

Konstruksi Baru Identitas Banyumasan dalam Penggunaan Bahasa Pada Generasi Y: Studi Kasus Platform Instagram

Meina Febriani¹, Nas Haryati Setyaningsih², dan Azis Nugroho³

^{1,2,3}Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Semarang

Info Artikel

Article History

Disubmit 26 November 2021

Diterima 17 Februari 2022

Diterbitkan 27 Maret 2022

Kata Kunci:

Banyumas, identitas budaya, media sosial, pemertahanan bahasa

Abstrak

Transformasi kehidupan abad 21 makin mengubah pola komunikasi masyarakat menuju komunikasi virtual berbasis siber. Platform Instagram menjadi salah satu wahana ekspresi bahasa yang sebagian besar digunakan oleh Generasi Y/Milenial kelahiran 1981-1995. Tantangan terbesar dalam komunikasi berbasis siber ialah ketika identitas kultural yang melekat dalam penggunaan bahasa (salah satunya bahasa Jawa dialek Banyumas yang berciri *cablaka*) harus dihadapkan pada ekosistem siber. Inilah problematik bahasa di media sosial. Penelitian ini berfokus pada penjelasan konstruksi identitas Banyumasan dalam komunikasi di Instagram, sebagai fenomena pemertahanan bahasa di satu segi dan fenomena masyarakat global di segi yang lain. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis konten digital dengan menggunakan observasi virtual sebagai teknik utamanya serta didukung dengan kajian dokumen digital dalam komunikasi siber. Secara metodologis, analisis data akan dilakukan menggunakan model alir dengan mencakup tiga alir terpadu, yaitu: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) verifikasi. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretik berupa pemetaan ruang berbahasa Jawa dialek Banyumas (BJB) dalam platform Instagram, konstruksi baru identitas Banyumasan dalam penggunaan bahasa di ruang virtual, dan eksistensi bahasa Jawa dialek Banyumasan di media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi langsung bagi masyarakat Banyumas, para peneliti bahasa, serta Badan Perlindungan dan Pengembangan Bahasa dalam upaya pemertahanan kekayaan kultural pada era industri 4.0.

Abstract

The transformation of life in the 21st century is increasingly changing people's communication patterns towards cyber-based virtual communication. The Instagram platform is a vehicle for language expression, which is mostly used by Generation Y/Millennials born in 1981-1995. The biggest challenge in cyber-based communication is when the cultural identity inherent in the use of language (one of which is the Banyumas Javanese dialect which is characterized by cablaka) must be faced with the cyber ecosystem. This is the language problem in social media. This study focuses on explaining the construction of Banyumasan identity in communication on Instagram, as a phenomenon of language defense on the one hand and a phenomenon of global society on the other. This study uses a qualitative approach through digital content analysis using virtual observation as the main technique and is supported by the study of digital documents in cyber communication. Methodologically, data analysis will be carried out using a flow model that includes three integrated flows, namely: (1) data reduction, (2) data presentation, and (3) verification. This research provides a theoretical contribution in the form of mapping the Javanese language space with the Banyumas dialect (BJB) on the Instagram platform, the new construction of the Banyumasan identity in the use of language in virtual spaces, and the existence of the Banyumasan Javanese dialect on social media. Practically, the results of this study can make a direct contribution to the Banyumas community, language researchers, and the Language Protection and Development Agency in an effort to maintain cultural wealth in the industrial era 4.0.

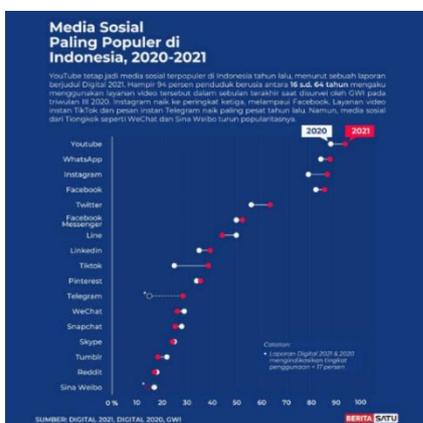
* E-mail: meinafebri@mail.unnes.ac.id

PENDAHULUAN

Transformasi kehidupan masyarakat nyata menuju masyarakat digital pada abad 21 makin mengubah pola komunikasi masyarakat menuju komunikasi virtual berbasis siber. Transformasi tersebut makin terasa sporadis justru pada masa Pandemi Covid-19. Sejak terjadinya pandemi itulah pemerintah menggalakkan program pembatasan sosial dan kerja dari rumah (Kemenkes, 2020). Berdasarkan survei kepada 70.000 orang Generasi Y (16-35 tahun), selama masa pandemi Covid-19 terdapat kenaikan penggunaan media sosial sebesar 87% (CNBC, 2020). Hal tersebut menandakan bahwa sebagian besar komunikasi saat ini dilakukan secara virtual.

Berbagai platform media sosial menjadi wahana komunikasi dan ekspresi bahasa. Hal tersebut dibuktikan dari data statistik bahwa dari populasi masyarakat Indonesia sejumlah 265,4 juta jiwa, sebanyak 132,7 juta jiwa telah menggunakan internet dan sejumlah 130 juta jiwa merupakan pengguna aktif di sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 97,9% pengguna internet di Indonesia sudah menggunakan media sosial. Kemudian jika dibandingkan dengan total penduduk Indonesia, ini menunjukkan bahwa 48% penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial (Social, 2018).

