

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media pada umumnya didefinisikan sebagai alat dalam proses komunikasi antar pihak, baik individu maupun kelompok. Media dapat berbentuk cetak (koran, majalah) maupun berbentuk elektronik (radio, televisi). Di era digital yang semakin maju, media mulai berkembang ke ranah sosial yang disebut media sosial. Media sosial adalah layanan daring yang memfasilitasi pengguna untuk membuat atau mendistribusikan konten kepada pengguna lainnya (Zaxrie et al., 2024). Media sosial telah berevolusi menjadi platform komunikasi utama bagi masyarakat global, sehingga menggantikan bentuk interaksi tradisional seperti percakapan tatap muka. Secara umum, media sosial digunakan untuk berinteraksi dan bertukar informasi, ide, serta pengalaman secara nyata dengan orang lain (S & Prakash, 2024). Laporan digital 2025 dari *We Are Social* mencatat 143 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, dengan Instagram menjadi salah satu aplikasi terpopuler dengan 103 juta pengguna pada awal tahun (Kemp, 2025).

Instagram merupakan jejaring sosial yang berorientasi pada komunikasi visual melalui berbagai konten multimedia yang menarik dan melibatkan pengguna (Sikumbang et al., 2024). Instagram dirancang untuk memudahkan pengguna dalam membagikan momen atau ekspresi diri melalui foto, video, cerita (*story*), reels, dan siaran langsung. Selain itu, Instagram juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial melalui fitur komentar, pesan pribadi, memberikan tanda suka, hingga membagikan ulang unggahan orang lain. Instagram sebagai salah satu ruang diskursus publik yang kaya akan sumber data untuk mengkaji fenomena bahasa, khususnya dalam kolom komentar. Fitur komentar

memberikan peluang besar dalam menciptakan komunikasi atau interaksi, yang memungkinkan pengguna dapat saling menanggapi, berdiskusi, dan berbagi pendapat secara langsung terhadap suatu unggahan. Oleh karena itu, perkembangan Instagram ini telah memfasilitasi penggunaannya dalam bertukar informasi, menyebarkan berita dan membentuk opini publik dalam aktivitas digital sehari-hari.

Komunikasi yang berlangsung melalui Instagram pada hakikatnya tidak dapat terpisahkan dari penggunaan bahasa sebagai sarana mengekspresikan perasaan, pikiran, dan opini. Sebagai alat komunikasi, bahasa berperan dalam menyampaikan pesan yang dapat dipahami oleh lawan bicara berdasarkan maksud dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam interaksi digital tersebut, bahasa yang digunakan cenderung lebih dinamis dan adaptif, dengan menyesuaikan karakteristik setiap platform. Sebagai contoh, Instagram menggunakan bahasa yang ringkas dan tidak baku, sering kali melibatkan penggunaan singkatan, seperti “*tp*” untuk “*tapi*”, serta emoji sebagai bentuk ekspresi. Menurut Crystal (2001) bahasa telah berevolusi dengan menggabungkan elemen verbal dan nonverbal, sehingga menciptakan komunikasi yang lebih ekspresif. Namun tidak jarang pula ada kesalahpahaman apabila tidak memahami bahasa berdasarkan konteksnya. Berdasarkan fenomena tersebut, setiap pengguna maupun pembaca dituntut supaya menguasai makna dan maksud yang ingin diungkapkan oleh penulis berdasarkan konteksnya.

Kajian linguistik yang mempelajari tentang bahasa dalam komunikasi, salah satunya adalah pragmatik. Pragmatik berfokus pada penggunaan bahasa yang melibatkan interaksi sosial dan konteks situasional, sehingga memerlukan pemahaman makna yang lebih mendalam daripada arti leksikal kata atau kalimat itu sendiri (Nuramila, 2020). Yule (2014) mendefinisikan pragmatik dalam empat batasan: *pertama*, studi tentang makna

yang disampaikan penutur dan ditafsirkan oleh pendengar; *kedua*, studi tentang makna kontekstual; *ketiga*, kajian tentang cara menyampaikan melampaui apa yang diutarakan; *keempat*, kajian tentang ekspresi yang menandakan jarak hubungan. Ungkapan tersebut menegaskan bahwa makna dalam komunikasi dipengaruhi konteks sosial dan hubungan personal.

Sejalan dengan hal tersebut, Levinson (dalam Nuramila, 2020) mendefinisikan pragmatik sebagai kajian keterkaitan antara bahasa dan konteks yang telah mengalami gramatikalisasi, yaitu proses dimana unsur-unsur konteks dikodekan secara struktural dalam suatu bahasa. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, kajian pragmatik sangat relevan karena interaksi yang terjadi sangat bergantung pada konteks digital yang dinamis dan penggunaan bahasa yang fleksibel. Oleh karena itu, pemahaman terkait bagaimana makna dibentuk dan dipahami dalam komunikasi digital saat ini sangat penting, terutama dalam mengkaji deiksis.

Pada kajian pragmatik, deiksis menjadi salah satu konsep yang berkaitan dengan pemanfaatan bahasa dalam konteks komunikasi. Deiksis menurut Purwo (dalam Sumarlam et al., 2023), merupakan bentuk kata atau ungkapan yang acuannya dapat berubah, bergantung pada penutur, waktu, dan tempat diucapkannya sebuah kata tersebut. Secara sederhana, makna deiksis ditentukan oleh konteks ujaran yang meliputi situasi sosial dan fisik saat proses komunikasi berlangsung. Hal ini mengacu pada pandangan Levinson (1983) yang mengungkapkan bahwa deiksis berkaitan dengan cara bahasa mengkodekan atau mengungkapkan karakteristik konteks dalam ujaran atau peristiwa tutur. Oleh karena itu, interpretasi sebuah ujaran sangat bergantung pada analisis konteksnya, sehingga pemahaman terhadap deiksis menjadi kunci dalam memahami makna komunikasi secara tepat.

