

MOTIF PENGGUNAAN BAHASA SLANG OLEH *NCTZEN* DAN *WAYZENNI* PADA MEDIA SOSIAL 抖音 *DǒUYĪN*

Khoirunnisa Nabilah Mardiyanti

Pendidikan Bahasa Mandarin, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
khoirunnisanabilah.19034@mhs.unesa.ac.id

Subandi Subandi

subandi@unesa.ac.id

Abstrak

Saat ini dunia tengah mengalami perkembangan pesat dibidang teknologi komunikasi dimana manusia banyak yang menggunakan media sosial untuk saling berkomunikasi, salah satunya media sosial 抖音 *Dǒuyīn*. Banyaknya pengguna media sosial 抖音 *Dǒuyīn* ini membuat munculnya ragam bahasa baru seperti ragam bahasa slang. Pengguna bahasa slang di media sosial banyak yang berasal dari kalangan muda. Salah satu pengguna bahasa slang di media sosial 抖音 *Dǒuyīn* adalah penggemar *NCT* dan *WayV* yaitu *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* dimana banyak penggemar yang berasal dari kalangan muda sehingga banyak muncul penggunaan bahasa slang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor penyebab penggunaan bahasa slang yang digunakan oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif karena data penelitian ini berupa kalimat tuturan yang mengandung bahasa slang oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn*. Sedangkan metode penelitian ini adalah metode deskriptif dimana metode ini digunakan untuk mendeskripsikan faktor penyebab penggunaan bahasa slang yang dipakai oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn*. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan teknik simak bebas libat cakap dan dianalisis dengan teknik analisis isi. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil penelitian yaitu faktor penyebab penggunaan bahasa slang berupa faktor bahasa sebagai gengsi, faktor perkembangan zaman, faktor suasana interaksi, faktor lingkungan, dan faktor bahasa sebagai identitas.

Kata Kunci: Bahasa slang, *NCT*, *WayV*, *NCTZen*, *WayZenNi*.

Abstract

Currently the world is experiencing rapid development in the field of communication technology where many humans use social media to communicate with each other, one of which is social media 抖音 *Dǒuyīn*. The number of users of social media 抖音 *Dǒuyīn* has led to the emergence of new language varieties such as slang. Many users of slang language on social media come from young people. One of the slang language users on social media 抖音 *Dǒuyīn* is *NCT* and *WayV* fans, namely *NCTZen* and *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* where many fans come from young people so that a lot of slang language usage appears. This study aims to describe the factors causing the use of slang used by *NCTZen* and *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* on social media 抖音 *Dǒuyīn*.

This research is a qualitative research because the data of this research is in the form of speech sentences containing slang by *NCTZen* and *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* on social media 抖音 *Dǒuyīn*. While the method of this research is descriptive method where this method is used to describe the factors causing the use of slang language used by *NCTZen* and *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* on social media 抖音 *Dǒuyīn*. The data in this study were collected using free listening technique and analyzed using content analysis technique. Based on the data analysis, the result of the research is the factors causing the use of slang language are language as prestige, developmental factors, interaction atmosphere factors, environmental factors, and language as identity factors.

Keywords: Slang language, *NCT*, *WayV*, *NCTZen*, *WayZenNi*.

PENDAHULUAN

Saat ini dunia tengah mengalami perubahan besar diberbagai sektor, terutama sektor teknologi dan

komunikasi. Sebelumnya dunia memang sudah memasuki era globalisasi, teknologi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat. Beberapa tahun terakhir ini dunia

telah mengalami pandemi akibat virus Covid-19 yang membuat manusia harus menjaga jarak dan tidak bisa melakukan interaksi secara langsung. Hal tersebut menyebabkan manusia harus lebih meningkatkan kualitas teknologi agar dapat melakukan komunikasi dan interaksi dengan satu sama lain. Tuntutan inilah yang akhirnya membuat manusia untuk lebih meningkatkan kualitas teknologinya agar bisa berkomunikasi lebih baik lagi. Manusia tentu membutuhkan bahasa untuk menjadi alat komunikasi serta interaksi dengan satu sama lain. Hal itu selaras dengan pendapat Brown (2007: 6) "*language is used for communication and language is essentially human, although possibly not limited to humans*". Artinya, bahasa biasanya digunakan untuk melakukan komunikasi dan pada dasarnya bahasa lekat dengan manusia, walaupun kemungkinan tidak terbatas pada manusia saja (lihat pula Subandi, 2013: 3). Memang dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak akan bisa lepas dari bahasa, karena manusia merupakan makhluk sosial yang akan selalu melakukan interaksi dengan satu sama lain dan bahasa memiliki peran penting didalamnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, cara manusia dalam menggunakan bahasa untuk berkomunikasi pun semakin berkembang. Teknologi yang semakin canggih membuat segala informasi dari seluruh penjuru dunia dengan mudah diakses dan disebarkan, termasuk informasi mengenai budaya dan bahasa. Mudahnya akses ini membuat banyak kelompok baru yang terbentuk. Terbentuknya kelompok-kelompok ini memiliki potensi untuk menjadi penyebab munculnya bahasa baru yang hanya dimengerti oleh kelompok terkait. Seperti pernyataan milik Sumarsono (2014: 26) bahwa ada potensi pada setiap komunitas sosial untuk mempunyai bahasa yang berbeda dengan bahasa milik komunitas lain karena memiliki ciri khas tersendiri. Munculnya bahasa baru ini kebanyakan dikarenakan untuk memenuhi keinginan mengikuti *trend* perkembangan zaman yang terjadi di internet. Banyak komunitas pengguna internet yang menciptakan bahasa baru yang menarik dan unik, kemudian bahasa itu ikut digunakan oleh banyak pengguna lain dan menjadi topik hangat di internet. Komunitas sosial yang menjadi pengguna internet kebanyakan berasal dari kalangan anak muda yang biasanya tampak lebih kreatif. Hal ini menyebabkan munculnya ragam bahasa yang dipakai oleh anggota komunitas tersebut.

Ragam bahasa memiliki beberapa bentuk. Menurut Chaer (2010: 61) ragam bahasa dilihat dari golongan, status, tingkat, dan kelas sosial penuturnya terbagi menjadi delapan jenis yang mana salah satunya adalah ragam bahasa slang. Bahasa slang sendiri merupakan ragam bahasa yang hanya diketahui oleh lingkup kelompok penggunaannya saja. Oleh karena itu bahasa slang

biasanya bersifat rahasia dan khusus. Chaer (2010: 67) juga mengatakan bahwa bahasa slang umumnya dipakai oleh kalangan remaja atau anak muda, meskipun tetap ada kalangan tua yang juga menggunakan bahasa slang. Bahasa slang biasanya muncul sebagai salah satu akibat dari peristiwa-peristiwa baru yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Hal tersebut menyebabkan bahasa slang dapat berubah-ubah seiring dengan peristiwa dan fenomena baru yang terjadi setiap harinya. Saat ini masyarakat banyak mengungkapkan dan mengekspresikan dirinya melalui *platform* media sosial di internet. Ekspresi diri yang diungkapkan banyak yang menggunakan bahasa slang karena dianggap keren dan bisa mengikuti *trend*. Salah satu media sosial yang sering dipakai masyarakat saat ini ialah 抖音 *Dǒuyīn*.

