

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian	Bayu Nitin Pratiwi	Erni Rahma Wardani	Indah Ramadhani Putri
Judul	Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin	Sarkasme dalam berbahasa pada kehidupan sehari-hari di wilayah Kabupaten Kendal	Analisis Stilistika Gaya Bahasa Meme Indonesia
Tahun	2017	2019	2019
Tujuan	untuk mengetahui dan menganalisis gaya komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin secara verbal maupun non verbal	untuk mengetahui adanya gaya bahasa sarkasme pada masyarakat Kendal dan menunjukkan fungsi sarkasme	untuk mengetahui Stilistika Gaya Bahasa Meme Indonesia di instagram. Skripsi ini mengambil objek formal yaitu Stilistika gaya bahasa, dan objek material berupa meme Indonesia di instagram
Teori	Teori Dramaturgi Peranan dalam komunikasi manusia berbicara tentang bagaimana	teori bentuk sarkasme, makna sarkasme, fungsi sarkasme, konteks dan situasi tutur	Hakikat Stilistika memfokuskan diri pada analisis gaya bahasa

	memaksimalkan indera verbal dan non-verbal untuk mencapai tujuan akhir komunikasi		
Metode	deskriptif dan kualitatif	metode simak dan metode catat	dokumentasi dan observasi
Hasil penelitian	Hasil video yang diteliti Ahmad Faiz Zainuddin mempunyai ciri khas dan dari daya tarik dalam memberikan pesan.. yang dimiliki oleh Ahmad Faiz Zainuddin sebagai komunikator dalam mengenalkan dan mempraktekkan SEFT (Spiritual Emotional Freedom Technique)) ciptaannya. Ia memiliki sikap tegas dan santai dalam penyampaian komunikasinya kepada pendengarnya.	adanya gaya bahasa sarkasme pada masyarakat Kendal menunjukkan fungsi sarkasme ada sembilan, diantaranya bentuk penolakan, penyampaian larangan, penyampaian informasi, penyampaian penegasan, penyampaian pendapat, penyampaian perintah, penyampaian pertanyaan, penyampaian persamaan, dan pernyataan	Penggunaan sosial media sebagai identitas serta pengaruh teknologi informasi melalui media sosial merubah sikap, perilaku, gaya berkomunikasi dan kebiasaan sejalan dengan berkembang pula bahasa di kalangan masyarakat. Sehingga pemakaian bahasa indonesia mengalami tantangan yang berat seiring masuknya berbagai alat komunikasi dan fasilitas media sosial. Gaya bahasa ini memang akan terus berkembang dengan seiring

			waktu dan eranya masing-masing
--	--	--	--------------------------------

2.2 Landasan Teori

2.3.1 Analisis Isi

Orang mengakses media massa semacam membaca pesan berita, mendengar radio maupun menyaksikan tv. bagaimana sebetulnya media massa meliput serta memberitakan seorang ataupun isu tertentu. Buat menganalisis isi pesan dari pesan berita, radio, maupun tv bias digunakan metode analisis isi(contentanalysis).

Analisis isi ialah metode riset buat mendapatkan cerminan isi pesan komunikasi massa yang dicoba secara objektif yakni salah satu karakteristik berarti yang dicoba buat memperoleh cerminan dari sesuatu isi, pula memakai manusia(human) namun wajib dibatasi subjektifitasnya supaya hasil analisis mencerminkan isi dari sesuatu bacaan. Analisis isi pula dicoba secara sistematis supaya bisa bermakna serta seluruh tahapan dalam proses riset sudah diformulasikan secara jelas. Tiap jenis yang dipakai memakai sesuatu definisi tertentu serta seluruh bahan dianalisis dengan jenis yang sama. Tidak hanya itu pula dicoba secara relevan serta penjelasan analisisnya boleh saja memakai tata metode pengukuran kuantitatif, kualitatif, ataupun apalagi keduanya sekalian.

