

DAYA TARIK BAHASA ALAY DALAM KOMUNIKASI DI KALANGAN REMAJA PENGGUNA BLACBERRY MESSENGER WONOKROMO, SURABAYA

Elysabeth Anbertu M.¹
Arief Darmawan²
Judhi Hari Wibowo³

ABSTRACT

This alay language is not only a communication tool, but also an identification tool. Teenagers using this alay language may be to identify themselves as alay. The use of alay language can also be useful to cultivate self-existence. One language application as a communication tool is the use of language in electronic media applications Blacberry Messenger (BBM). The purpose of the study to determine the phenomenon of alay language attraction in communication among adolescents on the use of fuel in the district Wonokromo Surabaya. drag rational alay language as communication among adolescents to the use of fuel in sub-district Wonokromo Surabaya, alay language users, alay language can provide other benefits, as a means of non-formal communication among teenagers alay and other teenagers alay language also provide benefits, especially for their community especially. The emotional appeal of the alay language as a communication among teenagers in the use of fuel in Surabaya, the motivation of adolescents to use alay language in BBM is essentially to search for self-identity, self-existence according to cultural development and recognition of the outside world of their existence (alayers) in adolescents today. Many activities can be done using alay language, among others, SMS, chat with fellow alay community on Facebook, yahoo messenger, or just write a wall or coment on Facebook either with fellow users alay or with other BBM users. The attractiveness of the alay language is diverse ranging from alay language writing that looks unique that can be modified or mixed with the letters, besides that alay language can also be a code language for them (alayers) in communicating within their community in particular.

Keywords: Alay Language, Communication, BBM

ABSTRAK

Bahasa alay ini bukan hanya alat komunikasi, namun juga alat identifikasi. Para remaja menggunakan bahasa alay ini bisa jadi untuk mengidentifikasi diri mereka sebagai seorang alay. Penggunaan bahasa alay juga dapat berguna untuk menumbuhkan eksistensi diri. Salah satu aplikasi bahasa sebagai alat komunikasi adalah penggunaan bahasa dalam media elektronik aplikasi Blacberry Messenger (BBM). Adapun tujuan penelitian untuk mengetahui fenomena daya tarik bahasa alay dalam komunikasi dikalangan remaja terhadap penggunaan BBM di kecamatan Wonokromo Surabaya. tarik rasional bahasa alay sebagai komunikasi di kalangan remaja terhadap penggunaan BBM di kecamatan Wonokromo Surabaya, pengguna bahasa alay, bahasa alay dapat memberikan manfaat anatara lain, sebagai sarana komunikasi non formal sesama remaja alay maupun antar remaja lainnya bahasa alay pun memberikan manfaat khususnya bagi komunitas mereka khususnya. Daya tarik emosional bahasa alay sebagai komunikasi dikalangan remaja pada penggunaan BBM di surabaya, motivasi remaja menggunakan bahasa alay di BBM adalah intinya untuk pencarian identitas diri, eksistensi diri sesuai perkembangan budaya dan pengakuan dunia luar akan keberadaan mereka (alayers) di kehidupan remaja sekarang. Banyak kegiatan yang dapat dilakukan dengan menggunakan bahas alay antara lain, SMS, chatting dengan sesama komunitas alay di *Facebook*, *yahoo messenger*, atau sekedar menulis wall atau coment di Facebook baik dengan sesama pengguna alay maupun dengan pengguna BBM yang lainnya. Daya tarik dari bahasa alay bermacam macam mulai dari tulisan bahasa alay yang terlihat unik yang bisa di modifikasi atau dicampur adukan dengan huruf, selain itu bahasa alay pun dapat menjadi bahasa kode bagi mereka (alayers) dalam berkomunikasi di dalam komunitas mereka khususnya.

Kata Kunci : *Bahasa Alay, Komunikasi, BBM*

¹ Elysabeth Anbertu M., S.I.Kom., alumni Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

² Prof. Dr. Arief Darmawan, S.U., dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi; dosen Prodi S-3 Ilmu Administrasi; FISIP, Untag Surabaya; Dewan Redaksi Jurnal *Representamen*; arief@untag-sby.ac.id

³ Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si., dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi FISIP, Untag Surabaya; yudi@untag-sby.ac.id

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini dikalangan anak muda muncul sebuah cara baru dalam berbahasa, yang lebih dikenal dengan istilah “slang” (Bahasa Alay) yaitu variasi sosial yang bersifat khusus dan rahasia. Slang memang lebih merupakan bidang kosakata daripada bidang fonologi maupun gramatikal. Slang bersifat temporal, dan lebih umum digunakan oleh kaula muda, meski kaula tua pun ada pula yang menggunakannya. Karena slang ini bersifat kelompok dan rahasia, maka timbul kesan bahwa slang ini adalah bahasa rahasianya para pencoleng dan penjahat, padahal sebenarnya tidaklah demikian. Faktor kerahasiaan ini menyebabkan pula kosakata yang digunakan dalam slang seringkali berubah. Dalam hal ini yang disebut bahasa alay dapat dikategorikan sebagai slang. (Chaer, Agustina, 1995: 87-88) Bahasa alay ini mengingatkan kita pada saat maraknya bahasa gaul. Bahasa gaul adalah sejumlah kata atau istilah punya arti khusus, unik, menyimpang atau bahkan bertentangan dengan arti yang lazim ketika digunakan oleh orang-orang dari subkultural tertentu. (Mulyana, 2007:311)