Menurut Van Dijk (Nasrullah, 2015) media sosial merupakan media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi dalam beraktivitas maupun berkolaborasi secara daring. Media sosial memberikan akses bagi pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membangun ikatan sosial secara virtual. Adapun platform media sosial yang banyak diminati saat ini (2020-2021) antara lain Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter (Beritasatu, 2021)



Gambar 1. Platform Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021
(Sumber Digital GWI dalam Berita Satu, 2021)

Generasi Y/Milenial (kelahiran tahun 1981-1995) cenderung mengakrabi dunia siber. Ekspresi bahasa sebagai wahana komunikasi di media sosial pun acapkali dilakukan. Generasi Y yang juga disebut sebagai generasi *echo boom* merupakan generasi yang akrab dengan teknologi. Mereka menggunakan surel, telepon seluler, dan SMS sejak awal tahun 2000-an (Angela & Effendy, 2015).

Di sisi lain, konstruksi identitas kultural merupakan falsafah kehidupan yang dipegang teguh bagi masyarakatnya di mana pun dan kapan pun, termasuk masyarakat Banyumas (MB). Masyarakat Banyumas dikenal sebagai masyarakat yang *cablaka*. *Cablaka* dan sikap egaliter merupakan identitas budaya warganet Banyumas. *Cablaka* juga bisa ditafsirkan sebagai karakter kejujuran yang mengedepankan keterusterangan warganet Banyumas (Priyadi, 2007). Hal tersebut salah satunya tecermin dalam bahasa Jawa dialek Banyumas (BJB) yang digunakannya sebagai wahana komunikasi.

Secara geografis, wilayah tradisi dialek Banyumas berada di sepanjang daerah aliran Sungai Serayu (Koentjaraningrat, 1984). Banyumas dianggap sebagai wilayah marginal antara budaya Jawa (Priyadi, 1993). Oleh sebab itu, para elite tradisional Banyumas adalah keturunan campuran antara Jawa dan Sunda (Priyadi, 2000). Berikut merupakan peta wilayah Banyumasan sebagai salah satu subkebudayaan Jawa.



Gambar 2. Peta Wilayah Banyumas sebagai Kebudayaan Jawa di Indonesia
Sumber Gambar: (Sugiarto, Eko; Rohidi, Tjetjep Rohendi; Sony Kartika, 2017)

Berkaitan dengan identitas kultural warganet Banyumas, Priyadi (2008) meneliti tentang *Orientasi Nilai Budaya Banyumas: Antara Masyarakat Tradisional dan Modern*. Pada penelitian tersebut, Priyadi (2008) mengungkap bahwa orientasi nilai budaya Banyumas menunjukkan bahwa MB dapat menyesuaikan diri, baik sebagai masyarakat tradisional maupun masyarakat modern. Ada lima relasi manusia dengan makna hidup, kerja, waktu, alam, dan sesama manusia. Di antara kelima relasi tersebut, yang berkaitan dengan penelitian ini adalah relasi makna hidup yakni hubungan manusia dengan makna hidup sebagai masyarakat tradisional, manusia Banyumas cenderung hidup dengan keprihatinan, sedangkan sebagai masyarakat maju

manusia Banyumas memandang hidup itu bermakna dan harus berupaya sendiri. Selain itu, relasi kerja yang merupakan hubungan manusia dengan kerja, manusia Banyumas di satu sisi berpandangan bahwa bekerja untuk mencari makan dan bereproduksi (tradisional), sedangkan di sisi lain mencipta karya-karya agung dan kepuasan terhadap kualitas hasil kerja (maju).

Bahasa sebagai salah satu simbol kultural yang identik bagi warganet Banyumas juga dikaji Trianton (2016) dalam penelitiannya yang berjudul *Bahasa sebagai Identitas dan Perlawanan Kultural Masyarakat Banyumas Pascakolonial*. Penelitian tersebut mendeskripsi eksistensi bahasa BJB sebagai identitas dan perlawanan kultural MB masa pascakolonial. Pada tempo dulu, MB secara geopolitik dan geokultur berada di wilayah perbatasan antara ranah budaya keraton (Nagarigung) dan ranah budaya pesisir. Banyumas juga berada di wilayah perbatasan antara budaya Mataram dan Pasundan. Oleh sebab itu, Banyumas menjadi area reproduksi kultural hasil persilangan budaya. Namun, masyarakat Banyumas memiliki identitas budaya yang *genuin* yaitu bahasa. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa MB memiliki kekhasan unik seperti *cablaka*, *coag*, dan juga egaliter yang tercermin dalam bahasanya.

Bahasa, identitas, dan budaya Banyumas memiliki pertalian yang erat dalam berbagai kontestasi perubahan masyarakat. Aspek kebahasaan pada konteks budaya Banyumas menjadi tameng pertahanan identitas budaya. Bahasa Jawa Banyumasan merupakan simbol budaya yang representatif untuk mengidentifikasi kebanyumasan (Trianton, 2016). Dengan demikian, MB (khususnya Generasi Y) berada pada dua entitas dikotomis. *Pertama*, sebagai pengguna media sosial yang berinteraksi secara virtual dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. *Kedua*, identitas kultural dalam penggunaan BJB yang digunakannya dalam pranata media sosial.

Apakah BJB eksis di media sosial sebagai wahana komunikasi populer saat ini? Lalu, apakah BJB menjadi perkat identitas Banyumasan yang ikonik? Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui identitas kultural Banyumasan dalam penggunaan bahasa di platform media sosial dan memetakan strategi pemertahanan BJB di media sosial.