抖音 *Dǒuyīn* sendiri merupakan platform asal negeri Tiongkok yang belakangan ini menjadi *trending*, biasa dikenal dengan sebutan *TikTok* untuk wilayah selain Tiongkok. Dengan menyediakan sarana untuk mengunggah dan melihat beragam video pendek, membuat 抖音 *Dǒuyīn* memiliki inovasi baru dan ciri khas tersendiri jika dibandingkan dengan *platform* media sosial yang lain. Inovasi baru itu nampaknya sangat digemari oleh kebanyakan orang. Dilansir dari CNBC terbit pada tanggal 18 September 2018 "*Currently long videos are being replaced by short videos in China. Usually short video is between a few seconds to a few minutes and this become one of the fastest growing trends in China which has made Douyin become one of the most popular Chinese short video applications*". Artinya, belakangan ini di Tiongkok video dengan durasi panjang mulai tergantikan oleh video dengan durasi pendek sekitar beberapa detik sampai beberapa menit dan hal ini menjadi salah satu *trend* yang sangat cepat berkembang di Tiongkok, yang mana membuat aplikasi seperti 抖音 *Dǒuyīn* menjadi salah satu aplikasi Tiongkok terpopuler.

Kepopuleran 抖音 *Dǒuyīn* ini terbukti dengan jumlah pengunduhan 抖音 *Dǒuyīn* yang bahkan dapat mengalahkan aplikasi seperti Instagram. Menurut data yang dimiliki CNBC dari *Sensor Tower TikTok* atau 抖音 *Dǒuyīn* sudah diunduh lebih dari 104 juta kali di toko aplikasi milik perusahaan Apple pada tahun 2018. Itu artinya *TikTok* atau 抖音 *Dǒuyīn* sudah melampaui sejumlah aplikasi terkenal seperti *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook* yang mana membuat *TikTok* atau 抖音 *Dǒuyīn* menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di *iOS* pada waktu itu. Popularitas 抖音 *Dǒuyīn* semakin tahun semakin bertambah, terbukti dengan jumlah unduhan yang terus bertambah. Dilansir dari CNN Indonesia terbit pada tanggal 19 November 2019 bahwa aplikasi asal Tiongkok yaitu *TikTok* atau 抖音 *Dǒuyīn* diklaim mencapai lebih

dari 1,5 miliar unduhan dan menjadikan *TikTok* atau 抖音 *Dōuyīn* mendapatkan peringkat ketiga setelah *WhatsApp* sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2019.

Besarnya jumlah pengguna 抖音 *Dōuyīn* membuat aplikasi ini menjadi salah satu *platform* media sosial yang sangat digemari untuk menjadi jembatan yang membantu kegiatan manusia, salah satu kegiatan tersebut yaitu dilakukannya promosi oleh banyak penyanyi seperti *NCT* dan *WayV*. Tidak dapat dipungkiri bahwa *NCT* dan *WayV* banyak mendapatkan atensi penggemarnya melalui aplikasi 抖音 *Dōuyīn*. Atensi yang banyak didapat melalui promosi di 抖音 *Dōuyīn* ini membuat *NCT* dan *WayV* menjadi salah satu *boygroup* yang sedang naik daun saat ini.

Hampir setiap *comeback* yang dilakukan oleh *NCT* dan *WayV* dapat meraup jutaan penjualan album musik. Seperti pada *comeback NCT Dream* pada tahun 2022 yang berhasil meraup 3,61 juta penjualan album. Dilansir dari *KapanLagi* terbit pada tanggal 13 Juni 2022 bahwa album kedua *NCT Dream* yang berjudul “Glitch Mode” ini dirilis pada 28 Maret 2022 berhasil mencapai 2,09 juta penjualan dan *repackaged* album keduanya yang berjudul “Beatbox” dirilis pada 30 Mei 2022 berhasil mencapai 1,52 juta penjualan, membuat *NCT Dream* mendapat predikat sebagai *triple million seller*. Pada 21 Desember 2022 *NCT Dream* juga berhasil menjual lebih dari 1 juta album *winter* yang berjudul “Candy”, dilansir dari *Soompi* terbit pada tanggal 21 Desember 2022 “Based on data from *Hanteo Chart on December 21, 2022 at 1:05 p.m. KST, “Candy” album only took two and a half days to reach 1 million album sales. After that, just a few hours later the album sells even more – around 1,2 million copies*”. Artinya, berdasarkan data dari *Hanteo Chart* pada 21 Desember 2022 pukul 1:05 KST, album “Candy” hanya membutuhkan waktu dua setengah hari untuk menjual 1 juta album. Bahkan setelah itu, hanya beberapa jam kemudian album ini berhasil terjual lebih banyak sekitar 1,2 juta album.

Selain berhasil menjual jutaan *copy* album musik, *NCT* dan *WayV* juga berhasil memenangkan banyak penghargaan. Seperti *WayV* yang berhasil mendapatkan penghargaan sebagai *Favorite Asian Artist* tahun 2020, *NCT Dream* dengan penghargaan *bonsang* di *Golden Disk Awards* tahun 2022, lalu ada *NCT 127* yang berhasil mendapatkan *daesang* di *Seoul Music Awards* tahun 2022 dan penghargaan-penghargaan lainnya. Bisa dibilang *NCT* dan *WayV* saat ini telah menjadi *trend center* dan *hot topic* dikalangan masyarakat khususnya kalangan remaja. *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* - sebutan *fandom NCT* dan *WayV* - kebanyakan berasal dari kalangan gadis remaja yang mana

tidak menutup kemungkinan komentar dan unggahan yang dibuat juga banyak yang menggunakan bahasa slang. Hal itu dikarenakan saat ini semakin marak fenomena penggunaan bahasa slang oleh kalangan anak muda, sedangkan para *fangirl NCT* dan *WayV* banyak yang berasal dari kalangan anak muda dimana tentunya akan berusaha mengikuti *trend*, maka dari itu kemungkinan penggunaan bahasa slang bisa dibilang cukup besar. Ditambah lagi *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* termasuk komunitas sosial baru dimana ada kemungkinan muncul ragam bahasa slang baru dari komunitas sosial ini. Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan faktor penyebab penggunaan bahasa slang oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dōuyīn*.