Internet menyediakan berbagai kemudahan, sehingga banyak kalangan remaja hal ini dalam komunikasi sesama teman remaja menggunakan media Blacberry Messenger. Jejaring sosial yang paling banyak diminati saat ini adalah Blacberry Messenger (BBM). Salah satu fitur BBM yang diperbaharui setiap saat oleh para penggunanya adalah status. Melalui status, para pengguna BBM dapat menginformasikan segala aktivitas, berita, pendapat, tukar pikiran, bisnis, dan sebagainya. Selain itu, mereka juga dapat saling berkomentar atau menanggapi status terbaru dari teman-teman sesama pengguna BBM. Status BBM merupakan transformasi bahasa lisan ke bahasa tulis.

Keragaman sosial tersebut menimbulkan variasi atau ragam bahasa. Ragam bahasa BBM adalah ragam bahasa tak baku (informal). Pemakaian ragam bahasa yang demikian mempunyai tujuan agar pembicaraan lebih komunikatif, santai, dan akrab. I Dewa Putu Wijana dan Rohmadi berpendapat bahwa “Pemakaian ragam bahasa informal ini biasanya mengikuti atau menyesuaikan dengan keadaan dan situasi komunikasi. Situasi komunikasi yang dimaksud adalah siapa, kepada siapa, masalah apa dan untuk tujuan apa komunikasi itu dilakukan.” (2006:169).

Bahasa alay ini bukan hanya alat komunikasi, namun juga alat identifikasi. Para remaja menggunakan bahasa alay ini bisa jadi untuk mengidentifikasikan diri mereka sebagai seorang alay. Penggunaan bahasa alay juga dapat berguna untuk menumbuhkan eksistensi diri. Bahasa ini digunakan oleh kalangan remaja sebagai bahasa kode atau singkatan agar kata-kata menjadi aneh,

lucu dan menarik. Tidak dipungkiri hingga sekarang bahasa alay semakin luas pemakaiannya dan semakin banyak para remaja bahkan orang dewasa menggunakan penulisan atau pengucapan bahasa alay karena adanya unsur daya tarik yang membuat orang-orang yang sebelumnya kurang paham akan bahasa alay ini menjadi ingin tahu dan akhirnya mengikuti mengucapkan atau menulis dengan bahasa alay.

Bahasa alay dapat memberikan manfaat dan efek positif khususnya bagi alayers itu sendiri: Sebagai sarana komunikasi yang menarik bagi alayers karena menurut mereka dengan menggunakan bahasa alay berarti mereka telah menganekaragamkan bahasa khususnya pada remaja yang semula hanya menggunakan bahasa daerah atau bahasa Indonesia. Sebagai sarana penguatan kreativitas dalam penulisan-penulisan yang non formal agar terlihat unik, karena dengan penulisan bahasa alay yang berbeda dengan penulisan bahasa pada umumnya yang berupa penggabungan huruf dan angka maupun penambahan komponen huruf di setiap kata mereka (alayers) dianggap kreatif karena bisa menciptakan tulisan-tulisan yang unik dan menarik pada penulisan non formal.

Selain memberikan manfaat dan efek positif, bahasa alay juga dapat memberikan kerugian maupun efek negative. Kerugian itu a.l.: Bahasa Alay dapat menyulitkan orang umum (yang tidak mengerti bahasa alay) untuk membaca tulisan dengan gaya alay. Misalnya ketika menulis besok datang ke rumah saya, ditulis dengan b350k dtg k3 hoZz sAia, sehingga pesan yang disampaikan tidak dimengerti oleh pihak ke dua yang mengakibatkan pesan sesungguhnya tidak tersampaikan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis akan mengkaji penggunaan bahasa pada status Blacberry Messenger yang difokuskan pada karakteristik bahasa dalam Blacberry Messenger serta pengaruh faktor sosialnya dengan judul : Fenomena daya tarik bahasa alay dalam komunikasi dikalangan remaja terhadap penggunaan Blacberry Messenger di kecamatan Wonokromo Surabaya. Pengguna bahasa alay mayoritas terjadi pada remaja perempuan. Hal ini dikarenakan pada remaja perempuan lebih “narsis” dari pada remaja laki-laki mulai dari cara berbicara, menulis hingga kenarsisan dalam bergaya, misalnya kalau di foto biasanya mulutnya di gembungin/di monyongin, mukanya kadang di keratin, memiliki nama id Blacberry Messenger yang panjang dan aneh seperti “ pRinceSs cuTez,sHaluccU”. Selain karena lebih “narsis” remaja perempuan juga diidentifikasi lebih sering membuka jejaring social Blacberry Messenger mereka dibandingkan dengan remaja laki-laki yang hanya sesekali mengupdate Blacberry Messenger mereka, jauh sekali dibandingkan dengan remaja perempuan yang hampir 5-10 kali sehari membuka jejaring

Blacberry Messenger mereka hanya untuk mengganti foto atau mengupdate status Blacberry Messenger. Dimanapun dan kapanpun mereka bisa membuka Blacberry Messenger karena dipermudah oleh provider-provider yang menawarkan banyak aplikasi yang berhubungan dengan jejaring social Blacberry Messenger.