R. Holsty mendefinisikan analisis isi selaku metode apapun yang digunakan buat menarik kesimpulan lewat usaha memastikan ciri pesan serta dicoba secara objektif sistematis. Analisis isi digunakan buat mendapatkan penjelasan dari isi komunikasi yang di informasikan dalam wujud lambang. (Jumal Ahmad, 2018)

Analisis isi dipakai buat menggambarkan ciri dari sesuatu pesan, analisis isi pula dipakai buat menanggapi persoalan“ what, to whom serta how”. Analisis ini menggambarkan secara perinci deskripsi dari sesuatu pesan yang cuma menggambarkan pesan bacaan.

Analisis isi menggambarkan secara detail deskripsi sesuatu pesan. Terdapat analisis isi yang cuma menggambarkan pesan (bacaan). Namun terdapat pula analisis isi yang didesain buat melaksanakan perbandingan. Desain analisis isi yang biasanya dipakai buat menggambarkan karakteristik pesan terdapat 4 ialah:

Analisis yang dipakai buat menggambarkan pesan dari sumber yang sama namun dalam waktu yang berbeda. Analisis isi dipakai buat memandang pesan pada suasana yang berbeda. Analisis isi digunakan buat memandang pesan pada khalayak yang berbeda. Analisis isi digunakan buat memandang pesan pada komunikator yang berbeda.

Dipaparkan kalau batasan-batasan tentang analisis isi dengan mengemukakan pendekatan ialah pendekatan kualitatif merupakan dengan memakai seperangkat tema selaku sesuatu wujud pedoman dalam menganalisis segala isi pesan-pesan dengan berupaya menerangkan gimana tema tersebut dibesarkan oleh sesuatu sumber media dengan mempelajari permasalahan yang terdapat didalamnya yang tidak mencakup jumlah. George serta Kraucer melaporkan, kalau Content Analysis Kualitatif lebih sanggup menyajikan nuansa serta lebih sanggup melukiskan prediksinya lebih baik. Hingga pada penelitian ini hendak memakai pendekatan kualitatif yang hendak menganalisis selurus isi pesannya supaya bisa menciptakan prediksi yang lebih baik. (Jumal Ahmad, 2018)

2.3 Definisi Konseptual

2.3.1 New Media

Media merupakan seluruh suatu yang bisa berbagi data dari sumber data kepada penerima data. Manfaat media merupakan mempermudah khalayak buat mendapatkan suatu yang di cari yang umumnya kita cari langsung dari tempatnya saat ini telah tidak begitu lagi, kita dapat mencari suatu lewat sarana internet.

Definisi lain mengemukakan, media baru ialah digitalisasi yang mana suatu konsep uraian dari kemajuan pertumbuhan era menimpa teknologi serta sains, dari seluruh yang bertabiat manual jadi otomatis, serta dari seluruh yang bertabiat rumit jadi ringkas. Digital merupakan suatu tata cara yang Komplek,

serta fleksibel yang membuatnya jadi suatu yang pokok dalam kehidupan manusia.(Jumal Ahmad, 2018)

Digital ini pula senantiasa berhubungan dengan media, sebab media ini merupakan suatu yang terus senantiasa tumbuh dari media era dulu(old media) hingga saat ini yang telah memakai digital(modern media/ new media). Pada keadaan ini ataupun dapat di bilang keadaan media baru, individu-individu dituntut buat paham ataupun apalagi menanggulangi seluruh kasus mereka cuma dengan memakai internet. Hendak namun, sangat kelewatan menyangka pengatasan sesuatu keadaan tersebut pula tidak baik.

bagi prespektif media baru ataupun dapat dikatakan second media ini pula mencuat atas penentuan budaya, jadi salah satunya merupakan orang dituntut buat paham ataupun memandang gimana metode berbicara dengan praktis.

New media yakni konsep yang menarangkan keahlian yang dengan sokongan fitur digital bisa mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga membagikan peluang untuk siapa saja, baik selaku penerima ataupun pengguna buat berpartisipasi aktif, interaktif serta kreatif terhadap umpan balik pesan yang membentuk komunitas ataupun warga“ baru” lewat isi media.

New media merupakan sebutan yang di maksudkan buat mencakup kemunculan media misalnya, media digital semacam, pc ataupun jaringan data lainnya. Teknologi media baru kerap kali mempunyai ciri yang bisa dimanipulasi. Sebagian contoh media baru yang bertabiat tidak memihak, internet, web, pc multimedia.