METODE

Pendekatan kualitatif melalui analisis konten digital digunakan dalam penelitian ini. Peneliti terjun langsung ke lapangan (*virtual room*) (Marshall & Roosman, 2006; Rohidi, 2012). Desain fenomenologis diterapkan dengan berorientasi

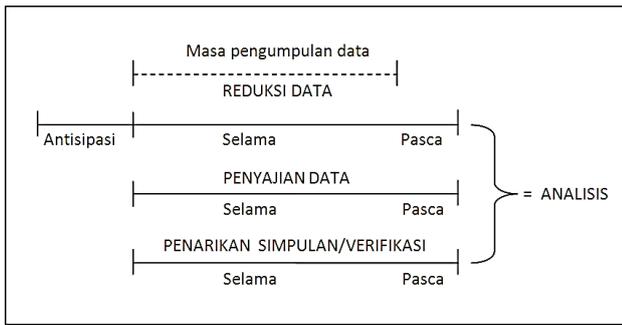
pada ruang virtual berupa platform media sosial (Instagram). Sebagai suatu kultur dan artefak kultural, dunia siber bagi peneliti etnografi virtual bisa mendekati beberapa objek atau fenomena yang ada di internet (Nasrullah, 2015). Secara purposif, peneliti memfokuskan pada fenomena konstruksi identitas Banyumasan pada penggunaan BJB sebagai media komunikasi di platform media sosial pada generasi Y.

Berdasarkan hasil survei, Instagram merupakan platform media sosial terpopuler yang digunakan generasi Y MB untuk berkomunikasi dengan komunitasnya. Alasannya, Instagram memiliki fitur yang lengkap seperti kiriman foto, video, *story* (*vote*, *quiz*, *music*, dll), *reels*, dan IG TV. Oleh sebab itu, subjek utama penelitian ini ditentukan secara purposif terhadap warganet di platform Instagram. Peneliti mengidentifikasi identitas usia yang tergolong dalam generasi Y (16-35 tahun). Data dikumpulkan dengan melakukan kajian sosiolinguistik dan pengamatan terkendali terhadap penggunaan bahasa Jawa dielek Banyumasan di media sosial pada generasi Y.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik (1) observasi virtual dan (2) kajian dokumen. Observasi partisipatif-pasif dilakukan ketika virtual di media sosial dengan jaringan internet. Data dikumpulkan dengan mengobservasi akun-akun Banyumasan di platform Instagram. Adapun akun yang diobservasi antara lain @nikikula, @ngapaksemodare, @ngapak_ngakak, @guyonan_ngapak, @dagelanngapak, @bmsganyangcorona, @rasan.ngapak #guyonBanyumasan, dan #ngapak.

Peneliti menggunakan alat bantu ponsel pintar android dan jaringan internet sebagai alat pencatatan lapangan. Studi dokumen dilakukan terhadap penggunaan BJB di media sosial. Penelitian ini dilakukan melalui langkah-langkah: (a) pengumpulan data penggunaan bahasa dialek Banyumas di media sosial, (b) analisis identitas kultural dalam penggunaan bahasa, (c) sintesis, dan (d) verifikasi.

Keabsahan data penelitian ini dijaga dengan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Secara metodologis, prosedur analisis menggunakan model alir dengan mencakup tiga alir terpadu, yaitu: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) verifikasi (Miles & Huberman dalam Rohidi, 2012)



Gambar 3. Bagan Prosedur Analisis Data Model Alir

Sumber: Matthew B. Miles & A.M. Huberman (Rohidi, 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penggunaan Media Sosial sebagai Ruang Berbahasa Banyumasan

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian masif, penggunaan media sosial menjadi pilihan yang mendominasi bagi sebagian besar masyarakat, tak terkecuali warganet Banyumas. Menurut Puntoadi (2011) Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan *visual* maupun *audiovisual*. Selanjutnya, Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*. Contohnya seperti Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp, dan lainnya.

Menurut Nasrullah (2015) ada enam kategori untuk mengklasifikasi platform media sosial, yakni: (1) media jejaring sosial (*social networking*), (2) jurnal *online* (blog), (3) jurnal *online* sederhana atau *microblog* (*micro-blogging*),

(4) media berbagi (*media sharing*), (5) penanda sosial (*social bookmarking*), dan (6) media konten bersama atau *wiki*. Kehadiran media sosial membawa dampak dalam cara berkomunikasi di segala bidang, seperti komunikasi pemasaran, komunikasi politik dan komunikasi dalam sistem pembelajaran. Kehadiran media sosial tersebut ternyata membawa dampak perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital (Setiadi, 2016).

Pemanfaatan media sosial menjadi pilihan warganet Banyumas untuk berinteraksi dengan komunitasnya dari berbagai penjuru dunia. Jangkauan internet yang merambah sampai pelosok daerah makin mempermudah akses penggunaan media sosial. Oleh sebab itu, fenomena tersebut menjadi hal yang dikotomis kontradiktif, antara globalisasi dan konvensional dalam wujud pemertahanan jati diri atas kebudayaannya. Berdasarkan survei, media sosial yang terfavorit yang digunakan adalah Instagram. Alasannya, Instagram memiliki fitur yang lengkap seperti *explore, profil, news feed, story (question, quiz, music, dll)*, serta aktivitas pengguna seperti unggahan (foto, *reels, IG TV, likes, comment*) (Instagram, 2021) Fitur-fitur tersebut yang dimanfaatkan untuk meraih *insight* (tontonan) warganet Banyumas dan menjalin komunikasi berbahasa melalui fitur komentar.

Berdasarkan wawancara kepada warganet Banyumas (generasi Y pengguna media sosial) serta obeservasi atas *insight* dan jumlah *followers* di Instagram, beberapa akun dan tagar yang paling banyak diakses antara lain @nikikula, @ngapaksemodare, @ngapak_ngakak, @guyonan_ngapak, @dagelanngapak, @bmsganyangcorona, @rasan.ngapak #guyonBanyumasan, dan #ngapak. Berikut identitas akun-akun Instagram komunitas Banyumasan virtual yang diteliti.