Bahasa alay mayoritas digunakan oleh anak remaja usia SMP-SMA yang dikategorikan sebagai remaja namun. Pada dasarnya ada dua hal utama yang menjadi perhatian remaja menggunakan bahasa alay di Blacberry Messenger, yaitu identitas dan pengakuan. Penulisan bahasa alay dengan ciri khasnya bisa jadi pembentukan kedua hal di atas. Remaja sebagai kelompok usia SMP-SMA yang sedang mencari identitas diri memiliki kekhasan dalam menggunakan bahasa tulis di Blacberry Messenger.

Berdasarkan pengertiannya daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian. Sebagai suatu aspek kejiwaan, daya tarik bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang tetapi lebih dari itu, dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya untuk terikat pada satu kegiatan. Pendapat lain menurut Whiterington mengenai pengertian daya tarik yang dikutip oleh M. Buchori, adalah: daya tarik adalah kesadaran seseorang, suatuaat atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya, daya tarik harus dipandang sebagaimana sambutan yang sadar (Buchori, 1988: 135). Sedangkan menurut Moh. As ad dalam bukunya psikologi industri, mengemukakan bahwa: Daya tarik adalah sikap yang membuat orang senangakan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu (As ad, 1992: 89). Menurut Kotler dalam Sindoro, daya tarik isi pesan meliputi: (1) Daya tarik Rasional, (2) Daya tarik Emosional, (3) Daya tarik Moral (Sindoro, 1996: 81).

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut. (1) Bagaimana daya tarik rasional bahasa alay sebagai komunikasi di kalangan remaja pengguna Blacberry Messenger di Kecamatan Wonokromo Surabaya? (2) Bagaimana daya tarik emosional bahasa alay sebagai komunikasi di kalangan remaja pada penggunaan Blacberry Messenger di Kecamatan Wonokromo Surabaya?

Sosiolinguistik sebagai salah satu cabang ilmu linguistik yang mengkaji mengenai bahasa dan hubungannya dalam pemakaiannya di masyarakat. Sebagai gejala sosial, bahasa dan pemakaian bahasa tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor linguistik tetapi juga oleh faktor-faktor non-linguistik, antara

lain adalah faktor-faktor sosial. Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi pemakaian bahasa misalnya status sosial, tingkat pendidikan, umur, tingkat ekonomi, jenis kelamin, dan sebagainya. Di samping itu, pemakaian bahasa juga dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional, yaitu siapa berbicara dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan, dimana, dan mengenai masalah apa seperti yang dirumuskan oleh Fishman dalam Suwito (1991:4) "*Who Speaks, what language, to whom, and when*". Adanya faktor-faktor sosial dan faktor-faktor situasional mempengaruhi pemakaian bahasa, sehingga timbullah variasi-variasi bahasa.

Berdasarkan pemaknaan diatas, bahasa alay digunakan sebagai alat komunikasi dalam membentuk masyarakat, baik dalam bentuk komunikasi interpersonal maupun dalam bentuk-bentuk komunikasi yang lain. Sebagai alat komunikasi, bahasa mempunyai fungsi sosial dan fungsi kultural. Bahasa sebagai fungsi sosial adalah sebagai alat penghubung antar anggota masyarakat. Sedangkan sebagai aspek kultural, bahasa sebagai sarana pelestarian budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Hal ini meliputi segala aspek kehidupan manusia yang tidak terlepas dari peranan bahasa sebagai alat untuk memperlancar proses sosial manusia

Kekuatan pengikat dari suatu komunitas, terutama adalah adanya kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya didasarkan pada kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial, ekonomi, dan sebagainya. Bahasa komunitas dapat diartikan sebagai suatu kelompok atau komunitas yang menggunakan bahasa-bahasa atau kata-kata tertentu yang telah disepakati oleh komunitas atau kelompok tersebut. Seseorang atau suatu kelompok orang dapat menciptakan permainan bahasa (*language play*). Seperti halnya kelompok Remaja alay mereka termasuk termasuk kaum minoritas dalam masyarakat.

Maka dari itu mereka membentuk suatu komunitas atau perkumpulan untuk lebih bisa mengeksploitasi diri mereka sebagai seorang *alayers* (pengguna bahasa alay) Komunikasi verbal dan nonverbal pada komunitas remaja alay memiliki ciri khas tersendiri. Komunikasi verbal remaja alay dapat dilihat dari bahasa yang mereka gunakan untuk berkomunikasi sehari-hari. Bahasa tersebut kemudian digunakan oleh kaum *alay* ketika berada pada komunitasnya. Sedangkan komunikasi nonverbal (biasanya terlihat pada SMS maupun di media *BBM*) dapat dilihat dari cara menulis dengan mencampur adukan huruf besar dan huruf kecil dan terkadang dengan simbol-simbol serta angka-angka, menyingkat kata, menulis dengan huruf besar kecil dan menulis dengan mencampur adukan antara

bahasa asing dengan bahasa Indonesia disertai dengan menambahkan huruf yang tidak penting. Dari pernyataan di atas dapat dilihat bahwa komunikasi atau sistem bahasa yang dilakukan oleh remaja *alay* dapat terus berkembang sehingga bahasa yang mereka gunakan lama kelamaan akan bergabung dengan bahasa yang digunakan oleh masyarakat setempat.

