

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap kebudayaan mempunyai karakteristik tertentu yang dapat mengidentifikasi suatu identitas yang kemudian membentuk identitas budaya. Secara sederhana, identitas budaya adalah ciri-ciri atau karakteristik yang dimiliki oleh sekelompok orang dengan batasnya masing-masing untuk membedakan antara satu budaya dengan budaya lain. Salah satunya dengan bahasa. Bahasa ialah sebuah simbol atau tanda yang disepakati bersama untuk digunakan oleh sekelompok orang dan menghasilkan arti yang bervariasi mulai dari aksen, dialek, *branding*, dan lain-lain.¹

Bahasa Banyumasan, salah satu bahasa daerah yang menjadi suatu identitas budaya. Bahasa Banyumasan mempunyai keunikan yakni dari sisi pengucapan kata yang *medhok* ketika berbicara. Keunikan tersebut rupanya menjadi sorotan dan memunculkan stereotip negatif di masyarakat luar yang menyebabkan mudarnya penggunaan Bahasa Banyumasan terutama bagi kalangan generasi muda di wilayah berbahasa Banyumasan.² Hal itu menjadi suatu ironi bahwa masyarakat berbahasa Banyumasan justru semakin mundur dari bahasa induknya.

¹ Samovar, Larry A., Porter, Richard E., McDaniel, dan Edwin R. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya Edisi 7*. Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.

² Suhardi, Imam. 2013. *Budaya Banyumasan Tak Sekadar Dialek (Representasi Budaya Banyumas Dalam Prosa Karya Ahmad Tohari)*Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. ISSN 2098-8746. Volume 4, Nomor 1, April 2013. Hlm 37-46. Padang: Pusat Studi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PSIKM) dan Sastra Daerah FIB Universitas Andalas.

Bahasa Banyumasan merupakan kelompok bahasa yang digunakan oleh masyarakat Jawa Tengah bagian barat. Bahasa Banyumasan ialah sebagai bentuk Bahasa Jawa asli atau orisinil. Bahasa Banyumasan sebenarnya tidak jauh berbeda dengan Bahasa Jawa lainnya, hanya saja terdapat perbedaan yang sangat terasa yakni dari cara pengucapan kata yang terdengar lebih tegas dibanding dengan Bahasa Jawa lainnya.³ Misalnya, nampak pada kata “a” yang tetap dibaca “a”. Hal ini berbeda dengan pengucapan pada Bahasa Jawa seperti yang digunakan di daerah Solo dan Yogyakarta yakni “a” dibaca “o”.

Keluguan Bahasa Banyumasan dengan menggunakan pengucapan kata yang khas membuat Bahasa Banyumasan di masyarakat luas mendapat julukan sebagai bahasa “Ngapak”. Hal tersebut diungkapkan oleh salah seorang pembicara dari Universitas Jendral Soedirman, Purwokerto yakni Dr. Edi Santoso yang mengungkapkan bahwa penyebutan “Ngapak” merupakan sebagai bahan olok-olok untuk menyindir kebiasaan orang Banyumas yang *medhok* ketika menyebut kata, berakhiran huruf ‘k’ dalam berbicara.⁴ Tidak dapat dipungkiri, bahasa ibu warga eks-karesidenan Banyumas dengan julukan bahasa “Ngapak” ini rupanya sudah terbenak di masyarakat. Di sisi lain, warga eks-karesidenan Banyumas lebih menerima apabila Bahasa Banyumasan disebut sebagai bahasa “Panginyongan”.⁵ Hal ini disebabkan adanya kesadaran yang tinggi bahwa penyebutan “Ngapak” yang selama ini dilontarkan oleh masyarakat baik dalam maupun luar eks-karesidenan

³ Herusatoto, H, Budiono. 2008. *Banyumas-Sejarah, Bahasa, watak, Seni dan Budaya*. Pt LKIS Pelangi Aksara : Yogyakarta. Hlm 122.

⁴ PSI. 2017. Prodi S1 Komunikasi Bahasa Identitas Banyumas dalam Media Sosial.

⁵ *Ibid.*

Banyumas hanyalah sebatas bahan olok-olok untuk menyindir kebiasaan orang Banyumas yang *medhok*, sehingga membuat identitas Bahasa Banyumasan sempat teridentifikasi rendah dan terpinggirkan.

Di media konvensional seperti pertelevisian, karakter artis Kartika Putri menggunakan kalimat lelucon *Bapake inyong, paling ngganteng dhewek* yang berarti *Bapak saya, paling ganteng sendiri* dalam program acara Pesbuker (2016) ANTV. Kalimat lelucon yang diucapkan oleh artis tersebut sangatlah kental meskipun tidak terdengar natural sebagai warga berbahasa Banyumasan dikarenakan ia berasal dari Palembang. Sontak, lawakan tersebut membuat para penonton tertawa hingga terpingkal-pingkal. Positifnya, memang Bahasa Banyumasan menjadi terkenal dengan gaya bicara yang menarik dan unik, namun dampak negatifnya ialah Bahasa Banyumasan terbingkai sebagai bahasa yang layak untuk dijadikan lelucon, hiburan semata dan unsur komersialisasi belaka tanpa mengenal *unggah-ungguh* (tata krama) Bahasa Banyumasan yang sesuai.