Menurut Early (2022: 14) ragam bahasa adalah suatu variasi bahasa yang jika dilihat berdasarkan penggunaannya akan berbeda-beda dimana biasanya menyesuaikan dengan hal yang dituturkan, lawan tutur, usia, hubungan sosial, dan sebagainya yang mana dari sini dapat dilihat bahwa ragam bahasa terjadi sesuai dengan konteks penuturnya. Dari pendapat tersebut dapat diambil pengertian bahwa ragam bahasa yaitu sebuah variasi bahasa yang terjadi sebagai akibat dari keberagaman interaksi sosial dalam suatu kelompok penutur dimana para penuturnya tidak homogen dan tentunya pemakaian bahasa dalam kelompok tersebut akan beragam pula sesuai dengan konteks penuturnya.

Ragam bahasa menurut Chaer (2010: 62) dapat dibedakan dari segi penuturnya berupa idiolek, dialek, kronolek, dan sosiolek juga dapat dibedakan dari segi fungsi pemakaiannya. Dari segi penutur berupa sosiolek sendiri dapat dibedakan lagi menjadi delapan macam, yaitu akrolek, basilek, vulgar, kolokial, ken, argot, jargon, dan slang. Dalam penelitian ini pembahasan berfokus pada ragam bahasa slang.

Ragam bahasa slang atau dikenal juga dengan bahasa gaul adalah bahasa yang terbentuk dari kreativitas penuturnya dimana bahasa ini cenderung bersifat bebas dan dapat berubah-ubah seiring dengan berjalannya waktu serta mengikuti perkembangan *trend*. Bahasa slang sendiri sangat identik dengan kalangan anak muda, meskipun ada juga kalangan tua yang juga menggunakan bahasa slang. Hal itu selaras dengan pendapat Subandi (2009: 35) bahwa bahasa slang merupakan bahasa yang umumnya digunakan untuk komunitas tertentu dan kebanyakan anggotanya adalah kalangan anak muda, selain itu bahasa slang umumnya juga tidak menganut pada aturan kaidah bahasa sehingga ragam bahasa ini bebas dan biasanya lebih mengarah pada aspek praktis serta untuk kesenangan. Dalam bahasa Mandarin ragam bahasa slang

biasa disebut dengan 网络语言 *wǎngluò yǔyán* atau 网络流行语 *wǎngluò liúxíng yǔ*.

Ragam bahasa slang juga memiliki karakteristik tersendiri, salah satunya yaitu bahasa slang hanya bersifat sementara dan dapat berubah dengan mengikuti perkembangan zaman. Menurut 盛 Shèng dan 卜 Bǔ (2018: 337) “来说网络语言有三方面的特点。1) 广泛性 2) 社会性 3) 时段性” *Lái shuō wǎngluò yǔyán yōusān fāngmiàn de tèdiǎn. 1) guǎngfàn xìng 2) shèhuì xìng 3) shíduàn xìng*. Dapat diartikan bahwa bahasa slang memiliki tiga karakteristik, yaitu bersifat *universal*, sosial, dan memiliki periode tertentu. Dari pendapat tersebut dapat dilihat bahwa bahasa slang bersifat *universal*, maksudnya dengan perkembangan sarana komunikasi berupa internet yang semakin pesat membuat bahasa slang yang awalnya hanya digunakan dalam kelompok tertentu lama kelamaan bisa juga diketahui dan dipakai oleh masyarakat luas. Hal itu mengarah juga pada karakteristik kedua yaitu sosial, karena bahasa slang yang sudah banyak diketahui masyarakat bisa menjadi bahasa komunikasi dan interaksi sosial sehari-hari. Apabila bahasa slang sudah menjadi hal biasa di kehidupan masyarakat, maka nantinya bahasa slang juga bisa ditinggalkan dan digantikan dengan bahasa slang yang baru, hal ini menjelaskan karakteristik bahasa slang yang ketiga yaitu memiliki periode tertentu.

Terjadinya peristiwa pengembangan ragam bahasa slang sehingga muncul banyak kosakata bahasa slang baru tentunya memiliki alasan dan faktor yang melatarbelakangi hal tersebut. Menurut Hardiyani (2015: 25) ada beberapa faktor penyebab penggunaan bahasa slang, yaitu:

1. Faktor Teman

Lingkup pertemanan biasanya banyak mempengaruhi kehidupan manusia, salah satunya adalah mempengaruhi cara manusia dalam menggunakan bahasa seperti penggunaan bahasa slang. Sadar ataupun tidak lingkungan pertemanan yang sering memakai bahasa slang akan membuat manusia menggunakan bahasa slang pula. Penggunaan bahasa slang sering dilakukan karena ingin mengikuti teman saja, setelah itu akan timbul rasa penasaran akan makna dan fungsi dari kata slang tersebut dan saat sudah mengetahuinya maka manusia terutama kalangan remaja akan menggunakan kosakata slang tersebut. Hal ini dilakukan agar tidak dianggap kurang gaul dalam sebuah lingkup pertemanan atau pergaulan. Sehingga faktor teman dapat dianggap sebagai salah satu faktor yang menyebabkan pemakaian bahasa slang.

2. Faktor Perkembangan Zaman

Seiring dengan perkembangan zaman, terjadi perkembangan juga dibidang bahasa dan budaya. Bahasa slang menjadi salah satu bentuk perkembangan bahasa. Bahasa slang sendiri terbentuk sebagai akibat dari perubahan sosial dari sebuah kelompok masyarakat. Dari perubahan sosial tersebut dan keinginan masyarakat untuk mengikuti perkembangan zaman membuat kreativitas manusia berkembang sehingga muncul penggunaan ragam bahasa slang. Dengan demikian, perkembangan zaman dianggap menjadi salah satu faktor yang menyebabkan penggunaan bahasa slang oleh masyarakat saat ini.

3. Faktor Suasana Interaksi

Bahasa slang paling sering dipakai oleh kalangan remaja. Remaja cenderung santai dan tidak kaku saat berkomunikasi. Oleh karena itu, bahasa slang biasanya bersifat santai, tidak kaku, dan tidak baku. Selain terkesan santai penggunaan bahasa slang ini juga membawa suasana interaksi yang akrab dan dekat.

4. Faktor Bahasa sebagai Gengsi

Pemakaian bahasa slang sering dinilai lebih bergengsi jika dibandingkan dengan bahasa yang formal dan baku. Selain itu bahasa slang juga banyak yang berasal dari serapan bahasa asing seperti bahasa Inggris yang mana hal ini dianggap sangat bergengsi. Penggunaan bahasa slang yang seperti ini membuat derajat penutur seperti naik karena dapat mengikuti perkembangan zaman dan mengerti bahasa asing. Dengan demikian, penggunaan bahasa slang sebagai gengsi dapat dianggap sebagai salah satu faktor penyebab penggunaan bahasa slang.

5. Faktor Bahasa sebagai Identitas

Identitas manusia biasanya dilihat komunitas atau kalangan mana manusia tersebut berasal. Melalui bahasa-bahasa yang digunakan oleh seseorang dapat dilihat identitas orang tersebut, karena manusia akan menguasai dan menggunakan bahasa kelompoknya agar dapat diterima dalam pergaulan kelompok tersebut. Dalam hal itu, salah satu bahasa yang dimaksud adalah bahasa slang. Dari hal ini dapat dimengerti bahwa manusia yang memakai bahasa slang telah menguasai bahasa slang dan telah menjadikan bahasa slang sebagai identitasnya.