Teori Interaksionisme Simbolik di populerkan oleh George Herbert Mead (1863-1931) mead mengatakan bahwa dalam teori interaksionisme simbolik, ide dasarnya adalah sebuah simbol, karena simbol ini adalah suatu konsep mulia yang membedakan manusia dari binatang. Simbol ini muncul akibat dari kebutuhan setiap individu untuk berinteraksi dengan orang lain. Dan dalam proses interaksi tersebut pasti ada suatu tindakan atau perbuatan yang diawali dengan pemikiran. Mead menyerang paham dualism pikiran-tubuh atau mind-body. Ia mendefinisikan kata "I" merupakan kecenderungan yang bersifat menurutkan kata hati mengenai respons individual kepada pihak lain. Sebaliknya, kata "me" merupakan menyatunya orang lain kedalam individu terdiri dari semua sikap orang lain dengan siapa orang telah berinteraksi dimana orang mengambil alih ke dalam dirinya. Kata "me" merupakan pandangan atau pendapat individual bagaimana orang lain melihat dirinya-sikap-sikap orang lain yang mengasumsikannya. Konsep yang penting bagi mead adalah mengenai pengambilan peran atau role talking, kemampuan dari diri individu untuk bertindak secara sosial terhadap dirinya seperti orang lain. (Budyatna, Ganiem, 2011:190)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu studi pustaka yang meliputi *internet searching* dan studi dokumentasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti mencoba mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh dan hasil wawancara dengan informan dengan melakukan observasi langsung, peneliti dapat menganalisa tentang fenomena daya tarik bahasa alay pada remaja pengguna BBM di Surabaya.

Bahasa-bahasa yang dipakai oleh kaum alay yang terbuang di zaman dahulu itu kini marak dipakai di kalangan remaja. Kata-kata seperti bokap, nyokap, bonyok, pembokat, dll. seperti sudah tidak asing lagi di telinga, karena istilah-istilah itu sudah sering sekali diucapkan para remaja di Indonesia. Dalam perkembangannya justru remaja-remaja

inilah yang lebih banyak menggunakan bahasa alay untuk digunakan dalam percakapan sehari-hari bersama teman-temannya.

Seiring dengan perkembangan zaman, dan perkembangan teknologi, bahasa alay itu tidak hanya sekedar istilah, namun juga meluas ke tulisannya. Tulisan-tulisan alay itu dipicu oleh makin maraknya penggunaan fasilitas sosialisasi seperti *Yahoo Messenger, Friendster, Facebook*, dll. yang tentu saja dalam penggunaannya lebih banyak menggunakan tulisan dari pada lisan. Karena pengaruh itulah muncul tulisan tulisan yang terlihat aneh dan sulit dibaca, seperti menggunakan huruf kapital dan biasa secara bergantian antara satu huruf dengan huruf yang lainnya dalam satu kata, atau menggunakan angka untuk mengganti huruf. Selain itu juga biasanya mereka menyingkat kata. Contoh tulisan dengan huruf yang berganti kapital dan tidak kapital bAhAsA iNdOnEsIa dan ini contoh kata yang menggunakan angka sebagai pengganti huruf b4h454 1nd0n3514 atau kata yang berupa singkatan bahasa indonesia.

Dengan munculnya tulisan-tulisan hasil kreasi anak muda ini, bahasa gaul dunia maya menjadi sulit dimengerti, terutama kalau sudah berbentuk kalimat panjang yang berupa curahan hati. Tulisan-tulisan seperti itu sekarang lebih populer disebut dengan bahasa alay.

Tulisan alay ini diyakini akan semakin berkembang seiring dengan kedinamisan bahasa subkultural mereka yang semakin bervariasi dan pergantian makna atas suatu kata, dan aka nada „sesuatu“ yang baru sebagai hasil dari pengembangan bahasa yang sudah ada. Untuk mengetahui bagaimana fenomena daya tarik bahasa alay sebagai komunikasi di kalangan remaja pengguna Blacberry Messenger di Surabaya.

Daya Tarik Rasional Bahasa Alay di BBM di Kalangan Remaja

a. Awal Mula Penggunaan Bahasa Alay Pada Blacberry Messenger

Daya tarik rasional menunjukkan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan manfaat. Sebelum memberikan manfaat bagi para pengguna nya peneliti harus mengetahui awal mula perkembangan dan penggunaan bahasa alay khususnya di jejaring social *Blacberry Messenger*.

Awal mula kemunculan bahasa rumit ini tak lepas dari perkembangan SMS atau layanan pesan singkat Namanya pesan singkat, maka menulisnya jadi serba singkat, agar pesan yang panjang bisa terkirim hanya dengan sekali SMS. Selain itu juga agar tidak terlalu lama mengetik dengan tombol *handphone* yang terbatas. Awalnya memang hanya serba menyingkat. Kemudian huruf-huruf mulai

diganti dengan angka, atau diganti dengan huruf lain yang jika dibaca kurang lebih menghasilkan bunyi yang mirip.

Belakangan, bukannya disingkat malah dilebih-lebihkan, seperti “dulu” menjadi “*duluw*”. Hal itu semakin berkembang ketika jejaring sosial seperti *Blacberry Messenger* lewat internet datang sebagai media baru yang mewabah, seperti yang di jelaskan oleh informan echi sebagai berikut “ saya menggunakan bahasa alay sejak aktif menggunakan *Blacberry Messenger* dan melihat teman-teman pakai bahasa itu jadi ikut-ikutan “.