Penerapan deiksis dalam media sosial, khususnya pada platform Instagram, sering kali menimbulkan fenomena kesalahpahaman akibat konteks komunikasi yang bersifat cepat, informal, dan terbatas ruang. Dalam kolom komentar penggunaan kata-kata deiktik sering digunakan untuk merujuk waktu, tempat, atau orang secara tidak eksplisit, sehingga membutuhkan pemahaman konteks yang mendalam agar pesan dapat ditafsirkan dengan benar. Fenomena ini menarik dikaji karena keberadaan media sosial yang sekarang sudah menjadi salah satu ruang utama dalam interaksi sosial dan penyebaran informasi di era digital.

Penelitian ini menganalisis deiksis yang muncul dalam kolom komentar dua akun Instagram populer, yaitu @idntimes dan @folkative. Keduanya sama-sama aktif menyajikan informasi aktual dan sering menjadi rujukan pengguna media sosial dalam mengikuti perkembangan isu terkini. Akun @idntimes memiliki sekitar 2,5 juta pengikut dengan lebih dari 62 ribu postingan, sedangkan @folkative memiliki sekitar 6,8 juta pengikut dengan lebih dari 11 ribu postingan. Oleh karena itu, tidak jarang postingan kedua akun tersebut mendapatkan komentar dalam jumlah yang sangat banyak, sehingga penggunaan deiksis dalam fitur komentar menjadi sangat relevan untuk dikaji. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan pola-pola penggunaan deiksis yang dapat membantu memahami bagaimana makna dibentuk dan bagaimana potensi kesalahpahaman dapat dikurangi dalam komunikasi digital di media sosial.

Penelitian ini berfokus pada postingan yang berkaitan dengan berita demonstrasi yang terjadi pada bulan Agustus hingga September 2025. Pada rentang waktu dua bulan tersebut, intensitas aksi massa di Indonesia meningkat sehingga memicu percakapan publik secara luas di media sosial, khususnya Instagram. Dua akun instagram tersebut menjadi sebagian dari yang berdampak besar dalam mengekspresikan opini, berbagi

informasi, dan membentuk wacana publik, sehingga mendorong tingginya volume komentar yang menghadirkan beragam bentuk deiksis. Kondisi ini memberikan konteks yang relevan dan menarik untuk mengkaji penggunaan deiksis dalam interaksi digital yang sarat dengan emosi, ideologi, dan respon sosial masyarakat.

Media sosial kini sudah menjadi komponen penting yang melekat dalam kehidupan remaja. Media sosial bukan sekadar menjadi sarana hiburan, melainkan juga sumber informasi dan wadah interaksi sosial yang memfasilitasi pertukaran ide, opini, serta konten visual di kalangan generasi Z. Pada konteks pembelajaran Bahasa Indonesia, teks berita termasuk dalam kompetensi dasar yang wajib dipahami oleh siswa di jenjang SMA, khususnya kelas XI berdasarkan Kurikulum Merdeka. Materi teks berita mencakup pemahaman isi berita baik dalam format cetak maupun digital, analisis struktur teks, unsur kebahasaan, serta keterampilan menulis teks berita yang informatif dan objektif. Namun, dalam pembelajaran di sekolah sering kali bersifat teoritis dan kurang mengaitkan dengan fenomena bahasa yang terjadi di dunia nyata, terutama dalam komunikasi digital yang sangat akrab dengan siswa, seperti penggunaan deiksis.

Kajian mengenai deiksis telah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu dalam berbagai jenis teks, seperti teks berita pada media daring, teks sastra, maupun percakapan di media sosial. Salah satunya adalah penelitian oleh Fitri Resti Wahyuniarti dan Nanda Risky Ardhana (2024), yang berfokus pada identifikasi bentuk deiksis dalam percakapan *elelrumi* dan *syifahadju* pada kolom komentar instagram. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial menyediakan ruang interaksi yang kaya akan penggunaan deiksis. Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada percakapan figur publik dan belum menempatkan konten berita sebagai konteks utama analisis. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang diisi oleh penelitian ini, yakni mengkaji

deiksis dengan memanfaatkan konten berita di media sosial Instagram sebagai ruang interaksi antara media dan masyarakat.

Perbedaan lain dengan penelitian tersebut, penelitian ini mengkaji penggunaan deiksis pada dua akun Instagram dengan karakter wacana yang berbeda, yaitu portal berita @idntimes dan akun pop-culture @folkative. Perbedaan karakter wacana ini memberikan ruang analisis yang lebih luas untuk melihat bagaimana persepsi masyarakat terhadap aksi demonstrasi yang terjadi pada bulan Agustus hingga September 2025 berdasarkan penggunaan deiksis. Kebaruan lain terletak pada integrasi antara analisis deiksis dengan dunia pendidikan, yakni mengaitkan temuan penelitian dengan pembelajaran teks berita XI berdasarkan Kurikulum Merdeka. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan implikasi praktis bagi guru Bahasa Indonesia dalam menyajikan materi teks berita yang semakin terkini dan menarik dengan menghubungkan fenomena bahasa di media sosial. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini menganalisis bentuk dan fungsi deiksis yang hadir di dalam komentar akun Instagram @idntimes dan @folkative, serta relevansinya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pembelajaran teks berita kelas XI untuk memberikan wawasan baru tentang integrasi bahasa digital dalam kurikulum pendidikan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk deiksis dalam komentar Instagram @idntimes dan @folkative?
2. Bagaimana fungsi deiksis dalam komentar Instagram @idntimes dan @folkative?