Tabel 1. Identitas Akun Instagram sebagai Ruang Virtual Berbahasa Warganet Banyumas

No	Nama Akun dan URL	Tampilan Akun	Jumlah Pengikut
1	@nikikula https://www.instagram.com/nikikula/		118.000
2	@ngapaksemodare https://www.instagram.com/ngapaksemodare		6.579

<p>3</p>	<p>@ngapak_ngakak https://www.instagram.com/ngapak_ngakak</p>		<p>11.900</p>
<p>4</p>	<p>@guyonan_ngapak https://www.instagram.com/guyonan_ngapak</p>		<p>16.900</p>
<p>5</p>	<p>@dagelanngapak https://www.instagram.com/dagelanngapak</p>		<p>44.100</p>
<p>6</p>	<p>@bmsganyangcorona https://www.instagram.com/bmsganyangcorona</p>		<p>472</p>
<p>7</p>	<p>@rasan.ngapak https://www.instagram.com/rasan_ngapak</p>		<p>2.134</p>
<p>8</p>	<p>#guyonBanyumasan https://www.instagram.com/explore/tags/guyonbanyumasan</p>		<p>500+ kiriman</p>
<p>9</p>	<p>#ngapak https://www.instagram.com/explore/tags/ngapak</p>		<p>151.000 kiriman</p>

Pola interaksi berbahasa yang terbangun oleh warganet Banyumas di media sosial diaplikasikan melalui kolom komentar yang ada di akun-akun dan tagar-tagar Banyumasan. Misalnya, di akun @nikikula, rerata setiap kiriman mendapatkan tanda suka sebanyak 2000-an dan 100-an komentar dari warganet. Warganet memberikan respons berupa tanggapan dengan bahasa Jawa dialek ngapak. Tidak jarang komentar tersebut ditanggapi oleh warganet yang lain sebagai sarana ruang berbahasa virtual.

BJB dalam konteks komunikasi di media sosial menjadi temuan mutakhir ekspresi identitas kultural dalam ruang virtual. Nilai-nilai budaya Banyumasan tersebut direpresentasikan dalam bentuk tanda-tanda visual maupun verbal. Tanda verbalnya direpresentasikan melalui tuturan BJB, baik yang sifatnya humor atau plesetan, sindiran maupun ajakan dan peringatan (Dadan, 2018). Berikut tanda visual dan verbal dalam ruang berbahasa virtual MB.

Tabel 2. Topik Kiriman dalam Komunitas Virtual Banyumasan

No	Topik Kiriman	Tautan	Sifat Kiriman
1	 <p><i>"Wis gawe nastar special malah koe ngucapna lewat media sosial."</i> 'Sudah dibuatkan nastar spesial malah kamu mengucapkan lewat media sosial'</p>	https://instagram.com/rasan.ngapak?utm_medium=copylink	Sindiran
2	 <p><i>"Aja puasa godong epring, esuk-esuk mangga piring."</i> 'Janganlah berpuasa seperti daun bamboo, pagi-pagi sudah membawa piring'</p>	https://www.instagram.com/p/b_rewh4aod0/?utm_medium=copylink	Nasihat dan humor
3	 <p><i>"Puasa lancar nang tengah wabah Corona."</i> Puasa lancar di tengah wabah Corona"</p>	https://www.instagram.com/p/BcTycOA-jW/?utm_medium=copylink	Informasi
4	 <p><i>Nyong: (Nangis njempling-njempling njaluk es krim maring mamake nangarep wong akeh)</i> <i>Mamake: "Hus aja nangis ya neng umah ana es krim."</i> <i>Es krim nang ngumah: "Bocah ngisin-ngisina!"</i> Aku: (Menangis sampai berteriak-teriak meminta dibelikan es krim ke ibu di depan banyak orang) Ibuku: "Hus, jangan menangis ya, di rumah ada es krim." Es krim di rumah: "Anak kok memalukan"</p>	https://instagram.com/ngapaksemodare?utm_medium=copylink	Humor

Konstruksi Baru Identitas Banyumasan dalam Penggunaan Bahasa di Ruang Virtual

Identitas budaya merupakan ciri yang muncul karena seseorang merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu (Liliweri, 2002). Hal tersebut meliputi pembelajaran dan

penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, serta keturunan dari suatu kebudayaan. Menurut Ting-Toomey (Darmastuti, 2013), identitas budaya atau kultural merupakan perasaan (*emotional significance*) dari seseorang untuk ikut memiliki

(*sense of belonging*) atau berafiliasi dengan kultur tertentu.

Identitas dalam konteks budaya menjadi demikian penting. Ia menjadi penanda seberapa besar seseorang merasa sebagai bagian dari sebuah entitas budaya atau etnis tertentu. Fenomena serupa dapat ditemui pada konteks MB. Bahasa, identitas, dan budaya Banyumas memiliki pertalian yang erat dalam perubahan kemajuan masyarakat. Karakter, identitas, dan kepribadian selalu ditemukan pada masyarakat tertentu sebagai warisan masa lalu dari leluhurnya, termasuk Banyumas, yaitu *cablaka* Banyumas, atau *blakasuta* Banyumas, atau *thokmelong* untuk masyarakat di Karesidenan Banyumas (Priyadi, 2002). *Cablaka* atau *blakasuta* adalah karakter universal Banyumas. Artinya, masyarakat Banyumas memiliki perwatakan yang apa adanya, egaliter, dan jujur (Priyadi, 2008).