Dari pernyataan informan tersebut maka dapat di simpulkan bahwa memang perkembangan bahasa alay sangat di pengaruhi oleh jejaring Sosial *Blacberry Messenger* dimana di *Blacberry Messenger* ini tidak ada batasan dalam hal penulisan, maka pengguna *Blacberry Messenger* yang notabene remaja dengan kreativitas yang masih luas mereka menjadikan bahasa alay sebagai “trade mark “ mereka sebagai remaja masa kini khusus nya di *Blacberry Messenger*. Sampai sekarang pengguna bahasa alay di media *Blacberry Messenger* sudah sangat mewabah hingga muncul berbagai komunitas yang berkaitan dengan pengguna bahasa alay dan tidak ada yang dapat memprediksi kapan mereka (alayers) akan berhenti menggunakan bahasa alay terutama di *Blacberry Messenger*.

b. Manfaat Bahasa Alay Pada Pengguna *Blacberry Messenger*

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa Daya tarik rasional menunjukkan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan manfaat. Dalam daya tarik rasional ini, bahasa alay mempunyai manfaat sebagai sarana komunikasi yang menarik khususnya bagi komunitas *alayers*, karena dengan menggunakan bahasa alay berarti mereka telah menambah bahasa non formal yang baru di samping bahasa-bahasa lain yang digunakan sehari-hari khususnya pada remaja di Surabaya.

Berdasarkan wawancara dan observasi langsung dengan informan, hasilnya bahwa Daya Tarik Rasional bahasa alay sebagai komunikasi di kalangan remaja Surabaya pada pengguna *Blacberry Messenger* memiliki berbagai manfaat dan nilai lebih bagi pengguna bahasa alay terutama di media *Blacberry Messenger*. Manfaat tersebut selain sebagai sarana komunikasi non formal sesama remaja alay maupun antar remaja lainnya bahasa alay pun memberikan manfaat khususnya bagi komunitas mereka.

Seperti yang di jelaskan oleh Hani salah satu informan seperti berikut ini “ bahasa alay membuat tulisan terlihat lebih unik dan beda aja soalnya bahasa alay itu tulisannya bisa di modifikasi semau kita“ Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh

Echi tadi, dapat dilihat bahwa bahasa alay membuat para pengguna nya lebih merasa percaya diri menggunakan bahasa alay dikarenakan dari segi penulisannya bahasa alay lebih kreatif dan bisa membuat para pengguna nya bisa memodifikasi tulisan.

Tidak jauh berbeda dengan Echy, Hani salah satu informan pun berpendapat hampir sama jika bahasa alay memberikan manfaat untuk pribadi nya seperti berikut ini “ dengan menggunakan bahasa alay di *Blacberry Messenger*, maka tulisan akan terlihat lebih unik dan lucu, trus kadang-kadang bisa di jadikan bahasa kode untuk menulis sesuatu hal yang memungkinkan orang lain tidak mengerti untuk membaca tulisan aku “ pada pernyataan Hani diatas manfaat yang dia dapat dari bahasa alay ini bukan hanya untuk memperindah tulisan dan kosakata nya saja akan tetapi bisa menjadi bahasa kode yang ampuh untuk membicarakan hal yang mungkin rahasia dan di buat se“alay” mungkin agar orang-orang kurang memahami dan sulit untuk membaca tulisan nya.

Namun tidak semua orang menganggap bahasa alay adalah sesuatu yang lumrah dan bermanfaat , banyak pula orang atau remaja lain yang tidak mengerti sama sekali akan bahasa alay tersebut karena tulisan-tulisan yang dianggap aneh dan sangat susah untuk dibaca, bagi mereka yang tidak pernah menggunakan bahasa alay otomatis akan kesulitan membaca tulisan alay. Mayoritas pengguna bahasa alay mengatakan bahwa mereka (alayers) merasa lebih percaya diri jika menggunakan bahasa alay terutama di media *Blacberry Messenger*, karena menurut para remaja khususnya remaja pengguna *Blacberry Messenger* dengan menggunakan bahasa alay dengan sendiri nya mereka akan merasa “beda” dengan remaja lainnya dan merasa “lebih “ dari remaja umumnya yang tidak menggunakan bahasa alay.

Daya Tarik Emosional Bahasa Alay pada BBM di Kalangan Remaja

Daya tarik emosional yaitu usaha mengendalikan emosi negatif atau positif yang dapat memotivasi seseorang termasuk rasa takut, rasa bersalah, dan rasa malu yang mendorong orang melakukan hal-hal yang seharusnya mereka lakukan atau sebaliknya berhenti melakukan hal-hal yang seharusnya mereka tidak lakukan. Komunikator juga menggunakan daya tarik emosional positif seperti cinta, humor, kebanggaan dan kegembiraan.