Selain itu ada juga pendapat lain tentang faktor penyebab penggunaan bahasa slang yaitu pendapat milik Munir (2021: 15-19) yang menyatakan bahwa faktor penyebab penggunaan bahasa slang terdiri dari 1) faktor usia, 2) faktor pendidikan, dan 3) faktor lingkungan (mitra tutur, media sosial, televisi dan film).

NCT dan WayV adalah *boygroup* jebolan SM Entertainment. NCT sendiri merupakan singkatan dari *Neo Culture Technology* sedangkan WayV merupakan singkatan dari *We Are Your Vision*, WayV memiliki nama

dalam bahasa Mandarin yaitu 威神 V *WēiShén V* yang berarti *powerful gods*. *NCT* merupakan *boygroup* dengan konsep penambahan anggota grup terus menerus secara berkala dan memiliki beberapa *subunit* grup didalamnya, yaitu *NCT Dream*, *NCT U*, *NCT 127*, dan *WayV*. Jadi, *NCT* dan *WayV* masih merupakan satu grup. Sebenarnya jumlah anggota grup *NCT* dan *WayV* adalah 23 orang, tetapi tiga anggota grup *NCT* memutuskan untuk keluar dari grup ini dimana satu anggota keluar pada tanggal 10 Mei 2023 dan dua anggota lainnya keluar pada tanggal 24 Mei 2023. Hal tersebut membuat *NCT* dan *WayV* saat ini memiliki 20 anggota yang tersisa. Selain itu, SM *Entertainment* juga mengumumkan rencana penghentian konsep penambahan anggota grup *NCT* setelah *subunit* baru *NCT* yaitu *NCT Tokyo* debut pada tahun 2023 ini.

NCT dan *WayV* bisa dibilang merupakan salah satu *boygroup* yang sedang naik daun. Banyak prestasi yang telah diraih oleh grup ini mulai dari memenangkan banyak penghargaan diajang penghargaan bergengsi sampai penjualan album musik yang mereka ciptakan berhasil menembus jutaan penjualan hanya dalam waktu singkat. Selain itu, masing-masing anggota dari *NCT* dan *WayV* juga memiliki prestasi yang mengesankan seperti beberapa anggota yang berhasil membintangi beberapa film dan drama terkenal. Lalu, ada dua anggota yang menjadi juri salah satu ajang kompetisi musik bergengsi di Tiongkok dan Korea Selatan. Kemudian, ada salah satu anggota yang berhasil menjadi juara dua pada kompetisi “High School Rapper” dan masih banyak prestasi-prestasi lainnya. Prestasi-prestasi tersebut juga menjadi salah satu faktor *NCT* dan *WayV* bisa terkenal dan memiliki banyak penggemar seperti sekarang.

Penggemar *NCT* dipanggil dengan sebutan *NCTZen* yang diresmikan pada tanggal 12 Juni 2017, sedangkan penggemar *WayV* dipanggil dengan sebutan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* yang memiliki arti *WayV cherishes you* yang diresmikan pada tanggal 20 September 2019. *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* memiliki warna khusus yaitu hijau neon.

METODE

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2007: 159) bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian dimana prosedur penelitiannya menghasilkan data dalam bentuk kata atau kalimat baik tertulis maupun lisan dari orang atau tindakan yang dapat dilihat dan diamati serta bukan berupa angka atau simbol dan tidak ada perhitungan statistika di dalamnya. Selaras dengan pendapat tersebut, penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif karena data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data tertulis yaitu berupa semua komentar dan *caption* milik *NCTZen* dan *WayZenNi* (威

神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* yang mengandung bahasa slang.

Selanjutnya agar penelitian dapat berjalan secara tersistem dan runtut dalam penelitian juga diperlukan metode penelitian. Metode yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian mengenai bahasa slang yang terdapat pada tulisan komentar dan *caption* dalam unggahan milik *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn*. Fenomena bahasa slang tersebut dijelaskan secara mendalam dan menyeluruh sehingga diperoleh hasil berupa gambaran yang kongkrit sesuai dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis data dan metode deskriptif digunakan untuk menyajikan hasil analisis.

Data dalam penelitian ini berupa semua komentar dan *caption* milik *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* yang mengandung bahasa slang dalam bahasa Mandarin di media sosial 抖音 *Dǒuyīn*. Secara keseluruhan diperoleh 70 data yang kemudian diklasifikasikan berdasarkan faktor penyebab penggunaan bahasa slang menjadi lima jenis. Untuk memperoleh data diperlukan tempat yang menjadi tempat keberadaan data yang disebut sumber data. Pada penelitian ini data diperoleh dari dua sumber data, pertama berupa akun milik penggemar *NCT* dan *WayV* yaitu *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* dan kedua berupa akun resmi milik *NCT* dan *WayV* di media sosial 抖音 *Dǒuyīn*. Agar permasalahan dan pembahasan lebih fokus, sumber data penelitian ini dibatasi pada unggahan yang dikirim pada periode bulan Desember tahun 2022 sampai bulan Februari tahun 2023. Hal tersebut dikarenakan banyaknya video dan komentar yang diunggah oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ*. Periode tersebut dipilih dengan alasan karena tingkat penggunaan slang yang lebih tinggi jika dibandingkan periode waktu yang lain.

Penelitian ini menggunakan teknik SBLC (Simak Bebas Libat Cakap) sebagai teknik pengumpulan data. Mahsun (2017: 93) menyatakan bahwa teknik simak bebas libat cakap adalah teknik dimana peneliti hanya berperan menjadi pengamat tindakan penggunaan bahasa oleh para penuturnya. Penggunaan teknik simak bebas libat cakap dalam penelitian ini dikarenakan peneliti tidak ikut dalam pembicaraan berupa komentar dan *caption* yang ditulis dalam unggahan mengenai *NCT* dan *WayV* di media sosial 抖音 *Dǒuyīn* sehingga peneliti tidak ikut menentukan pemunculan dan pembentukan bahasa slang yang menjadi data. Teknik pengumpulan data dalam

penelitian ini dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut: 1) membaca data, 2) mengkompilasikan data, 3) menerjemahkan data, 4) penandaan data, 5) mencatat data, dan 6) pengodean data.

Setelah data terkumpul, dibutuhkan tahap validasi data yang dibagi menjadi dua tahapan yaitu validasi data dan validasi terjemahan data. Kedua tahap validasi tersebut diuji oleh dosen bahasa Mandarin Unesa yang berkompeten. Setelah tahap tersebut, dilakukan analisis data yang mana dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi. Berikut merupakan tahapan-tahapan dalam melakukan analisis data dalam penelitian ini: 1) klasifikasi data, 2) analisis data, dan 3) mendeskripsikan hasil dan mengambil kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis mengenai 70 data ragam bahasa slang yang digunakan oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dōuyīn* periode Desember 2022 sampai Februari 2023, didapatkan hasil yang dideskripsikan menurut faktor penyebab penggunaan bahasa slang.