Masyarakat Banyumas memiliki falsafah hidup untuk menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan egaliter yang disebut *cablaka*. Nilai-nilai yang dijunjung oleh masyarakat Banyumas menjadi konstruksi identitas Banyumasan yang bertalian erat pada pemeluknya (Dadan, 2018). Oleh sebab itu, menurut Pawestri (2019) pemilihan penggunaan BJB dalam ruang berbahasa MB merupakan simbol dari identitas budaya

Banyumasan dalam berinteraksi verbal. Persamaan kekhasan berbahasa menciptakan pontensi keakraban dan membangun suasana santai dalam komunitas virtual.



Gambar 4. Percakapan Warganet Warganet Banyumas dalam Kiriman di Instagram @nikikula (Kiriman Berupa Gambar) ([https://www.instagram.com/p/B4wDaQ0F9j8/?utm_medium=copy link](https://www.instagram.com/p/B4wDaQ0F9j8/?utm_medium=copy_link) diakses pada 15 Oktober 2021 pukul 12.18 WIB)

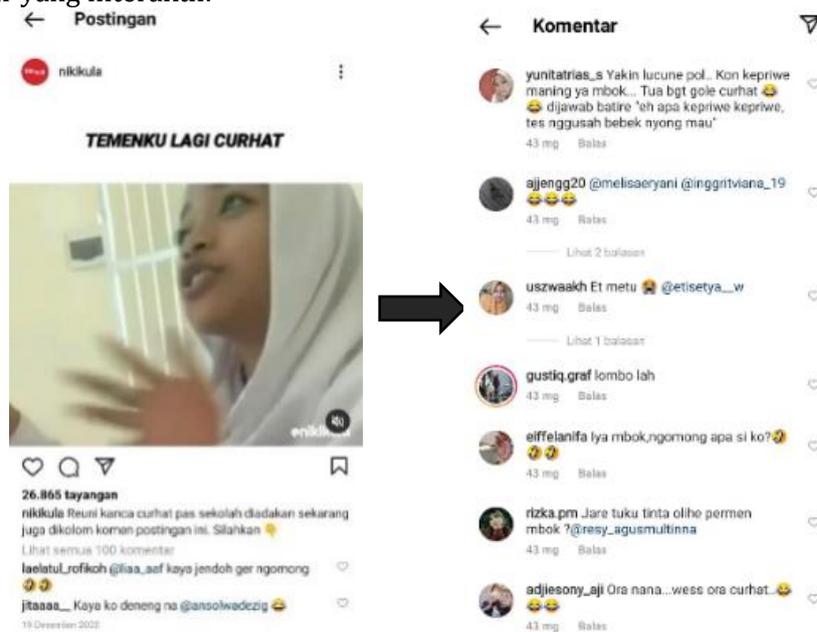
(1)	Konteks (foto)	: Kiriman berupa perbandingan bahasa Indonesia, Inggris, dan Purwokerto (Banyumas)	
		Indonesia	: "Aku ingin selalu bersamamu tapi tak bisa"
		Inggris	: "I want to always be with you but I can't"
		Banyumas	: "Genaeh lah!"
Ruang komentar	P1 @auliaaaa_21	: "ganu ndean" ('dulu sepertinya')	
	P2 @adidudedo	: "Indo= kewarung beli sayur. Inggris= to buy vegetables. Purwokerto =becer."	
	P3 @faydellaa	: "Ngakaaaaakkk ya allah"	
	P4 @tpurwati7	: "Ind: ini untukmu, English: this is for you, Purwokerto: Nyah!!"	
	P4 @whyuaditya_	: "Ekkk"	
	P5 @aldiprgnt_	: "Indo: Panen padi, Inggris: harvest wheat, Purwokerto: Gepyok"	

Bahasa Jawa Banyumasan merupakan salah satu identitas budaya yang melekat di perbatasan antara budaya Jawa dan Sunda (Priyadi, 1993). Sebagai media komunikasi yang familiar bagi MB, BJB efektif digunakan dalam area komunikasi pada dunia virtual. Variasi kode yang digunakan dalam peristiwa tutur virtual berwujud bahasa dan dialek dalam lingkup ragam nonformal. Pada wacana ruang berbahasa virtual (1) terdapat bentuk alih kode. Variasi alih kode terdiri atas bahasa Indonesia (BI), bahasa Inggris (BING), dan bahasa Jawa dialek Banyumas (BJB) yang disampaikan

secara sejajar atau tidak memiliki dasar bahasa awal.

Alih kode tersebut terjadi dalam peristiwa tutur virtual pada foto yang dibagikan akun @nikikula yang membandingkan antara BI, BING, dan BJB. Di dalam peristiwa tutur tersebut, komunikasi tidak berjalan dua arah dengan target mitra tutur yang jelas. Oleh sebab itu, tidak terjalin interaksi antara penutur 1 sampai 5 (P1-P5). Itulah keunikan peristiwa tutur di ruang virtual media sosial. Penutur seringkali berbahasa dalam konteks yang umum (seperti halnya monolog). Tuturan penutur dapat ditanggapi oleh warganet yang lain

secara acak atau bisa pula penutur memberi tanda sebut (@) akun warganet yang lain agar tercipta sebuah peristiwa tutur yang interaktif.