3. Bagaimana relevansinya dengan pembelajaran teks berita kelas XI?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk deiksis dalam komentar Instagram @idntimes dan @folkative
2. Untuk mendeskripsikan fungsi deiksis dalam komentar Instagram @idntimes dan @folkative
3. Untuk menjelaskan relevansinya dengan pembelajaran teks berita kelas XI

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini diupayakan dapat bermanfaat untuk memperkaya kajian ilmu bahasa, serta menambah referensi penelitian kebahasaan pada bidang pragmatik, serta memperluas penerapan teori deiksis dalam konteks komunikasi digital seperti komentar di Instagram.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dimaksudkan dapat bermanfaat untuk:

- a. Referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji deiksis dalam media sosial.
- b. Referensi sumber belajar yang inovatif untuk pembelajaran teks berita kelas XI.
- c. Memberikan wawasan bagi platform media agar mengoptimalkan konten berita yang lebih mudah dipahami pembacanya.

- d. Memberikan wawasan bagi pembaca mengenai makna dalam percakapan digital bergantung pada konteks waktu, tempat, dan hubungan sosial.

E. Telaah Pustaka

Penulis mengkaji penelitian terdahulu sebagai proses untuk melihat kemiripan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dikaji serta dijadikan sebagai referensi. Oleh karena itu terdapat sejumlah penelitian yang selaras dengan kajian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

Pertama, penelitian dari Fitri Resti Wahyuniarti dan Nanda Risky Ardhana (2024) dengan judul “Deiksis Percakapan dalam Instagram *Elelrumi* dan *Syifahadju*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk deiksis pada komentar yang menjadi persamaan dengan penelitian ini. Perbedaannya, penelitian tersebut hanya membahas bentuk deiksis tanpa menguraikan fungsinya, serta tidak merelevansikan pada pembelajaran. Sementara penelitian ini juga menelaah fungsi deiksis dan relevansinya dengan pembelajaran teks berita kelas XI.

Kedua, penelitian dari Sitti Maipa, Nabila Mustari, Reny Dwi Cahyani, dan Anita Candra Dewi (2025) yang berjudul “Bahasa dan Konteks di TikTok: Analisis Deiksis dalam Komentar Warganet pada Video Erika Richardo” memiliki kesamaan dalam mengkaji bentuk deiksis dalam komentar warganet. Namun, perbedaannya berada pada data penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan komentar pada video TikTok, sedangkan penelitian ini menggunakan komentar pada akun Instagram. Selain itu, penelitian tersebut tidak membahas relevansinya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia, sehingga ruang lingkupnya lebih sempit dibanding penelitian ini.

Ketiga, penelitian dari Made Subur, I Gusti Ayu Agung Dian Susanthi, Anak Agung Istri Manik Warmadewi, dan Ni Luth Made Manik Yuliasih (2025) yang berjudul *“Social Deixis Found in Balinese Selebgram Content on Instagram”* memiliki persamaan dalam sumber data yaitu berasal dari platform Instagram. Namun penelitian tersebut hanya meneliti deiksis sosial, sedangkan penelitian ini menganalisis lima jenis deiksis sekaligus fungsinya. Selain itu penelitian tersebut juga tidak merelevansikan dengan pembelajaran Bahasa Indonesia sebagaimana fokus penelitian ini.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Aliyah Suci Pradani NR, Amanda, Reny Dwi Cahyani, dan Muhammad Saleh (2025) dengan judul *“Analisis Deiksis pada Komentar Video TikTok Content Creator Pandawara”* juga memiliki kesamaan dalam mengkaji bentuk-bentuk deiksis pada media sosial. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian dan konteks pembahasannya. Penelitian tersebut berfokus pada komentar di TikTok, sedangkan penelitian ini menggunakan sumber dari komentar akun Instagram dan mengaitkannya dengan pembelajaran teks berita di Sekolah Menengah.

Kelima, penelitian dari Denik Wirawati dan Isna Zumrotus Solikhah (2021) yang berjudul *“Deiksis pada Slogan dalam Instagram @kominfomagelang dan Kaitannya dengan Bahan Ajar Teks Slogan”* memiliki kesamaan dalam mengaitkan analisis deiksis dengan pembelajaran Bahasa Indonesia. Namun, perbedaannya terletak pada objek kajian dan materi ajar. Penelitian tersebut menganalisis deiksis dalam teks slogan dan mengaitkannya dengan bahan ajar teks slogan kelas VIII SMP, sedangkan penelitian ini berfokus pada komentar Instagram @idntimes dan @folkative, serta relevansinya dengan pembelajaran teks berita kelas XI.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Nurhaji Syarif, Carolina Sasabone, dan Viona Sapulette (2022) berjudul “Deiksis dalam Percakapan di Media Sosial WhatsApp pada Grup Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Pattimura Ambon” memiliki persamaan pada fokus kajian deiksis dalam media sosial, tetapi berbeda sumber datanya dan konteks penggunaannya. Penelitian tersebut meneliti deiksis dalam obrolan grup WhatsApp mahasiswa, sedangkan penelitian ini mengkaji penggunaan deiksis dalam komentar publik di Instagram yang memiliki fungsi komunikatif dan sosial yang lebih luas.

Ketujuh, penelitian dari Nindia Dwi Citra, Ivan Achmad, dan Nurcholis (2025) berjudul “*Deixis Analysis in Social Media X (Twitter) Posts on Genocide*” memiliki kesamaan dalam menganalisis bentuk deiksis pada media sosial. Akan tetapi, penelitian tersebut mengkaji postingan mengenai genosida di X (Twitter), sedangkan penelitian ini bersumber dari komentar Instagram dan mengaitkannya dengan pembelajaran teks berita.