Tabel 1 Jumlah Data Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang

No.	Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang	Jumlah Data
1.	Faktor bahasa sebagai gengsi	22
2.	Faktor perkembangan zaman	21
3.	Faktor suasana interaksi	18
4.	Faktor lingkungan	15
5.	Faktor bahasa sebagai identitas	10
Jumlah		86 Data

Jumlah data yang tertera pada tabel di atas merupakan total jumlah data sesuai dengan faktor penyebab penggunaan masing-masing data bahasa slang. Terdapat beberapa data yang memiliki faktor penyebab lebih dari satu sehingga jumlah data pada tabel di atas lebih dari 70 data karena data yang memiliki faktor penyebab lebih dari satu akan dihitung sesuai dengan jumlah faktor penyebab yang dimiliki data tersebut. Berikut merupakan deskripsi dari hasil analisis data menurut faktor penyebab penggunaan bahasa slang:

1. Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang sebagai Gengsi

Faktor bahasa sebagai gengsi merupakan faktor dimana bahasa slang dianggap lebih bergengsi untuk digunakan dibandingkan bahasa formal. Bahasa slang juga banyak yang berasal dari serapan bahasa asing yang mana membuat bahasa slang dinilai lebih bergengsi lagi (Hardiyana, 2015: 25). Data yang memiliki faktor penyebab ini pada bahasa slang yang digunakan oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜

你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dōuyīn* berjumlah 22 data. Berikut merupakan deskripsi dari tiga data yang mewakili faktor penyebab penggunaan bahasa slang sebagai gengsi.

1) i

bgm 我 i 了 🍷🍷

bgm wǒ i le 🍷🍷

(Aku **suka** bgmnya)

(NW.ZZ.01.06)

Pada kalimat tersebut huruf ‘i’ merupakan bahasa slang yang memiliki makna suka atau cinta. Huruf ‘i’ di sini dilafalkan menggunakan pelafalan dalam bahasa Inggris yang terdengar serupa dengan pelafalan kata ‘愛 ài’ dalam bahasa Mandarin. Faktor yang menyebabkan penggunaan bahasa slang tersebut adalah faktor bahasa sebagai gengsi. Kata tersebut merupakan serapan dari bahasa asing yang mana penggunaan kata ‘i’ dikarenakan penutur menganggap kata ini lebih bergengsi dan membuat penutur terlihat lebih keren.

2) ky

CP 脑视频 勿 ky

CP nǎo shìpín wù ky

(Video pasangan, jangan **terlalu lucu**)

(NW.ZE.02.17)

Pada kalimat tersebut kata ‘ky’ merupakan bahasa slang yang berasal dari bahasa Jepang yaitu ‘可愛い *kawaii*’ yang memiliki makna lucu. Kata ‘ky’ di sini dilafalkan menggunakan pelafalan dalam bahasa Inggris yang terdengar mirip dengan pelafalan kata ‘可愛い *kawaii*’ dalam bahasa Jepang. Faktor bahasa sebagai gengsi menjadi faktor penggunaan kata ini. Bahasa slang pada kalimat tersebut merupakan kata serapan dari bahasa asing yang mana penggunaan kata ‘ky’ pada kalimat tersebut dikarenakan penutur menganggap kata ini lebih bergengsi dan membuat penutur terlihat lebih keren serta lebih mudah untuk ditulis daripada jika penutur menggunakan kata 可爱 *kě'ài* dalam bahasa Mandarin.

3) wuli

啊啊啊啊啊啊啊啊 **wuli** jisung

aaaaaaa **wuli** jisung

(Aaaaa Jisung **kita**)

(NW.CX.02.27)

Pada kalimat tersebut kata ‘wuli’ merupakan bahasa slang yang berasal dari bahasa Korea yaitu ‘우리 *uri*’ yang memiliki makna kita atau kami. Faktor penyebab penggunaan bahasa slang tersebut adalah faktor sebagai gengsi. Bahasa slang pada kalimat tersebut merupakan kata serapan dari

bahasa asing yang mana penggunaan kata ‘wuli’ pada kalimat tersebut dikarenakan penutur menganggap kata ini lebih bergengsi dan membuat penutur terlihat lebih keren jika dibandingkan memakai kata 我们的 *wǒmen de* dalam bahasa Mandarin (hal ini sesuai dengan pendapat Hardiyana, 2015: 25).

2. Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang Perkembangan Zaman

Faktor perkembangan zaman merupakan faktor dimana bahasa slang terbentuk sebagai akibat dari perubahan sosial dari sebuah kelompok masyarakat, yang mana menimbulkan keinginan masyarakat untuk mengikuti perkembangan zaman dan membuat munculnya penggunaan ragam bahasa slang (Hardiyana, 2015: 25). Data yang memiliki faktor penyebab ini pada bahasa slang yang digunakan oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你 *Wēishén V Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* berjumlah 21 data. Berikut merupakan deskripsi dari tiga data yang mewakili faktor penyebab penggunaan bahasa slang perkembangan zaman.

1) 卖萌 *màiméng*

让我们来感谢净汉吧，感谢他掀起了尅泡爱豆卖萌潮 🥰🥰🥰
ràng wǒmen lái gǎnxiè jǐnghàn ba, gǎnxiè tā xiānqǐ le kèpào àidòu màiméng cháo 🥰🥰🥰
(Mari kita berterimakasih pada Jeonghan, terimakasih karena telah memulai tren **imut** di kalangan K-pop *idol*)

(NW.XD2.01.06)

Pada kalimat tersebut kata ‘卖萌 *màiméng*’ merupakan bahasa slang yang memiliki makna imut. Hal yang menjadi faktor penyebab penutur memakai bahasa slang tersebut yaitu faktor perkembangan zaman. Sebelum ada kata tersebut masyarakat biasa menggunakan kata 可爱 *kě'ài* untuk mengatakan imut. Kata ‘卖萌 *màiméng*’ sendiri awalnya tidak ada, tapi kemudian mengalami proses penggabungan dua morfem yaitu ‘卖 *mài*’ (menjual) dan ‘萌 *méng*’ (tunas) dikarenakan adanya perkembangan zaman yang membuat munculnya bahasa slang baru yaitu kata ‘卖萌 *màiméng*’ ini. Oleh karena itu, penutur akhirnya ikut menggunakan bahasa slang tersebut untuk mengikuti perkembangan zaman berupa tren bahasa slang ini.