Gambar 5. Percakapan Warganet *Warganet* Banyumas dalam Kiriman di Instagram @nikikula (Kiriman Berupa Video) (https://www.instagram.com/p/CI-czR4H0Nq/?utm_medium=copy_link) diakses pada 15 Oktober 2021 pukul 12.30 WIB)

(2)	Konteks (Video)	: “Temanku sedang curhat” “ <i>Wis tak coba melupakan ya wis coba nglupakna sekang pemikiranku sekang atiku, wong nyatane esih sayang mbok kepriwe maning mbokan?</i> ” ‘Sudah mencoba melupakan dengan sekuat tenaga dari pikiran dan hati tetapi kenyataannya masih sayang lalu harus bagaimana lagi?’	
	Ruang komentar	: P1 @yunitatrias_s	: “ <i>Yakin lucune pol.. Kon kepriwe maning ya mbok.. Tua bgt gole curhat dijawab batire "eh apa kepriwe kepriwe, tes nggusah bebek nyong mau"</i> (‘Lucu sekali, lalu harus bagaimana lagi ya. Sepertinya aku terlalu tua kalau diberi curhatan seperti itu, malah akan aku jawab, eh gimana gimana, aku baru saja mengusir bebek jadi kurang fokus.’)
		P2 @ajjengg20	: @melisaeryani @inggritviana_19
		P3 @uszwaakh	: “ <i>Et metu @etisetya_w</i> ” (‘Et, muncullah @etisetya_w’)
		P4 @gustiq.graf	: “ <i>lombo lah</i> ” (‘bohong lah’)
		P5 @eiffelanifa	: “ <i>lya mbok, ngomong apa si ko?</i> ” (‘Iya kah, kamu sedang bicara apa sih?’)
		P6 @rizka.pm	: “ <i>Jare tuku tinta olihe permen mbok? @resy_agusmultinna</i> ” (‘katanya beli tinta malah dapat permen @resy_agusmultinna’)
		P7 @adjiesony_aji	: “ <i>Ora nana...wess ora curhat..</i> ” (‘sudah tidak ada yang disayang, tidak bisa curhat’)

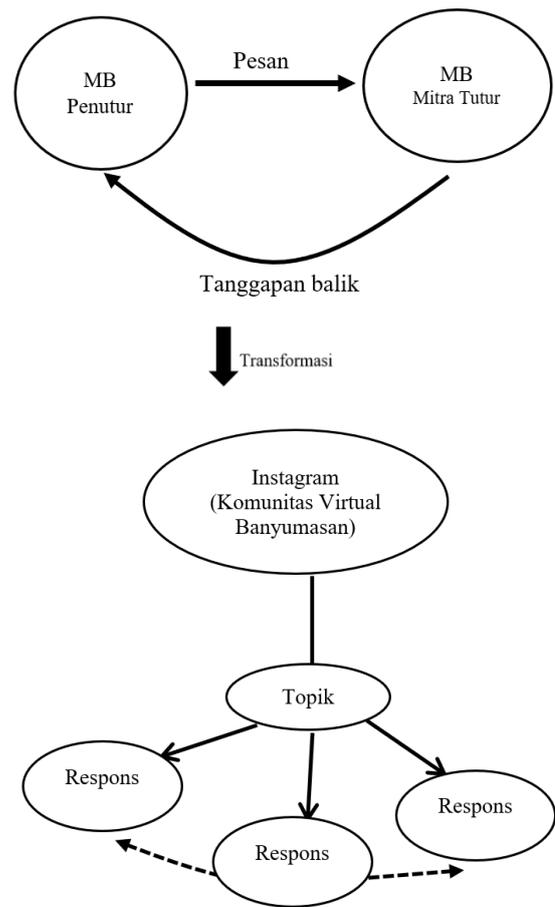
Ragam nonformal mendominasi dalam ruang berbahasa virtual di media sosial. Sesuai dengan situasi nonformal, tuturan yang digunakan adalah BIND nonbaku atau BJB ragam ngoko. Kalimat yang digunakan pun tidak memiliki struktur yang lengkap dan cenderung implisit serta berfokus pada tujuan tuturan. Pada peristiwa tutur (2) warganet Banyumas memberi respons dalam ragam nonformal dengan variasi campur kode BIND dengan dasar BJB.

Konteks peristiwa tutur yang dibangun merupakan “curahan hati” (curhat) anak perempuan remaja yang menyatakan bahwa dia tidak bisa melupakan seseorang. Anak perempuan tersebut menyampaikan “curhat”-nya dengan BJB yang sangat khas dengan intonasi ngapaknya. Kiriman tersebut dibanjiri komentar warganet yang merasa bahwa hal tersebut adalah hal yang lucu karena disampaikan oleh anak yang notabene masih terlihat belum cukup umur. Misalnya, P4 mengatakan, “*lombo lah*” (‘bohong lah’). Warganet bermaksud memberi ledakan kepada model yang ada di kiriman video tersebut. Selain itu, terdapat pula variasi campur kode BIND dengan menggunakan akronim curahan hati (curhat).

BJB memiliki kekhasan dibanding bahasa Jawa (BJ). Kekhasan tersebut tampak pada tataran fonologis, leksikon, morfologis, dan sintaksis (Paryono, 2010). Kekhasan fonem BJB yaitu pada pelafalan [a],[i], [u]. Salah satu kekhasan BJB tampak pada fonem /a/ yang diucapkan [a], tetapi pada bahasa Jawa (BJ) standar diucapkan [O], misalnya kata *pada* ‘sama’ diucapkan [pada/], sedangkan dalam bahasa Jawa standar diucapkan [pOdO]. Menurut Purwaningrum (2020), leksikon di wilayah Banyumas berbeda dengan wilayah Jawa bandek. Misalnya, MB menggunakan [caṅkəm], sedangkan masyarakat BJ menggunakan [tutu?] untuk menyebut mulut. Sedangkan pada aspek morfologis, terdapat tiga proses morfemis yakni afiksasi, reduplikasi, dan pemajemukan. Secara umum tidak ada yang perbedaan signifikan antara BJB dengan BJ pada aspek morfologis. Terakhir, pada aspek sintaksis penggunaan BJB di media sosial memiliki konstruksi yang khas (Muhidin, 2019), di antaranya dengan menambahkan kata ganti tunjuk *kiye* ‘ini’, *kuwe* ‘itu’, dan *kae* ‘itu’.