Berdasarkan ketujuh penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai deiksis di media sosial telah banyak dilakukan, baik pada platform Instagram, TikTok, WhatsApp, maupun X (Twitter). Sebagian besar penelitian tersebut menitikberatkan pada identifikasi bentuk-bentuk deiksis tanpa mengaitkannya dengan konteks pendidikan. Dengan demikian, dijumpai gap penelitian yang ingin diperkuat oleh penelitian ini, yaitu belum adanya kajian yang secara komprehensif menganalisis bentuk dan fungsi deiksis dalam komentar warganet pada akun media berita Instagram serta mengaitkan temuan tersebut dengan pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pembelajaran teks berita kelas XI.

F. Kajian Teoritis

1. Pragmatik

Pragmatik merupakan lingkup linguistik yang mengkaji pemakaian bahasa dan arti ungkapan berdasarkan situasi yang melatarbelakangi. Pragmatik dapat ditafsirkan dari berbagai segi, yakni: (1) studi penggunaan bahasa dalam komunikasi berdasarkan konteks dan situasi; (2) interpretasi dan penggunaan tuturan dalam kondisi nyata; (3) penggunaan dan pemahaman tindak ujar; serta (4) dampak struktur kalimat akibat hubungan pembicara-pendengar (Nuramila, 2020:6).

Richards, dkk (dalam Nuramila, 2020:7) mengungkapkan bahwa pragmatik merupakan kajian yang meninjau penggunaan bahasa dalam komunikasi, khususnya keterpaduan antar kalimat dengan konteks serta situasi penggunaannya. Yule (dalam Nuramila, 2020:8) mendefinisikan pragmatik dalam empat batasan: (1) studi tentang makna yang disampaikan penutur dan ditafsirkan oleh pendengar; (2) studi tentang makna kontekstual; (3) studi tentang cara menyampaikan lebih daripada yang dituturkan; (4) studi tentang ungkapan dari jarak hubungan.

Sementara Levinson (1983:9) mendefinisikan pragmatik seperti pada kutipan berikut *“Pragmatiks is the study of those relations between language and context that are grammaticalized, or encoded in the structure of a language”*. Pragmatik didefinisikan sebagai studi tentang keterpaduan antara bahasa dan konteks yang telah tersusun atau terkodekan dalam struktur bahasa. Menurut Kaswanti Purwo (dalam Sumarlam et al., 2023:7) pragmatik adalah menyelidiki makna tuturan yang terikat konteks. Berdasarkan pendapat pada ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pragmatik merupakan studi linguistik yang mempelajari

tentang penggunaan bahasa dalam komunikasi berdasarkan konteks dan situasi untuk memahami maksud serta interpretasi penutur dan lawan tutur dalam peristiwa tutur. Kajian pragmatik mencakup deiksis, implikatur, inferensi, praanggapan, tindak tutur, dan aspek-aspek struktur (Levinson, 1983:27).

2. Deiksis

Deiksis merupakan salah satu kajian dalam pragmatik. Kata deiksis diambil dari bahasa Yunani *deiktos* yang berarti pengacuan secara langsung (Nuramila, 2020:11). Dalam KBBI, deiksis diartikan sebagai “hal atau fungsi menunjuk sesuatu di luar bahasa; kata yang mengacu kepada persona, waktu, dan tempat suatu tuturan.” Menurut Purwo (1984:10), sebuah kata yang dapat dikatakan deiksis apabila rujukannya berubah-ubah bergantung pada siapa yang berbicara, serta waktu dan tempat tuturan tersebut disampaikan. Sementara itu menurut Williams (2019) deiksis adalah fenomena dalam bahasa manusia di mana makna dari ekspresi referensial tertentu bergantung pada aspek-aspek konteks penggunaannya.

Deiksis dapat pula dimaknai sebagai penunjukkan lokasi dan identifikasi orang, objek, peristiwa, proses atau kegiatan yang diacu berdasarkan dimensi ruang dan waktu pada saat tuturan berlangsung (Adriana, 2018:48). Menurut Levinson (1983) deiksis adalah kata yang acuannya selalu berubah-ubah sesuai konteksnya. Melalui fenomena deiksis, keterkaitan antara bahasa dan konteks tercermin dengan cara yang jelas dalam struktur bahasa itu sendiri. Demikian, deiksis merupakan kajian linguistik yang terhubung dengan pemakaian kata yang maknanya dapat berubah bergantung pada konteks tuturan, seperti siapa penutur, tempat, dan waktu terjadinya ujaran.

Berdasarkan definisi di atas, ciri-ciri deiksis dapat diidentifikasi sebagai berikut (Sumarlam et al., 2023:115): (i) satuan lingual deiksis berupa kata, (ii) referennya berpindah-pindah, (iii) referennya bergantung pada (a) siapa pembicara, (b) waktu tuturan, serta (c) tempat tuturan disampaikan.

Levinson (dalam Sumarlam et al., 2023:120) mengelompokkan deiksis menjadi lima bentuk yaitu deiksis persona (*person deixis*), deiksis tempat/ruang (*space deixis*), deiksis waktu (*time deixis*), deiksis wacana/teks (*discourse/text deixis*), dan deiksis sosial (*social deixis*).

a. Deiksis Persona (*Person Deixis*)

Menurut Becker dan Oka (dalam Purwo, 1984:29) deiksis persona menjadi orientasi dasar bagi deiksis ruang dan waktu. Deiksis ini menggunakan istilah kata ganti diri karena fungsinya yang menggantikan persona seseorang (Adriana, 2018:49). Deiksis persona menurut Levinson (1983:62) berkaitan dengan pengkodean peran partisipan dalam peristiwa tutur di mana ujaran yang dimaksud disampaikan. Menurut Allan (dalam Surastina, 2018:172) Deiksis persona atau dikenal dengan istilah orang, pada dasarnya melibatkan pembicara sebagai orang pertama, si penerima sebagai orang kedua, dan peserta penting lainnya sebagai orang ketiga. Bahasa Indonesia memiliki tiga pronomina persona, yaitu pertama, kedua, dan ketiga; masing-masing terbagi betuk tunggal dan jamak (Sumarlam et al., 2023:124).