2) 巨 *jù*

居然被发现了，盒档双担真的巨快乐! 🥰🥰🥰
jūrán pī fāxiàn le, hé dǎng shuāng dān zhēnde jù kuàilè! 🥰🥰🥰

(Ternyata sudah ditemukan, kotak dua orang yang disukai secara adil, amat **sangat** senang!)
(NW.AB.01.12)

Pada kalimat tersebut kata ‘巨 *jù*’ merupakan bahasa slang yang memiliki arti sangat. Faktor perkembangan zaman menjadi penyebab penggunaan bahasa slang ini. Kata ‘巨 *jù*’ sendiri memiliki makna secara harfiah yaitu besar yang kemudian mengalami perubahan makna karena perkembangan zaman yang membuat munculnya bahasa slang baru seperti kata ‘巨 *jù*’ ini. Oleh karena itu, penutur akhirnya ikut menggunakan bahasa slang tersebut untuk mengikuti perkembangan zaman.

3) **xxs**

xxs

(Dia sudah dewasa tapi terlihat seperti anak-anak)

(NW.DI.01.14)

Kata ‘**xxs**’ merupakan bahasa slang singkatan dari 小学生 *xiǎo xuéshēng* yang berarti dia sudah dewasa tapi terlihat seperti anak-anak. Kata ini sebenarnya memiliki makna secara harfiah yaitu siswa sekolah dasar, tetapi seiring dengan perkembangan zaman membuat kata ini mengalami perubahan makna dan menjadi bahasa slang baru. Hal itu menunjukkan bahwa faktor dari penggunaan bahasa slang ini yaitu faktor perkembangan zaman dimana penutur memilih menggunakan kata ‘**xxs**’ ini untuk mengikuti perkembangan zaman dan untuk mengikuti tren (hal ini sesuai dengan pendapat Hardiyana, 2015: 25).

3. Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang Suasana Interaksi

Faktor suasana interaksi merupakan faktor dimana penggunaan bahasa slang ini dirasa santai dan tidak kaku sehingga membawa suasana interaksi yang akrab dan dekat (Hardiyana, 2015: 25). Data yang memiliki faktor penyebab ini pada bahasa slang yang digunakan oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你 *Wēishén V Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* berjumlah 18 data. Berikut merupakan deskripsi dari tiga data yang mewakili faktor penyebab penggunaan bahasa slang suasana interaksi.

1) **dbq**

dbq 一看到娜娜这场就想到他听到粉丝感冒那样子好像等了许久
dbq yī kàndào Nàna zhè chǎng jiù xiǎngdào tā tīngdào fēnsī gǎnmào nà yàngzi hǎoxiàng děng le xǔjiǔ

(**Maaf**, begitu saya melihat Nana di acara ini langsung terpikir dia yang mendengar penggemar sedang flu, mungkin telah lama menunggu)

(NW.YH.01.06)

Pada kalimat tersebut kata '**dbq**' merupakan bahasa slang singkatan dari 对不起 *duìbuqǐ* yang memiliki makna maaf. Faktor yang menyebabkan penggunaan bahasa slang tersebut adalah faktor suasana interaksi. Hal ini karena penutur memakai kata '**dbq**' di media sosial yang tentunya suasana interaksi di media sosial akan terasa santai dan tidak kaku. Kata '**dbq**' sendiri disingkat karena penutur merasa suasana interaksi saat itu santai sehingga penutur bisa menggunakan kata yang sederhana dan nyaman.

2) **ss**

讨厌死 **ss** 了 😞😞😞
tǎoyàn sǐ ss le 😞😞😞

(Benci dengan **penggemar yang terlalu fanatik**)

(NW.HL.02.14)

Pada kalimat tersebut kata '**ss**' merupakan bahasa slang yang memiliki makna penggemar yang terlalu fanatik. Faktor suasana interaksi menyebabkan penutur menggunakan kata ini dimana dari kalimat tersebut penutur terlihat sedang marah. Hal itu menyebabkan penutur memilih menulis kata '**ss**' daripada kata aslinya yang lebih panjang karena saat marah seseorang cenderung ingin menulis dengan cepat dan kata '**ss**' ini dinilai lebih singkat dan mudah untuk ditulis.

3) **6666**

罗澐民笑死我 **6666**

Luō Zāimín xiào sǐ wǒ **6666**

(Na Jaemin sangat lucu, **keren**)

(NW.HS.01.10)

Pada kalimat tersebut angka '**6666**' merupakan bahasa slang yang dianggap mirip dengan pelafalan kata 溜 *liù* dan 牛 *niú* yang artinya keren atau hebat. Faktor penyebab penggunaan angka ini yaitu faktor suasana interaksi. Pada kalimat tersebut penutur terlihat ingin menyampaikan ekspresi kagum dengan mengatakan bahasa slang '**6666**' ini. Dari kalimat yang ditulis penutur bisa dilihat bahwa penutur suasana interaksi di sini adalah suasana yang lucu dan membuat penutur tertawa sehingga penutur merasa kagum dengan penyebab kelucuan itu dan mengatakan '**6666**' (keren) (hal ini sesuai dengan pendapat Hardiyanto, 2015: 25).

4. Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang Lingkungan

Faktor lingkungan merupakan faktor dimana penggunaan bahasa slang berasal lingkungan pertemanan yang kemudian dari sinilah pengguna mendapatkan informasi mengenai film, televisi, dan media sosial yang menjadi tempat awal penggunaan bahasa slang (Munir, 2021: 16-17). Data yang memiliki faktor penyebab ini pada bahasa slang yang digunakan oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *Wēishén V Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* berjumlah 15 data. Berikut merupakan deskripsi dari tiga data yang mewakili faktor penyebab penggunaan bahasa slang lingkungan.

1) **tmd**

tmd 罗澐民真的好帅 (另外俩也好帅啊啊)

tmd Luō Zāimín zhēnde hǎo shuài (lìngwài liǎ yě hǎo shuài aa)

(**Sial** Na Jaemin amat sangat tampan (dua lainnya juga tampan))

(NW.DB.12.25)

Pada kalimat tersebut kata '**tmd**' merupakan bahasa slang yang memiliki makna kata umpatan sial. Hal yang menjadi faktor pemakaian bahasa slang tersebut adalah faktor lingkungan dimana penggunaan kata '**tmd**' ini biasanya banyak digunakan di lingkungan pertemanan dan pada kalimat tersebut penutur memang menulis kata '**tmd**' yang ditujukan kepada temannya.

2) **cp**

是谁的 **cp** 今天双人直播了 😍😍 原来是我的 😍😍

shì shéi de **cp** jīntiān shuāngrén zhíbò le 😍😍

yuánlái shì wǒ de 😍😍

(**Pasangan** siapa yang hari ini melakukan siaran langsung berdua, ternyata milikku)

(NW.HY.12.14)

Pada kalimat tersebut kata '**cp**' merupakan bahasa slang yang merupakan singkatan dari kata dalam bahasa Inggris yaitu *couple* yang memiliki makna pasangan. Faktor penyebab penggunaan bahasa slang tersebut yaitu faktor lingkungan. Kata '**cp**' banyak digunakan di media sosial, jadi bisa dibayangkan kata '**cp**' ini menjadi salah satu bahasa slang yang cukup terkenal. Hal itu membuat penutur memilih untuk menggunakan kata '**cp**' pada kalimat tersebut karena penutur tentunya sering melihat kata '**cp**' ini sehingga penutur akhirnya juga ikut menggunakan kata tersebut.