Instagram sebagai ruang berbahasa virtual menciptakan konstruksi baru identitas MB dalam konteks berekspresi diri melalui BJB. Pola komunikasi dalam komunitas virtual bisa terjadi dalam satu arah maupun dua arah. Hal tersebut tentu berbeda dengan ruang berbahasa secara konvensional, MB memperoleh akses untuk menerima respons secara langsung dari mitra tutur. Namun, dalam konteks ruang virtual komunikasi yang terbangun dalam ruang

berbahasa bisa jadi hanya satu arah, bisa pula dua arah.



Gambar 6. Transformasi Ruang Berbahasa Konvensional Menjadi Ruang Berbahasa Virtual pada MB

Secara prinsipiell kebahasaan, MB tidak mengalami perubahan yang signifikan dalam perubahan ruang berbahasa di ruang virtual. Pada konteks media sosial, MB mengekspresikan BJB dalam ragam tulis sehingga kekhasan dialek BJB berupa intonasi tidak menjadi ciri khusus. Adapun BJB yang tertuang dalam komunitas virtual Banyumas adalah ragam lisan yang ditulis sehingga masih mempertahankan BJB dari segi fonologis, leksikon, morfologis, dan sintaksis. Di sisi lain, dari aspek prinsip komunikasi, pola interaksi di ruang virtual tidak mesti berjalan dua arah. Hal tersebut menjadi tren dan pola baru kegiatan komunikasi dalam ruang berbahasa yang terbuka.

Eksistensi Bahasa Jawa Dialek Banyumasan di Media Sosial

Bahasa daerah merupakan kekayaan kultural yang menjadi ciri khas bagi pemakainya. Hal tersebut juga dialami oleh MB yang memiliki kecenderungan mempertahankan identitasnya melalui upaya pemertahanan bahasa di media sosial. Pemertahanan bahasa merupakan sikap

untuk tetap melanjutkan penggunaan bahasa secara bersama-sama oleh sebuah komunitas penutur bahasa (Fasold, 1984). Pemertahanan bahasa dapat dilakukan oleh penutur multibahasa. Multibahasawan dapat menggunakan pemilihan bahasa dalam melakukan pemertahanan bahasa (Gumperz, 1982; Hudson, 1996; Holmes, 2012). Crystal (2019) menjelaskan pemertahanan bahasa ibu dimaknai sebagai upaya untuk mewujudkan lima kebermanfaatannya. *Pertama*, mewujudkan diversitas (keragaman) kultural. *Kedua*, memelihara identitas etnis. *Ketiga*, memungkinkan adaptabilitas sosial. *Keempat*, secara psikologis menambah rasa aman bagi anak. *Kelima*, meningkatkan kepekaan linguistik (Ibda, 2017)

Upaya pemertahanan bahasa merupakan bagian dari pemertahanan identitas diri MB sebagai manusia *cablaka*. Salah satu representasi kecablakaan yakni penggunaan dialek yang khas dibanding bahasa Jawa Baku (BJ). BJB merupakan salah satu identitas budaya yang hidup di antara budaya Jawa dan Sunda. BJB memiliki salah satu kekhasan berupa pengucapan vokal /a/ yang sangat jelas. Hal tersebut menandakan pengaruh konservatif bahasa Jawa Kuna (Esser, 1927).

BJ menempatkan posisinya secara feodalis di berbagai penjuru wilayah, tak terkecuali Banyumas (Priyadi, 2000). Namun, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap MB di wilayah pedesaan yang merupakan basis BJB. MB yang mempunyai dialek bahasa *ngapak-ngapak* ternyata mengandung makna mendalam, yakni mencerminkan karakter masyarakat Banyumas yang *cablaka*: egaliter, terus terang, jujur, dan tegas. MB memiliki karakter demokratis dan tidak akan membedakan strata dalam memperlakukan orang lain. Hal yang cukup kentara pada pilihan tokoh Bawor (Bagong) sebagai simbol Banyumas. Bawor adalah tokoh pewayangan biasa yang lugu dan tidak memiliki kekuasaan apa pun. Satu-satunya kelebihan Bawor adalah karakternya yang selalu berkata apa adanya.

Berkembangnya dunia siber saat ini makin memperkuat kegiatan komunikasi tanpa batas dalam ruang maya/dunia artifisial dalam bingkai layar monitor/gawai. Budaya siber yang makin meluas, memantik munculnya komunitas-komunitas siber yang memberikan ruang

berbahasa virtual pada pemakainya, termasuk MB. Pola komunikasi dalam dunia siber yang bersifat terbuka, mendorong MB berekspresi secara bebas untuk menunjukkan identitas kulturalnya. Mobilisasi penduduk yang makin meluas juga berdampak pada sebagian MB yang tidak hanya menetap di kawasan Banyumas. Akun-akun Banyumasan di Instagram menjadi sarana ekspresi identitas kultural yang tidak bisa diutarakan dalam komunikasi secara nyata. Dunia artifisial media sosial memberikan ruang kebebasan ekspresi berbahasa bagi sesama MB. Melalui dunia realitas virtual, MB dapat membangun relasi sosial virtual dari berbagai penjuru dunia tanpa batas.