Hadirnya new media yang menggunakan sinyal teknologi digital berpotensi secara radikal menggeser kedudukan media lama sehingga menimbulkan media baru tampak buat mengatur data sekalian mengganti kerja manusia. Media baru ataupun new media merupakan sesuatu perlengkapan selaku fasilitas komunikasi yang dimana silih berhubungan, berbagi berkomentar, ubah data, mengenali kabar yang lewat saluran jaringan internet dan datanya senantiasa terkini secara kilat serta pula lebih ringkas membagikan data kepada pengguna new media.

New media mempunyai kecepatan buat melaksanakan suatu interaksi, lebih kilat serta lebih murah buat memperoleh suatu data terkini, sehingga khalayak bisa mengakses dimanapun serta kapanpun mereka ingin.

Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja bila jaringan internet mudah serta kilat hingga data yang di informasikan kepada pembacanya dengan kilat dan wajib terdapat pula koneksi internet dimana juga terletak bersama media baru.

Internet ialah salah satu teknologi komunikasi baru pula mempunyai keahlian buat menolong kita memilah serta mengendalikan data yang kita mau ataupun perlukan dengan lebih efektif. Khasiatnya, internet jauh lebih meringankan dalam menjembatani waktu serta jarak dibanding media-media yang telah terdapat terlebih dulu. Dari internet pula dapat memakai buat akses kita seluruh mulai dari Facebook contohnya, kita dapat mengakses Facebook kapanpun serta dimanapun kita ingin jika terdapat internet, kita selaku pengguna dapat memilah artikel pada Facebook yang menarik untuk kita sendiri.

2.3.2 Determinisme Teknologi

Seluruh peristiwa yang dicoba pengguna internet akibat pengaruh pertumbuhan teknologi itu ialah determinasi teknologi yang sesungguhnya sebab tanpa disadari manusia telah ketergantungan terdapatnya suatu yang dibawa oleh teknologi. Pertumbuhan teknologi tersebut kerap kali membuat manusia melaksanakan aksi luar kendali. Salah satu contohnya merupakan yang tadinya berbicara dengan metode tatap muka hingga pada saat ini berbicara lumayan dengan media elektronik ialah smartphome.(Sunarmani, 2006)

Inti dari teori ini merupakan kalau pergantian yang terjalin dalam bermacam berbagai metode berbicara hendak membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk orang gimana metode berpikir, berperilaku dalam warga serta teknologi tersebut kesimpulannya memusatkan manusia buat bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain.

Jadi inti dari teori ini merupakan suatu teori yang bawa pergantian dalam metode berbicara berperilaku dari manusia yang dahulunya tidak paham apa- apa jadi

paham sebab terdapatnya teknologi baru. contohnya, manusia pada era saat ini tentu sangat memerlukan internet apalagi tidak dapat lepas dari internet sebab apapun yang di akses apapun yang dicari seluruhnya terdapat pada internet, contohnya kala orang mau mengakses artikel kabar ataupun hiburan serta lain sebagainya dapat langsung membuka Facebook disitu telah ada lengkap.(Sarmiati, 2019)

2.3.3 Gaya Komunikasi

Komunikasi merupakan sesuatu kegiatan penyampaian data, baik itu pesan serta gagasan, dari satu pihak ke pihak yang lain. Umumnya kegiatan komunikasi ini dicoba secara verbal ataupun lisan sehingga mempermudah kedua belah pihak buat saling mengerti.(Rachmat Winata Fadly, 2017)

Gaya komunikasi (communication style) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu (a specialized set of interpersonal behaviors that are used in given situation). Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan jarak. Gaya komunikasi terdiri dari seperangkat perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (sender) dan harapan dari penerima (receiver). Berikut ini gaya komunikasi yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini (Witcher, 2020):

The controlling style. Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one-way communications. Controlling style of Communication ini lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut digunakan untuk

kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya. Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha menarik gagasan agar dibicarakan bersama, namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya. (*Negatif Yang Ditandai Dengan*, n.d.) The controlling style of communication ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respon atau tanggapan yang negatif pula.

2.4 Kerangka Berfikir