1) Deiksis Persona Pertama

Deiksis persona pertama adalah gramatikalisasi rujukan pembicara kepada dirinya sendiri (Levinson, 1983:62). Deiksis persona pertama dibagi menjadi tunggal dan jamak. Persona tunggal merujuk pada satu orang

penutur atau orang yang sedang berbicara seperti *saya*, *aku*, dan *daku*. Sedangkan persona pertama jamak merujuk pada pembicara beserta orang lain (orang kedua) seperti *kami* dan *kita* (kami tidak melibatkan orang kedua, kita melibatkan orang kedua). Selain itu, persona pertama juga ada dalam bentuk terikat, yakni bentuk pronominanya melekat pada kata lain, biasanya berupa kata kerja atau kata benda yang umumnya berupa afiks (imbuhan) *-ku* seperti pada *bukuku* dan *ku-* seperti pada *kubaca*.

2) Deiksis Persona Kedua

Deiksis persona kedua mengacu pada orang yang diajak bicara atau pendengar (Adriana, 2018:50). Levinson (1983:62) mengungkapkan bahwa persona kedua adalah pengkodean rujukan pembicara kepada satu atau lebih penerima pesan. Sama halnya deiksis persona pertama, persona kedua juga terdiri dari bentuk tunggal dan jamak. Persona kedua tunggal merujuk pada satu orang pendengar seperti *kamu*, *engkau*, *kau*, *dikau*, dan *Anda*. Sementara itu, persona kedua jamak mengacu pada lebih dari satu pendengar seperti *kalian*. Selain itu, persona kedua juga ada dalam bentuk terikat, yakni bentuk pronominanya melekat pada kata lain yang umumnya berupa afiks (imbuhan) *-mu* seperti pada *bukumu* dan *kau-* seperti pada *kaubaca* (bentuk *kau* dapat berupa bentuk bebas atau terikat).

3) Deiksis Persona Ketiga

Deiksis persona ketiga merupakan pengkodean rujukan kepada orang dan entitas yang bukan pembicara maupun penerima pesan dari ujaran yang dimaksud (Levinson, 1983:62). Pembagian tunggal dan jamak yang berlaku pada deiksis persona pertama dan kedua juga diterapkan pada

deiksis persona ketiga. Persona ketiga tunggal merujuk pada satu orang yang dibicarakan seperti *dia*, *ia*, dan *beliau*. Sedangkan persona ketiga jamak merujuk pada lebih dari satu orang yang dibicarakan seperti *mereka*. Selain itu, persona ketiga juga ada dalam bentuk terikat, yakni bentuk pronominanya melekat pada kata lain yang umumnya berupa afiks (imbuhan) *-nya* seperti pada *bukunya* dan *membacanya*.

b. Deiksis Tempat atau Ruang (*Place Deixis*)

Deiksis tempat atau ruang (*place deixis*) merupakan satuan lingual yang berkaitan dengan ruang, lokasi, atau arah (Sumarlam et al., 2023:136). Levinson (1983:62) mengungkapkan bahwa deiksis tempat berhubungan dengan penunjukan yang bergantung pada posisi para penutur dalam peristiwa percakapan. Deiksis tempat atau ruang ini ditinjau dari posisi pembicara dalam peristiwa tutur, meliputi (a) yang dekat dengan pembicara; (b) yang jauh dari pembicara namun dekat dengan pendengar; (c) yang jauh dari keduanya (Adriana, 2018:50). Wujud deiksis tempat dalam Bahasa Indonesia dibagi menjadi dua bentuk, yakni pronomina demonstratif dan pronomina lokatif.

1) Pronomina Demonstratif

Deiksis demonstratif merujuk pada sesuatu berdasarkan jarak dengan pembicara atau penutur. Jarak tersebut mengacu pada dekat dan jauh. Jarak dekat digunakan penutur untuk merujuk sesuatu yang dekat dengannya seperti *ini*. Jarak jauh diterapkan untuk merujuk suatu hal yang jauh dengan penutur seperti *itu*.

2) Pronomina Lokatif

Deiksis lokatif merujuk pada arah atau posisi berdasarkan jarak dekat, sedang, dan jauh. Jarak dekat digunakan untuk mengacu lokasi yang berdekatan dengan si penutur seperti *di sini* dan *sini*. Sedangkan jarak sedang digunakan untuk mengacu pada lokasi yang berdekatan dengan lawan tutur, tidak dengan penutur seperti *di situ*, dan *situ*. Sedangkan jarak jauh digunakan untuk merujuk pada lokasi yang jauh dari keduanya seperti *di sana* dan *sana*.

c. Deiksis Waktu (*Time Deixis*)

Deiksis waktu merupakan kata atau ungkapan yang menunjukkan waktu suatu peristiwa berdasarkan waktu saat seseorang berbicara atau menulis (Levinson, 1983:62). Deiksis waktu berkaitan dengan pengungkapan jarak waktu yang diukur dari waktu saat tuturan diproduksi oleh pembicara (Adriana, 2018:51). Deiksis waktu menyatakan waktu/temporal yang terwujud dari leksem temporal, yakni deiksis waktu kini (*present*), lampau (*past*), dan mendatang (*future*) (Nuramila, 2020:12).