PENUTUP

Bahasa Jawa Dialek Banyumasan (BJB) eksis di media sosial sebagai wahana komunikasi populer bagi masyarakat Banyumas (MB) generasi Y saat ini. Pemanfaatan platform Instagram pada akun @nikikula, @ngapaksemodare, @ngapak_ngakak, @guyonan_ngapak, @dagelanngapak, @bmsganyangcorona, @rasan.ngapak #guyonBanyumasan, dan #ngapak dianggap sebagai ruang ekspresi identitas kultural yang terbuka dalam ruang virtual. Konstruksi identitas Banyumasan direpresentasikan dalam bentuk tanda-tanda visual maupun verbal. Tanda verbal direpresentasikan melalui tuturan BJB, baik yang sifatnya humor atau plesetan, sindiran maupun ajakan dan peringatan. Secara prinsipial kebahasaan, MB tidak mengalami perubahan yang signifikan dalam berbahasa di ruang virtual. Adapun BJB yang tertuang dalam komunitas virtual Banyumas adalah ragam lisan yang ditulis sehingga masih mempertahankan BJB dari segi fonologis, leksikon, morfologis, dan sintaksis. Oleh sebab itu, di dalam tuturan ruang virtual seringkali terdapat fenomena campur kode dan alihkode dengan dasar BJB. Di sisi lain, dari aspek prinsip komunikasi, pola interaksi di ruang virtual tidak mesti berjalan dua arah. Hal tersebut menjadi tren dan pola baru kegiatan komunikasi dalam ruang berbahasa yang terbuka. Dunia artifisial media sosial memberikan ruang kebebasan ekspresi berbahasa bagi sesama MB dalam mengekspresikan BJB sebagai usaha pemertahanan bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, T., & Effendy, N. (2015). Faktor-Faktor Brand Loyalty Smartphone pada Generasi Y. *Jurnal Experientia*, 3, 71–79.
- Beritasatu. (2021). Media Sosial Paling Populer di Indonesia. <https://www.beritasatu.com>.
- CNBC. (2020). *Di Tengah Pandemi, Penggunaan Teknologi Meningkat Pesat*. <https://www.cnbcindonesia.com/Tech/20200723190647-37-175009/Di-Tengah-Pandemi-Penggunaan-Teknologi-Meningkat-Pesat>.
- Crystal, D. (2019). *The Cambridge Encyclopedia of The English Language Third Edition*. Cambridge University Press.
- Dadan, S. (2018). *Konstruksi Identitas Budaya Banyumasan dalam Kaus Dablongan*.
- Darmastuti, R. (2013). *Mindfulness dalam Komunikasi Antarbudaya*. Buku Litera.

- Esser, B. J. (1927). *Het Dialect van Banjoemas, Inzonderheid Zooals dit in de Regentschappen Poerholinggo en Poerwokerto*. Kolff.
- Fasold, R. (1984). *Sociolinguistics of Society*. . Basil Black Well Inc.
- Gumperz, J. (1982). *Discourse Strategies (Studies in Interactional Sociolinguistics)*. Cambridge University Press.
- Holmes, J. (2012). *An Introduction to Sociolinguistics: Fourth Edition*. Routledge.
- Hudson, R. . (1996). *Sociolinguistics (Second Edition)*. Cambridge University Press.
- Ibda, H. (2017). Urgensi Pemertahanan Bahasa Ibu di Sekolah Dasar. *SHAHIH*, 2(2). <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/shahih/article/view/980>
- Instagram. (2021). *Features*. <https://about.instagram.com/features>
- Koentjaraningrat. (1984). *Kebudayaan Jawa*. Balai Pustaka.
- Liliweri, A. (2002). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. PT LKiS Pelangi Aksara.
- Marshall, C., & Roosman, G. B. (2006). *Designing Qualitative Research*. . Sage Publication.
- Muhidin, R. (2019). Preposisi Ndek, Kala, Rikala dan Nang dalam Bahasa Jawa Dialek Banyumas. *Genta Bahtera: Jurnal Ilmiah Kebahasaan Dan Kesastraan*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Kemenkes, (2020). <https://hukor.kemkes.go.id>
- Pawestri, A. G. (2019). Membangun Identitas Budaya Banyumasan melalui Dialek Ngapak di Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 19(2), 255-266.
- Priyadi, S. (1993). Hubungan Sunda dengan Tradisi Penulisan Babad di Daerah Banyumas. *Simposium Intenasional Ilmu-Ilmu Humaniora II*.
- Priyadi, S. (2000). Fenomena Kebudayaan yang Tercermin dari Dialek Banyumasan. *Jurnal Humaniora*, 12(1).
- Priyadi, S. (2002). *Banyumas: Antara Jawa dan Sunda*. Mimbar-The Ford Foundation.
- Priyadi, S. (2007). Cablaka sebagai Inti Model Karakter Manusia Banyumas. *Diksi: Jurnal Ilmiah Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 14(1), 11-18.
- Priyadi, S. (2008). Orientasi Nilai Budaya Banyumas: antara Masyarakat Tradisional dan Modern. *Humaniora*, 20(2), 158-167.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. PT Elex Komputindo.
- Purwaningrum, P. W. (2020). Variasi Leksikal Di Kabupaten Kebumen (Sebuah Kajian Dialektologi). *Wanastra: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 12(2), 2020.
- Rohidi, T. R. (2012). *Metodologi Penelitian Seni*. Cipta Prima Nusantara.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Cakrawala*, 2016. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/viewFile/1283/1055>
- Social, W. A. (2018). *We Are Social*. Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and ECommerce Use Around The World. New York: We Are Social. <https://wearesocial.com/>
- Sugiarto, Eko; Rohidi, Tjetjep Rohendi; Sony Kartika, D. (2017). The Art Education Construction of Woven Craft Society in Kudus Regency. *Harmonia: Journal of Arts Research and Education*, 17(1), 87-95.
- Trianton, T. (2016). Bahasa sebagai Identitas dan Perlawanan Kultural Masyarakat Banyumas Pascakolonial. In *Seminar Internasional "Indonesia : Art and Urban Culture"*.