Dalam hasil penelitian bersama informan-informan maka dapat di ketahui bahwa daya tarik emosional remaja Surabaya dalam menggunakan bahasa alay pada *Blacberry Messenger* memiliki berbagai macam motifasi seperti informan echi yang mengatakan “ biar sama aja kaya temen-temen

biar di bilang eksis dan up to date“ atau yang di jelaskan oleh key informan Subarna yang mengatakan “ karena tuntunan jaman sesuai budaya perkotaan “. Dari pernyataan-pernyataan informan dan key informan di atas menjelaskan bahwa motivasi remaja menggunakan bahasa alay di *Blacberry Messenger* adalah intinya untuk pencarian identitas diri, eksistensi diri sesuai perkembangan budaya dan pengakuan dunia luar akan keberadaan mereka (alayers) di kehidupan remaja sekarang. Begitu pula yang di katakan oleh informan lain yaitu Hani mengatakan “ Agar terlihat gaul dan mengikuti trend remaja zaman sekarang“ begitulah tanggapan Hani saat peneliti menanyakan apa yang memotivasi informan menggunakan bahasa alay di *Blacberry Messenger*.

Dari hasil wawancara dengan informan di ketahui bahwa banyak kegiatan yang dapat dilakukan dengan menggunakan bahas alay seperti informan Hani yang menjelaskan bahwa kegiatan yang sering dilakukan dengan menggunakan bahasa alay antara lain, SMS, chatting dengan sesama komunitas alay di *Blacberry Messenger*, atau sekedar menulis wall atau coment di *Blacberry Messenger* baik dengan sesama pengguna alay maupun dengan pengguna *Blacberry Messenger* yang lainnya.

Pada intinya penggunaan bahasa alay masih dalam tahap kewajaran dan dalam situasi dan kondisi yang tidak formal karena apabila di gunakan pada situasi dan kondisi yang tida tepat maka dapat mempengaruhi bahasa Indonesia sebagai bahasa Nasional kita, seperti yang di tutur kan Ibu Susi key Informan saat di tanyakan bagaimana pengaruh bahasa alay terhadap bahasa Indonesia beliau mengatakan “Dapat mempengaruhi jika remaja tidak dapat memposisikan bahasa alay tersebut dengan tepat (missal nya menggunakan atau menulis bahasa alay pada saat sedang belajar di kelas) dapat mempengaruhi bahasa Indonesia yang sudah baik dan benar “ dari pernyataan key informan di atas jelas bahwa apabila penggunaan bahasa alay tidak tepat dengan situasi atau kondisi nya maka secara tidak langsung dapat mempengaruhi bahkan melunturkan tatanan bahasa Indonesia sebagai bahasa Nasional kita.

Fenomena Bahasa alay pada masyarakat kita dewasa ini memang sudah sangat mempengaruhi *lifestyle* remaja khususnya di Surabaya yang mayoritas remajanya sangat cepat dalam perubahan modernisasi. Untuk membedakan komunitas alay dengan remaja umum lainnya sangatlah mudah ini dapat dilihat mulai dari gaya berpakaian atau penampilan yang berbeda dari remaja umumnya seperti pada informan Fitria yang karena kecintaannya terhadap suatu band dia berpenampilan serba ungu mulai dari jaket, gelang tangan dan asesoris

lainnya hingga pulpen yang berwarna ungu yang terlihat aga sedikit berbeda dengan remaja lainnya, selain dari segi penampilan anak alay dapat kita lihat dalam segi pengucapan kalimat yang di rubah menjadi lebih “kreatif” menurut mereka dan yang paling kontroversial adalah perubahan dalam segi penulisan. Secara teknik ada beberapa cara penulisan disebut dengan tulisan atau bahasa alay diantaranya:

1. Menulis dengan mencampur adukan huruf besar dan huruf kecil dan terkadang dengan simbol-simbol dan angka.
2. Menulis dengan mencampur adukan antara bahasa asing dengan bahasa Indonesia disertai dengan menambah-nambahkan huruf yang tidak penting.

Dapat kita ketahui bahwa pengguna bahasa alay pada saat sekarang ini terus bertambah dari waktu ke waktu, hal ini dapat kita lihat di berbagai media khususnya jejaring social seperti *Blacberry Messenger* yang hampir setiap hari ada saja yang menulis di dinding (wall) atau menulis di coment menggunakan penulisan atau pengucapan bahasa alay. Hal ini memang wajar terjadi dikarenakan setiap hal yang dianggap baru dan “ update” oleh remaja khususnya dapat berkembang sangat cepat begitu pula dengan bahasa alay ini yang berkembang sangat cepat.

Selain keingintahuan remaja akan bahasa alay ini kita tidak bisa mengelak bahwa bahasa alay memiliki daya tarik yang cukup tinggi sehingga bahasa alay ini dengan cepat berkembang dikalangan remaja. Daya tarik dari bahasa alay itu sendiri bisa dikarenakan penulisan bahasa alay yang kreatif dan unik yang menggabungkan beberapa huruf di dalam kata atau penambahan symbol-symbol yang membuat tulisan menjadi unik, seperti yang di tuturkan oleh informan Echy yang mengatakan “Menggunakan bahasa alay karena penulisan akan terlihat lebih bagus dan unik ajah, karena huruf-huruf nya bisa di variasi “10 tutur Echy saat peneliti menanyakan mengapa informan menggunakan bahasa alay di *Blacberry Messenger*.

Dari hasil penilaian ke semua Informan dapat disimpulkan bahwa daya tarik dari bahasa alay itu memang bermacam macam mulai dari tulisan bahasa alay yang terlihat unik yang bisa di modifikasi atau di cmapur adukan dengan huruf, selain itu bahasa alay pun dapat menjadi bahasa kode bagi mereka (layers) dalam berkomunikasi di dalam komunitas mereka khususnya.