3) **xswl**

xswl

(**Membuatku tertawa**)

(NW.CC.02.11)

Kata 'xswl' merupakan bahasa slang yang memiliki makna membuatku tertawa. Kata ini merupakan singkatan dari 笑死我了 *xiào sǐ wǒ le*. Faktor lingkungan menjadi penyebab pemakaian bahasa slang ini. Kata 'xswl' banyak digunakan di media sosial, jadi bisa dibilang kata 'xswl' ini menjadi salah satu bahasa slang yang populer. Hal itu membuat penutur memilih untuk menggunakan kata 'xswl' karena penutur tentunya sering melihat kata ini digunakan sehingga membuat penutur akhirnya juga ikut menggunakan kata tersebut. Selain itu kata 'xswl' ini juga sering digunakan untuk berbicara dengan teman karena dianggap lebih santai dan tidak kaku. Pada data tersebut penutur memang menggunakan kata 'xswl' ini untuk berbicara dengan temannya (hal ini sesuai dengan pendapat Munir, 2021: 16-17).

5. Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang sebagai Identitas

Faktor bahasa sebagai identitas merupakan faktor dimana bahasa slang menjadi identitas penggunanya. Identitas manusia biasanya dapat dilihat dari komunitas atau kalangan mana manusia tersebut berasal yang mana penggunaan bahasa slang dapat menunjukkan identitas penggunanya berasal dari komunitas mana (Hardiyana, 2015: 25). Data yang memiliki faktor penyebab ini pada bahasa slang yang digunakan oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* berjumlah 10 data. Berikut merupakan deskripsi dari tiga data yang mewakili faktor penyebab penggunaan bahasa slang sebagai identitas.

1) 黑子 *hēizi*

我们太🔥了, 黑子们请忍耐一下, 音源榜上 top1 的歌手呀

wǒmen tài🔥le, hēizǐmen qǐng rěnnài yīxià, yīnyuán bǎng shàng top1 de gēshǒu ya

(Kami sangat *hot*, para *haters* tolong bersabar, penyanyi no 1 di *chart* musik)

(NW.TX.12.18)

Pada kalimat tersebut kata '黑子 *hēizi*' merupakan bahasa slang yang berarti *haters*. Faktor penyebab penggunaan bahasa slang tersebut adalah faktor bahasa sebagai identitas dimana kata tersebut merupakan kata yang muncul dari komunitas penggemar K-pop. Hal itu membuat penutur memilih menggunakan bahasa slang ini dikarenakan penutur ingin menunjukkan identitasnya yaitu sebagai salah satu anggota komunitas penggemar K-pop tersebut.

2) kdl

kdlkdl 🤔🤔

(Pasangan yang aku dukung melakukan hal yang sangat lucu, pasangan tersebut nyata)

(NW.GD.02.09)

Kata 'kdl' merupakan bahasa slang yang singkatan dari 磕到了 *kēdào le* yang berarti pasangan yang aku dukung melakukan hal yang sangat lucu, pasangan tersebut nyata. Faktor bahasa sebagai identitas menjadi alasan digunakannya bahasa slang ini dimana kata tersebut merupakan kata yang muncul dari komunitas penggemar K-pop. Biasanya penggemar K-pop suka memasang-masangkan idolanya dengan idola lain dan mendukung pasangan yang dibuat sendiri itu. Saat melihat pasangan tersebut melakukan momen bersama membuat para penggemar yang mendukung pasangan tersebut merasa senang dan merasa yakin bahwa pasangan yang dibuat itu nyata. Dari sinilah kata *kdl* ini menjadi sering digunakan oleh para penggemar K-pop. Hal itu membuat pada kalimat tersebut penutur memilih menggunakan bahasa slang ini dikarenakan penutur ingin menunjukkan identitasnya yaitu sebagai salah satu anggota komunitas penggemar K-pop.

3) 哦莫 *ómò*

哦莫哦莫娜滋民一给莫呀 🤔

ómò ómò Nà Zāimín yīgěi mòya 🤔

(Ya Tuhan Ya Tuhan Na Jaemin ini apa)

(NW.MG.12.08)

Pada kalimat tersebut kata '哦莫 *ómò*' merupakan bahasa slang yang berasal dari bahasa Korea yaitu '어머 *eomeo*' (biasa ditulis *omo*) yang memiliki makna Ya Tuhan. Faktor penyebab penggunaan bahasa slang tersebut adalah faktor bahasa sebagai identitas dimana kata tersebut merupakan kata yang muncul dari komunitas penggemar K-pop. Hal itu membuat penutur memilih menggunakan bahasa slang ini daripada memaknai 我的天啊 *wǒ de tiān a* (Ya Tuhan) dikarenakan penutur ingin menunjukkan identitasnya yaitu sebagai salah satu anggota komunitas penggemar tersebut (hal ini sesuai dengan pendapat Hardiyana, 2015: 25).

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dideskripsikan sebelumnya, diketahui faktor penyebab penggunaan bahasa slang oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* periode Desember 2022 sampai Februari 2023. Hasil dari penelitian ini dibahas dalam bentuk uraian berikut dimana faktor penyebab penggunaan

bahasa slang yang ditemukan pada komentar dan *caption* yang ditulis oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* periode Desember 2022 sampai Februari 2023 berjumlah total 86 data. Faktor penyebab penggunaan bahasa slang tersebut yaitu faktor bahasa sebagai gengsi dengan jumlah 22 data, faktor perkembangan zaman dengan jumlah 21 data, faktor suasana interaksi dengan jumlah 18 data, faktor lingkungan dengan jumlah 15 data, dan faktor bahasa sebagai identitas dengan jumlah 10 data. Dapat dilihat bahwa faktor penyebab penggunaan slang yang paling banyak terjadi pada data yang ditemukan adalah faktor bahasa sebagai gengsi.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil simpulan bahwa penggunaan bahasa slang oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* periode Desember 2022 sampai Februari 2023, yaitu faktor penyebab penggunaan bahasa slang yang dipakai oleh *NCTZen* dan *WayZenNi* (威神 V 珍惜你) *WēishénV Zhēnxī Nǐ* pada media sosial 抖音 *Dǒuyīn* adalah faktor bahasa sebagai gengsi, faktor perkembangan zaman, faktor suasana interaksi, faktor lingkungan, dan faktor bahasa sebagai identitas.