- 1) Deiksis waktu kini mengacu ketika waktu tuturan sedang terjadi, contohnya *sekarang*, *kini*, *saat ini*, dan *hari ini*.
- 2) Deiksis waktu lampau menunjuk pada peristiwa yang telah berlangsung sebelumnya, contohnya *tadi*, *kemarin*, *dulu*, *baru saja*, dan *waktu itu*.
- 3) Deiksis waktu mendatang mengacu pada waktu yang belum terjadi atau akan datang, contohnya *besok*, *nanti*, dan *kelak*.

d. Deiksis Wacana/Teks (*Discourse/Text Deixis*)

Levinson (1983:62) mengungkapkan bahwa deiksis wacana atau deiksis teks (*discourse deixis*) berkaitan dengan pemakaian suatu ekspresi ke dalam sebuah tuturan yang berfungsi untuk mengacu pada bagian-bagian tertentu (penggalan) dari wacana yang memuat tuturan tersebut, termasuk tuturan itu sendiri di dalamnya. Deiksis wacana meliputi dua bentuk rujukan, yaitu anafora dan katafora (Adriana, 2018:51).

- 1) Deiksis wacana anafora merupakan pengacuan kembali terhadap sesuatu yang sudah diungkapkan sebelumnya dalam wacana melalui pengulangan atau penggantian kata, seperti *tersebut, itu, karena itu, dengan begitu, demikian, dsb*. Contohnya:

A: Aku baru selesai membaca artikel tentang perubahan iklim.

B: Oh, artikel itu memang sedang ramai dibahas sekarang.

Pada kata *itu* mengacu pada artikel yang sudah disampaikan atau disebutkan oleh penutur sebelum tuturan tersebut berlangsung.

- 2) Deiksis wacana katafora merupakan pengacuan terhadap sesuatu yang baru akan disebutkan atau diungkapkan setelahnya dalam wacana, seperti *sebagai berikut, berikut ini, dsb*. Contohnya: “*Baca **berikut ini**, ada klarifikasi dari narasumber*” pada frasa *berikut ini* merujuk pada informasi yang belum disebutkan, tetapi akan muncul setelahnya.

e. Deiksis Sosial (*Social Deixis*)

Deiksis sosial menurut Levinson (1983:63) merupakan pemakaian bahasa yang mencerminkan hubungan sosial antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi. Deiksis sosial merujuk berdasarkan perbedaan status atau

kedudukan sosial yang dimiliki oleh para partisipan yang terlibat dalam sebuah tuturan (Nuramila, 2020:12). Menurut Levinson (dalam Sumarlam et al., 2023:151), aspek-aspek struktur bahasa yang berkaitan dengan deiksis sosial diantaranya meliputi: (i) pronomina kesantunan (*polite pronouns*), (ii) gelar sapaan (*titles of address*) atau istilah yang digunakan dalam penyapaan (*terms of address*). Deiksis sosial digunakan untuk bentuk sapaan yang dipilih sesuai usia, status, atau jabatan seperti *pak, bu, mas, mbak, kak, bro, sis, yang terhormat, saudara*, serta bentuk sapaan dengan menggunakan gelar jabatan atau status seperti *dokter, profesor, ustadz, presiden, dsb*.

3. Instagram

Instagram merupakan platform media sosial yang berpusat pada konten berupa foto dan video, yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memotret, merekam video, menambahkan filter digital, serta menyebarkannya melalui berbagai jaringan sosial (Zaxrie et al., 2024). Instagram tidak sekadar berperan sebagai media penyampaian informasi, melainkan juga memperlancar komunikasi dengan menghadirkan fitur pesan, obrolan, serta berbagai fitur pendukung lainnya. Hal inilah yang menjadikan generasi internet cenderung memilih Instagram karena kemudahannya dalam mengakses informasi, berinteraksi, serta menjalin komunikasi dengan orang-orang di sekitar mereka.

Salah satu hal yang menonjol dari kehidupan sosial Gen Z adalah keterlibatan mereka dalam aktivisme di dunia maya. Mereka memanfaatkan media sosial dan Internet sebagai wadah untuk menyuarakan pandangan serta pendapat mereka mengenai berbagai isu sosial dan politik (Sikumbang et al., 2024). Di Instagram, pengguna juga dapat memperoleh berita maupun informasi

yang menarik, mencakup berbagai topik seperti dunia hiburan, budaya, seni, ekonomi, hingga politik, baik dari dalam maupun luar negeri. Sebagai contoh, hal ini dapat ditemukan pada akun instagram seperti @idntimes dan @folkative.

a. @idntimes

@idntimes merupakan bagian dari IDN Media, yaitu sebuah perusahaan media digital yang beroperasi di berbagai platform yang berfokus pada penyebaran informasi yang ditujukan bagi generasi Milenial dan Gen Z di Indonesia. IDN Times aktif dalam memberikan konten berita terkini, mulai dari politik, sosial, hiburan, edukasi, hingga ragam fenomena populer melalui website dan media sosial, termasuk instagram. IDN Media pertama kali dibangun pada tanggal 8 Juni 2014 oleh Winston Utomo, yang terinspirasi dari kurangnya media informasi yang menyesuaikan gaya komunikasi generasi Milenial dan Gen Z pada saat itu.

IDN Media kini telah bertumbuh menjadi salah satu perusahaan platform media terkemuka di Indonesia yang memberikan pengaruh besar pada generasi Milenial dan Gen Z. IDN Media menjalankan lima lini bisnis sekaligus yang mencakup bidang media digital, *live streaming*, hiburan, komersial, serta ekonomi kreator. Dalam lini bisnis tersebut, IDN Media menaungi 19 unit bisnis yang terdiri dari IDN Times, Popmama.com, Popbela.com, Duniaku.com, GGWP, Yummy, FORTUNE Indonesia, IDN Platform, IDN Pictures, Saweria, IDN Event, JKT48, IDN Creative, Bluebird IDN OOH, ICE, Boss Creator, MORF, serta dua organisasi nirlaba yakni IDN Foundation dan IDN Research Institute (IDNTimes, n.d.)