Pembahasan

Dari pembahasan yang telah diuraikan dan dijelaskan pada pembahasan sebelumnya maka Daya Tarik bahasa alay pada remaja kecamatan wonokromo pengguna *Blacberry Messenger* memang sudah sangat mewabah. Hal ini di buktikan

banyak semakin maraknya kemunculan komunitas alay di *Blacberry Messenger*.

Perkembangan bahasa alay sangat di pengaruhi oleh jejaring Sosial *Blacberry Messenger* dimana di *Blacberry Messenger* ini tidak ada batasan dalam hal penulisan, maka pengguna *Blacberry Messenger* yang notabene remaja dengan kreativitas yang masih luas mereka menjadikan bahasa alay sebagai ‘corak’ mereka sebagai remaja masa kini khusus nya di *Blacberry Messenger* Sampai sekarang pengguna bahasa alay di media *Blacberry Messenger* sudah sangat mewabah hingga muncul berbagai komunitas yang berkaitan dengan pengguna bahasa alay.

Bahasa alay pun memiliki berbagai manfaat dan nilai lebih bagi pengguna bahasa alay terutama di jejaring *Facebook*. Bahasa alay membuat para pengguna nya lebih merasa percaya diri menggunakan bahasa alay dikarenakan dari segi penulisannya bahasa alay lebih kreatif dan bisa membuat para pengguna nya bisa memodifikasi tulisan dan bisa menjadi bahasa kode yang ampuh untuk membicarakan hal yang mungkin rahasia dan di buat se “alay” mungkin agar orang-orang kurang memahami dan sulit untuk membaca tulisan nya. Namun tidak semua orang menganggap bahasa alay adalah sesuatu yang lumrah dan bermanfaat, banyak pula orang atau remaja lain yang tidak mengerti sama sekali akan bahasa alay tersebut.

Pada intinya pengguna bahasa alay mengatakan bahwa mereka (alayers) merasa lebih percaya diri jika menggunakan bahasa alay terutama di media *Blacberry Messenger* karena tulisan-tulisan yang terlihat unik dan berbeda dengan tulisan pada umumnya. Berdasarkan hasil penelitian motivasi remaja khususnya di kota besar seperti Bandung menggunakan bahasa alay di *Blacberry Messenger* untuk pencarian identitas diri, eksistensi diri sesuai perkembangan budaya dan pengakuan dunia luar akan keberadaan mereka (alayers) di kehidupan remaja sekarang, karena menurut mereka (alayers) jika tidak menggunakan bahasa alay terutama dalam jejaring social *Blacberry Messenger* maka mereka beranggapan jika itu tidak mengikuti perkembangan jaman (tidak gaul). Mayoritas pengguna bahasa alay mengatakan bahwa mereka (alayers) merasa lebih percaya diri jika menggunakan bahasa alay terutama di media *Blacberry Messenger*, karena menurut para remaja khususnya remaja pengguna *Blacberry Messenger* dengan menggunakan bahasa alay dengan sendiri nya mereka akan merasa “beda” dengan remaja lainnya dan merasa “lebih “ dari remaja umumnya yang tidak menggunakan bahasa alay.

Banyak kegiatan yang dapat dilakukan dengan menggunakan bahas alay antara lain, SMS, chatting dengan sesama komunitas alay di *Facebook*, *yahoo messenger*, atau sekedar menulis wall atau coment di

Blacberry Messenger wajar dengan sesama pengguna alay maupun dengan pengguna *Blacberry Messenger* yang lainnya. Penggunaan bahasa alay tidak di larang asalkan pengguna nya dapat memposisikan pengguna nya dalam situasi dan kondisi yang tepai karena apabila penggunaan bahasa alay tidak tepat dengan situasi atau kondisi nya maka secara tidak langsung dapat mempengaruhi bahkan melunturkan tatanan bahasa Indonesia sebagai bahasa Nasional kita.

Fenomena bahasa alay pada remaja khususnya di Surabaya memang sudah sangat mewabah sekali terutama pada media *Blacberry Messenger*. Hal ini di karenakan karena kemajuan teknolgi dan arus modernisasi yang sangat cepat berkembang pada masyarakat khususnya pada remaja di kota besar seperti Bandung, karena dengan teknologi canggih itu lah remaja sangat cepat dalam memperoleh segala arus informasi yang masuk dan cepat mengalami berbagai macam perubahan seperti bahasa. Remaja melakukan perubahan bahasa pasti memiliki alasan tersendiri, begitu pula dengan bahasa alay.

Bahasa alay berkembang karena bahasa ini banyak di minati khususnya remaja, dan penggunaan bahasa alay ini sering di tampilkan remaja pada saat menggunakan *Blacberry Messenger*. Dari hasil penelitian daya tarik dari menggunakan bahasa alay di *Blacberry Messenger* adalah , agar terlihat unik dan menarik, agar orang-orang mengethui bahwa dia adalah seorang alay dan yang paling mendasar adalah karena penulisan bahasa alay bisa di modifikasi atau di gabungkan antara huruf, angka maupun symbol-simbol yang tidak pernah di gunakan dalam penulisan biasanya. Dari hasil penelitian daya tarik dari bahasa alay ini sangat diminati kalangan remaja dalam menentukan identitas, atau pergaulan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti mengenai Fenomena daya tarik bahasa alay dalam komunikasi dikalangan remaja terhadap penggunaan *Blacberry Messenger* di kecamatan Wonokromo Surabaya maka pada bab ini peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, aya Tarik Rasional Bahasa Alay Sebagai Komunikasi Di Kalangan Remaja terhadap penggunaan *Blacberry Messenger* di kecamatan Wonokromo Surabaya, pengguna bahasa alay, bahasa alay dapat memberikan manfaat anatara lain, sebagai sarana komunikasi non formal sesama remaja alay maupun antar remaja lainnya bahasa alay pun memberikan manfaat khususnya bagi komunitas mereka khususnya.

