noevianti (2022) dengan judul “Kekerasan Komunikasi Verbal oleh Anak Usia 11-12 Tahun dalam Game Online Free Fire”. Penelitian ini berfokus pada kelompok bermain anak-anak yang berusia 11-12 tahun di Desa Karangharjo kec Silo kab Jember banyak anak-anak yang melakukan kekerasan komunikasi verbal yang dilakukan anak-anak dalam permainan game online free fire serta bagaimana makna sebenarnya ungkapan tersebut. Yang biasa dilakukan oleh anak-anak saat permainan berlangsung seperti kata : “Taek, Anjeng, Anjir, Jancok, Memek, Bangsat dsb”. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah menggunakan konsep kekerasan komunikasi. Perbedaan penelitian terdahulu berfokus pada kekerasan komunikasi dalam bermain game online. Sedangkan kebaruan penelitian peneliti berfokus pada penggunaan tutur kasar digunakan sebagai gimmick dalam aktivitas *live streaming* di Tiktok. Peneliti melakukan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode etnografi digital. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “PENGUNAAN TUTUR KASAR DALAM AKTIVITAS LIVE STREAMING PADA AKUN TIKTOK@IMEYHOU (MELINDA ROHITA)”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian yang digunakan peneliti yaitu menjelaskan sebuah penggunaan tutur kasar yang dilakukan oleh content creator Tiktok pada akun Tiktok pribadinya Meyden @imeyhou (Melinda Rohita) dalam aktivitas live streaming berupa jualan.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah ***“Bagaimana Tutur Kasar Digunakan Sebagai Gimmick Dalam Aktivitas Live Streaming Pada Akun Tiktok @imeyhou (Melinda Rohita) ?”***.



#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian adalah untuk menjelaskan penggunaan tutur kasar dalam aktivitas live streaming pada akun Tiktok @imeyhou (Melinda Rohita).

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan gimmick dalam berkomunikasi terutama dalam meningkatkan engagement melalui penggunaan tutur kasar.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu rujukan dalam melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan penggunaan tutur kasar dalam aktivitas live streaming di Tiktok dengan subjek yang berbeda.