Berlandaskan visi untuk mendemokratisasi informasi serta menghadirkan akses informasi yang merata dan adil bagi seluruh kalangan di Indonesia, IDN terus berkembang sebagai media yang berupaya memberikan dampak positif dan membangun ruang komunikasi publik yang inklusif. Akun instagram @idntimes memiliki 2,5 juta pengikut dan menjadi salah satu kanal distribusi informasi utama, di mana komentar dan interaksi pengikutnya menunjukkan proses pembentukan opini, dialog sosial, dan penyebaran wacana publik secara *real time*.

b. @folkative

@folkative merupakan bagian dari Folkative Group, yaitu sebuah perusahaan induk yang bergerak di bidang pemasaran, periklanan, dan hubungan masyarakat yang berkedudukan di Jakarta, dengan fokus utama pada strategi merek, transformasi digital, media sosial, kreatif, serta keterlibatan pelanggan. Instagram @folkative adalah akun media alternatif yang menyajikan berbagai informasi berita seputar hiburan, budaya populer, hingga konten-konten yang sedang ramai diperbincangkan atau viral di Indonesia.

@folkative didirikan oleh seorang anak muda bernama Kenneth William sejak tahun 2018, yang dibentuk dari keresahan pribadi karena masih sedikitnya platform yang menyediakan informasi mengenai karya maupun kehidupan para digital *content creator*. Berawal dari kegelisahan tersebut yang mendorongnya untuk membangun sebuah media alternatif berbasis Instagram yang memusatkan perhatiannya pada penyampaian informasi mengenai karya-karya para *content creator* yang ada di Indonesia (MediaIndonesia, 2022).

Berdasarkan visi dan misi untuk menjadi sumber informasi terpadu bagi generasi muda dalam mengeksplorasi budaya kreatif bangsa, namun dikemas

dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami oleh kalangan anak muda. @folkative berhasil membangun identitas yang konsisten dalam menyajikan konten kreatif. Hal ini ditunjukkan dari capaian jumlah pengikut yang mencapai sekitar 6,8 juta, menjadikan @folkative bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga ruang literasi budaya yang efektif bagi generasi muda masa kini.

4. Teks Berita

Teks berita merupakan salah satu materi penting dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada kelas XI. Menurut KBBI, berita diartikan sebagai cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar. Kosasih (2014:242) menjelaskan bahwa teks berita merupakan teks yang menyajikan kabar atau informasi secara faktual, aktual, dan objektif. Dengan demikian, teks berita memiliki fungsi utama yakni memberikan informasi secara jelas dan akurat kepada masyarakat.

Dalam Kurikulum Merdeka, pembelajaran teks berita tidak hanya berfokus pada kemampuan memahami struktur dan ciri kebahasaan, melainkan juga pada pengembangan keterampilan literasi dan berpikir kritis siswa. Kurikulum Merdeka memberikan kebebasan kepada guru untuk menyusun dan merancang pembelajaran yang relevan dengan konteks, lingkungan, dan budaya yang akrab dan dekat dengan siswa (Kemendikbudristek, 2022:6). Hal tersebut bertujuan agar siswa tidak hanya memahami konsep teks berita secara teori, tetapi juga mampu dalam menganalisis dan memproduksi teks berita berdasarkan fenomena nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Secara umum, struktur teks berita tersusun atas beberapa bagian, yakni judul, kepala berita, tubuh berita, dan penutup (Kosasih, 2014:244). Judul

berfungsi memberi gambaran umum mengenai pokok berita, sedangkan kepala berita memuat inti informasi dengan menjawab unsur ADIKSIMBA, yaitu apa, di mana, kapan, siapa, mengapa, dan bagaimana. Tubuh berita menguraikan informasi secara runtut dan penutup dapat berisi tambahan keterangan atau ringkasan akhir. Ciri kebahasaan teks berita (dalam Subarna et al., 2023:136) antara lain meliputi: (1) kalimat tunggal adalah kalimat yang hanya memiliki satu klausa; (2) kalimat majemuk adalah kalimat yang memiliki dua klausa atau lebih; (3) konjungsi atau kata penghubung yang mengandung makna kronologis; (4) konjungsi kausalitas, seperti sebab, karena, oleh sebab itu; (5) kata ganti atau pronomina yang mengacu pada kejadian yang dipaparkan, yang bukan merupakan persona.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kepustakaan atau *library research*. Penelitian ini difokuskan pada pengkajian tuturan yang muncul dalam kolom komentar akun Instagram @idntimes dan @folkative. Studi kepustakaan yang dilakukan peneliti adalah dengan mengumpulkan data dari berbagai bahan tertulis, seperti manuskrip, majalah, buku, dokumen, artikel jurnal, skripsi, dan sumber lainnya yang relevan (Rahmadi, 2011:15).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis yang bersumber dari objek yang diamati. Dengan demikian, penelitian ini bermaksud untuk memaparkan bentuk dan fungsi deiksis dalam komunikasi digital, serta relevansinya dengan materi pembelajaran Bahasa Indonesia.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah deiksis yang terdapat dalam komentar akun Instagram @idntimes dan @folkative pada postingan yang berkaitan dengan aksi demonstrasi pada bulan Agustus hingga September 2025. Objek tersebut mencakup lima jenis deiksis antara lain persona, tempat, waktu, wacana, dan sosial yang digunakan dalam interaksi digital tentang bagaimana respon warganet terhadap berita yang disajikan.