Kedua, daya tarik emosional bahasa alay sebagai komunikasi dikalangan remaja pada penggunaan *Blacberry Messenge* di surabaya,

motivasi remaja menggunakan bahasa alay di Blacberry Messenger adalah intinya untuk pencarian identitas diri, eksistensi diri sesuai perkembangan budaya dan pengakuan dunia luar akan keberadaan mereka (alayers) di kehidupan remaja sekarang. Daya tarik dari bahasa alay bermacam macam mulai dari tulisan bahasa alay yang terlihat unik yang bisa di modifikasi atau di cmapur adukan dengan huruf, selain itu bahasa alay pun dapat menjadi bahasa kode bagi mereka (alayers) dalam berkomunikasi di dalam komunitas mereka khususnya.

Hendaknya Bagi alayers menggunakan bahasa alay pada situasi dan kondisi yang tepat (tidak formal). Misalnya, ketika remaja berkomunikasi di dalam komunitasnya agar suatu komunikasi lebih menarik, dan tidak digunakan pada situasi fotmal (dengan orangtua, guru, pimpinan). Bahasa alay merupakan salah satu variasi bahasa, dengan adanya bahasa alay ini diharapkan makin menambah kreativitas dan wawasan *alayers* mengenai bahasa dan menciptakan penulisanpenulisan yang baru, tanpa merusak hakikat bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi.

Peran teman yang merasa terganggu dengan bahasa alay, janganlah menganggap bahasa alay sebagai bahasa anak kampung yang menimbulkan kontroversi antara anak alay dan anak anti alay. Biarlah bahasa ini di pergunakan baik dan benar pada posisi dan situasi saja bagi anak alay.

Masyarakat seharusnya tidak selalu memberikan efek yang negatif terhadap anak alay. Bagaimanapun bahasa alay bisa menjadi komunikasi yang menarik yang berguna dalam suatu komunitas, asalkan di tempatkan pada tatanan bahasa non formal.

Penelitian bahasa alay merupakan penelitian yang menarik karena menambah wawasan tentang bahasa-bahasa yang baru, kreatif, dan menarik untuk dipergunakan dalam komunikasi remaja. Untuk itu peneliti menyarankan sisi lain yang menarik untuk di teliti misalnya, interaksi anak alay, gaya berpakaian anak alay dan cara bergaul anak alay dalam suatu komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Chaer dan Leonie Agustina, (2004). *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Arifin, Anwar. (2010). *Opini publik*. Jakarta: Gramata Publishing

Alwi, Hasan. (1999). *Telaah bahasa dan bahasa*. Depdiknas: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.

Astrid, Elvinaro, Lukiat Komala, Siti Karlinah. (1998). *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Aghita Kruliane (2012). Pemaknaan remaja SMU mengenai penggunaan bahasa alay pada program MTV.

Dewa Putu Wijana dan Rohmadi, (2006). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Enjang, (2009). *Mengenal ilmu komunikasi*. Jakarta: Widya Padjadjaran.

Effendi, Onong U. (1992). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti,

Effendy, Uchjana. (2008). *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Alfabeta.

Hurlock, Elizabeth B. (2006). *Psikologi perkembangan*. Ed.V. Jakarta: Erlangga.

Holmes, David. (2005). *Communication theory: Media, technology and society*. London, Thousand Oaks, New Dehli: SAGE Publications

Ibrahim, Idi Subandy. (2007). *Budaya populer sebagai komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra

Ismiyati (2011), Bahasa prokem di kalangan remaja Kotagede, Skripsi.

Kasiyan. (2007). *Manipulasi dan dehumanisasi perempuan dalam iklan*. Yogyakarta: Ombak

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik praktis : Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Lestari, Endang dan Maliki, MA. (2006). *Komunikasi yang efektif*. Jakarta: LAN RI.

Meyke (2013), Penggunaan kosa kata alay oleh remaja pada blacberry messenger di Kota Bengkulu. Skripsi.

Mulyana, Deddy. (2007). *ilmu komunikasi: Suatu pengantar* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi efektif : Suatu pendekatan lintas budaya*. Bandung: Rosdakarya

Moleong, Lexy J. (2001). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pusat Bahasa.(2009). *Kamus Besar Bahasa Baku*. Edisi Keempat. Jakarta: PT Gramedia.

Riswandi, Wawan. (2009). *Komunikasi massa analisis budaya massa*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sumarsono. (2008). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: SABDA

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan (Meneropong imbas pesan iklan televisi)*. Padang: Alfabeta.

Surya, (2003). *Mengenal ilmu komunikasi*. Jakarta: Widya Padjadjaran.