Saran

1. Penelitian mengenai bahasa slang khususnya dalam bahasa Mandarin masih sangat jarang dilakukan di Indonesia, padahal bahasa slang adalah salah satu topik penelitian dibidang linguistik yang sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut dan lebih dalam. Oleh karena itu, diharapkan peneliti lain dapat tertarik untuk mengambil topik bahasa slang untuk diteliti lebih lanjut lagi.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan tambahan ilmu bagi pembaca maupun peneliti lain yang ingin meneliti mengenai bahasa slang, khususnya penelitian bahasa slang dalam bahasa Mandarin.
3. Bagi peneliti lain yang tertarik meneliti bahasa slang bisa menggunakan sumber data selain media sosial 抖音 *Dǒuyīn* seperti *Twitter* atau bisa menggunakan sumber data selain media sosial seperti komik, novel, dan *variety show*.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, D. L. (2021). Proses Pembentukan Kata dan Makna Bahasa Gaul pada Fans Wang Yibo di Media

Sosial Weibo Periode 2020. *Jurnal Mandarin Unesa*, 3(2), 1–21.

Amrullah, L. (2013). *Slang dalam Situs 9GAG.Com: Suatu Kajian Sociolinguistik*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. dapat diakses pada https://www.academia.edu/31159477/Slang_Dalam_Situs_9gag_Com_Kajian_Sociolinguistik. (diakses pada 9 Maret 2023)

Amrullah, L. (2018). *Slang Bahasa Inggris di Dunia Maya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Brown, H. D. (2007). *Principles of Language Learning and Teaching* (5th ed.). New York: Pearson Education.

Cha, E. (2022). *Nct Dream Becomes Only Artist with 3 Million-Seller Albums in 2022 as "Candy" Soars Past 1.2 Million Sales in Just 3 Days*. Soompi. <https://www.soompi.com/article/1559586wpp/nct-dream-becomes-only-artist-with-3-million-seller-albums-in-2022-as-candy-soars-past-1-2-million-sales-in-just-3-days> (diakses pada 12 Februari 2023)

Chaer, A., & Leonie, A. (2010). *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Chen, Q. (2018). *The Biggest Trend in Chinese Social Media is Dying, and Another has Already Taken Its Place*. CNBC. <https://www.cnbc.com/2018/09/19/short-video-apps-like-douyin-tiktok-are-dominating-chinese-screens.html> (diakses pada 8 Februari 2023)

CNN Indonesia. (2019). *Kalahkan Instagram, Tiktok Diunduh 1,5 Miliar Pengguna*. CNN. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191119104916-185-449598/kalahkan-instagram-tiktok-diunduh-15-miliar-pengguna> (diakses pada 11 Februari 2023)

Djajasudarma, T. F. (2006). *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: Refika Aditama.

Dwinanto, Z. A. (2021). Slang dalam Video Youtube Mandarin Corner: Kajian Morfosemantik. *Jurnal Mandarin Unesa*, 3(2), 1–13.

Early, A. Y. (2022). *Analisis Variasi Bahasa pada Tweet Pengguna Twitter (Kajian Sociolinguistik)* [IKIP PGRI Pontianak]. (Online). <http://digilib.ikipgripta.ac.id/id/eprint/1037/> (diakses pada 31 Maret 2023)

Fajriati, N. L. (2020). *Slang Fans Korean Pop dalam Fandom ARMY pada Akun Instagram Armybaseina*. Skripsi. Surabaya: Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia FBS Universitas Negeri Surabaya.

Hardiyana, R. (2015). *Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Gaul (Prokem) pada Remaja (Studi pada Remaja di SMA Gajah Mada Bandar Lampung)*

- [Universitas Lampung]. (Online). <http://digilib.unila.ac.id/10516/> (diakses pada 22 Maret 2023)
- Hilaliyah, H. (2010). Maraknya Penggunaan Bahasa Gaul di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Atas. *Deiksis*, 2(1), 13–26. dapat diakses pada <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/391/0> (diakses pada 10 Maret 2023)
- Inderasari, E., Fadillah, R. L., & Tahe, P. (2020). Variasi Bahasa Slang dalam Talkshow “Hitam Putih” Trans7. *LOA: Jurnal Ketatabahasaan dan Kesusastraan*, 15(1), 11–22.
- KapanLagi. (2022). *Nct Dream Dapatkan Predikat Triple Million Seller untuk Kedua Kalinya*. KapanLagi.Com. <https://www.kapanlagi.com/korea/nct-dream-dapatkan-predikat-triple-million-seller-untuk-kedua-kalinya-b59073.html> (diakses pada 12 Februari 2023)
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mahsun. (2017). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir, S. (2021). *Penggunaan Slang pada Generasi Z di Twitter* [IAIN Syekh Nurjati Cirebon]. (Online). <http://repository.syekhnujati.ac.id/5576/> (diakses pada 31 Maret 2023)
- Prayudi, S., & Nasution, W. (2020). Ragam Bahasa dalam Media Sosial Twitter: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Metamorfosa*, 8(2), 269–280.
- Rahman, W., & Saudin, L. (2022). *Bahan Ajar Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Rahmaniyah. (2016). *Penggunaan Ragam Bahasa Slang [俚语] Antar Tokoh dalam Drama Serial 《一又二分之一的夏天》 Karya [朴敏贞] Piao Min Zhen*. Skripsi. Surabaya: Program Studi Pendidikan Bahasa Mandarin FBS Universitas Negeri Surabaya.
- Ramlan, M. (2019). *Morfologi Suatu Tinjauan Deskriptif*. Yogyakarta: C.V. Karyono.
- Simpson, I. W. (2021). *Morfologi Kajian Proses Pembentukan Kata*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Subandi, S. (2009). Struktur dan Makna Bahasa Anak Muda Jepang. *Verba: Jurnal Ilmu Bahasa*. Universitas Negeri Surabaya (Online) dapat diakses pada <https://banjuchi69.files.wordpress.com/2016/10/verba-2009.pdf> (diakses pada 9 Maret 2023)
- Subandi, S. (2013). Bahasa dalam Realitas Kehidupan Berbahasa. Dalam Mael, Masilva Raynox dan Subandi. *Bunga Rampai Linguistik Terapan I.2013*. Pp 1-19. Bintang Surabaya. (Online). <https://banjuchi69.files.wordpress.com/2016/10/bunga-rampai-linguistik-terapan.pdf>
- Subandi, S., Masrur, M. F., Adimas, Y. B., Arista, C., Dasion, H. Y. T., & Mael, M. R. (2022). Symbolic Domination of the Belt and Road Initiative Program on the Speech Text by Chinese President Xi Jinping. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(12), 846–854.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono. (2014). *Sociolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis Quantitative Applications in the Social Sciences*. California: Sage Publications.
- 朱德熙. (2018). *语法讲义*[M]. 北京: 商务印书馆.
- 沈福林. (2023). 词语模视角下网络流行语 “天选打工人” 的探析[J]. *现代语言学*, 11(2), 458–462.
- 盛焯, & 卜朝晖. (2018). 网络流行语的起源、词义分析及分类: 以 2014 年~2016 年“网络用语”为例[J]. *现代语言学*, 6(2), 335–341.