3. Data dan Sumber Data

Menurut Arikunto (dalam Rahmadi, 2011:70), data merupakan hasil pencatatan yang dilakukan oleh peneliti, baik dalam bentuk fakta maupun angka. Penelitian ini memanfaatkan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer, diperoleh dari sumber pertama secara langsung. Data primer dalam penelitian ini adalah komentar warganet dalam akun Instagram @idntimes dan @folkative pada postingan yang berkaitan dengan aksi demonstrasi pada bulan Agustus hingga September 2025
- b. Data sekunder, diperoleh dari sumber kedua yang memuat informasi atau data-data tambahan yang dibutuhkan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, artikel jurnal, skripsi, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan deiksis. Selain itu juga memanfaatkan buku Cerdas Cergas Berbahasa dan Bersastra Indonesia kelas XI yang diperoleh melalui laman Sistem Informasi Buku Indonesia (SIBI) sebagai rujukan dalam mengaitkan temuan penelitian dengan pembelajaran teks berita.

4. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, dengan menggunakan teknik simak dan catat. Menurut Sugiyono dalam (Hardani et al., 2020:150), metode dokumentasi merupakan cara pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang telah berlalu. Dokumen yang digunakan penelitian ini berupa data digital yaitu komentar warganet dalam unggahan akun Instagram. Teknik simak digunakan peneliti untuk mendapatkan data tulisan berupa komentar warganet pada akun Instagram @idntimes dan @folkative. Teknik catat yang digunakan peneliti, yaitu dengan mencatat data-data yang berhubungan dengan penggunaan deiksis.

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan peneliti dalam proses mengumpulkan data adalah sebagai berikut.

- 1) Peneliti mengakses akun Instagram @idntimes dan @folkative menggunakan aplikasi resmi Instagram.
- 2) Memilih postingan berita yang berkaitan dengan aksi demonstrasi pada bulan Agustus - September 2025.
- 3) Mengumpulkan komentar yang muncul pada postingan tersebut dengan teknik menyalin teks untuk menghindari perubahan data.
- 4) Mendokumentasikan data dalam bentuk tabel atau *spreadsheet* untuk analisis selanjutnya.

5. Analisis data

Penelitian ini menerapkan analisis data kualitatif. Analisis data menurut Sugiyono (2018) merupakan proses pengorganisasian data yang didapatkan dari hasil dokumentasi secara sistematis. Penelitian ini menggunakan analisis data

kualitatif dengan model Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018:246), dengan tiga proses kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi data dalam penelitian ini yaitu pemilihan data berupa komentar warganet yang mengandung deiksis dalam akun Instagram @idntimes dan @folkative. Dalam teknik ini, peneliti melakukan pengolahan data seperti pengurangan data yang telah didapatkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pengodean dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan sumber data, tanggal unggahan, dan nama akun komentar. Format pengodean yang digunakan adalah (Sumber Data/Tanggal Unggahan/Inisial Akun). Sebagai contoh, kode (IDN/04.09.25/LAP) menunjukkan bahwa data tersebut bersumber dari akun instagram @idntimes yang diunggah pada tanggal 4 September 2025, dan berasal dari akun komentar dengan inisial LAP. Sementara itu, kode (FOL/29.08.25/PAY) menunjukkan data bersumber dari akun Instagram @folkative yang diunggah pada tanggal 29 Agustus 2025 dan berasal dari akun komentar dengan inisial PAY.
- b. Penyajian data dalam penelitian ini adalah memaparkan atau menguraikan hasil data yang telah diperoleh. Penyajian data ini menghasilkan deskripsi mengenai bentuk dan fungsi deiksis dalam komentar akun Instagram @idntimes dan @folkative, serta mendeskripsikan relevansinya hasil analisis tersebut dengan pembelajaran teks berita kelas XI.
- c. Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam penelitian ini. Data yang telah disajikan tersebut, kemudian ditarik kesimpulan dengan menjabarkan kalimat secara singkat, padat, dan mudah dipahami. Kesimpulan

dalam penelitian ini berupa bentuk dan fungsi deiksis yang dominan dalam komentar tersebut, serta kaitannya dengan pembelajaran teks berita kelas XI.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berikut dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai cara menyusun hasil penelitian dari data dan bahan-bahan yang telah temukan. Adapun penelitian ini disusun dalam lima bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, kajian teoritis, dan metode penelitian.

BAB II BENTUK DEIKSIS DALAM KOMENTAR @IDNTIMES DAN @FOLKATIVE

Pada bab ini berisi hasil dan pembahasan pokok masalah satu, yaitu mengenai bentuk deiksis berdasarkan data yang telah ditemukan dalam komentar akun instagram @idntimes dan @folkative.

BAB III FUNGSI DEIKSIS DALAM KOMENTAR @IDNTIMES DAN @FOLKATIVE

Pada bab ini berisi pembahasan dari pokok masalah dua, yaitu mengenai fungsi deiksis berdasarkan data yang telah ditemukan dalam komentar akun instagram @idntimes dan @folkative.

BAB IV RELEVANSINYA DENGAN PEMBELAJARAN TEKS BERITA KELAS XI

Pada bab ini berisi pembahasan dari pokok masalah tiga, yaitu mengenai relevansi data yang ditemukan dengan pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pembelajaran teks berita kelas XI.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan pembahasan.

I. Definisi Istilah

1. Deiksis

Deiksis merupakan kajian linguistik yang berkaitan dengan penggunaan kata yang maknanya dapat berubah bergantung pada konteks tuturan, seperti siapa penutur, tempat, dan waktu terjadinya ujaran.

2. Instagram

Instagram merupakan jejaring sosial yang berpusat pada konten berupa foto dan video, yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memotret, merekam video, menambahkan filter digital, serta menyebarkannya melalui berbagai jaringan sosial

3. Materi Teks Berita

Teks berita merupakan salah satu materi penting dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada kelas XI. Teks berita adalah teks yang menyampaikan kabar atau informasi secara faktual, aktual, dan objektif.