Polemik yang muncul terkait Bahasa Banyumasan di lingkungan sehari-hari juga menjadi alasan mengapa Bahasa Banyumasan menarik untuk dikaji. Salah satunya adalah respon pertama kali dari orang berbeda budaya yang seketika berubah setelah mengetahui bahwa orang yang sedang berkomunikasi dengannya berasal dari warga eks-Karesidenan Banyumas. Kata yang selalu terlontarkan pertama kali ialah *inyong kencot, kepriben*, dan *aja kaya kue*. Mereka mengucapkan kata-kata tersebut dengan logat yang

seolah dibuat-buat secara berulang, padahal jika diartikan adalah *saya lapar, bagaimana, dan jangan seperti itu.*

Dinamika yang terjadi pada suatu budaya tidaklah terlepas dari teknologi yang kian mengiringi di setiap perkembangan budaya di masyarakat. Seperti yang ada pada media baru yang terus berkembang dan menggejala. Media baru (*new media*) merupakan perkembangan teknologi komunikasi dalam bentuk *platform* yang mana lebih sederhana bila dibandingkan dengan variannya yang sangat banyak sekarang ini. Identitas budaya lokal dalam media baru memberikan wajah baru di era global khususnya Bahasa Banyumasan. Bahasa ini menjadi bahasa lokal yang mulai banyak digunakan di ranah *online* baik dikarenakan unsur tempat kelahiran, tempat tinggal maupun hubungan kekerabatan. Hal ini terlihat dengan hadirnya akun-akun mulai dari *facebook*, perbincangan *trending topic* melalui *twitter*, aplikasi kamus “Ngapak”, publikasi foto dan video melalui *instagram*, media pesan pribadi seperti *whatsApp*, hingga media penyiaran pribadi yakni *youtube*.

Di *facebook* telah didirikan beberapa akun yaitu “Republik Ngapak”,⁶ “SEBAR (Seduluran Banyumas Raya)” yang fokus membangun kebersamaan terutama bagi mereka yang berada di perantauan sehingga tetap dapat berkomunikasi di media baru, hingga seringkali mengadakan suatu pertemuan di saat-saat tertentu.⁷ Fitur *follow* pada akun *twitter* seperti @NgomongNgapak dengan mencantumkan *hashtag* atau tagar pada info

⁶ Ngapak, Republik, *facebook*. 2019.

⁷ SEBAR, *facebook*. 2019.

profilnya yakni “#Ngapakers : Bersatu kita kompak, Bicara kita kepenak. Ora Ngapak Ora kepenak. Ora Ngapak dupak” mengajak orang berbahasa Banyumas dengan julukkan “Ngapak” untuk selalu menggunakan Bahasa “Ngapak”.⁸ Begitu juga dengan media baru *instagram* seperti @Nikikula yang lebih menyajikan kata-kata dari Bahasa Banyumasan melalui unggahan audio video untuk kepentingan hiburan, komedi, dan akronim atau singkatan kata yang disesuaikan dengan kosa kata dari Bahasa Banyumasan.⁹ Aplikasi lain ialah berbentuk kamus *online* “Ngapak” tentang kosa kata Bahasa Banyumasan yang dapat diunduh pada *play store* di masing-masing telepon pintar atau *smarthphone*. Hingga munculnya karya audio video berkonten Banyumasan yang dipublikasikan melalui media baru *youtube*.

Sebelumnya, terdapat beberapa hasil penelitian yang peneliti temukan yakni tentang bagaimana identitas kebanyumasan bahasa di ruang publik seperti poster, baliho hingga spanduk yang terdapat di wilayah Banyumas. Adapun penelitian lain yakni tentang bagaimana konstruksi identitas budaya yang bersifat kedaerahan dalam dialek Banyumasan yang dilihat dari persepsi mahasiswa terhadap Bahasa Banyumasan, dan juga beberapa penelitian lain. Penelitian-penelitian dengan berbagai pengambilan sudut permasalahan tentang Bahasa Banyumasan tersebut, membuat peneliti tertarik untuk mengambil tema yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda, yakni tentang bagaimana membangun identitas budaya Bahasa Banyumasan di media baru *youtube channel*.

⁸Ngomong Ngapak, *twitter*. 2019.

⁹Nikikula, *instagram* 2019.

Youtube merupakan salah satu *platform* yang digunakan oleh para *user* (pengguna) untuk melakukan publikasi berupa audio video berdurasi panjang dan dapat tersimpan lama yang mana sebagai media penyiaran personal. Sebagai bentuk kreasi, salah satunya ialah membangun identitas budaya dengan memvisualisasikan pada audio video berupa film pendek dan dipublikasikan di *youtube*.

Terdapat para kreator konten di *channel youtube* yang kerap mengunggah hasil karyanya dengan mengangkat budaya Bahasa Banyumasan. Seperti yang dilakukan oleh aktor lawak Indonesia, Rendra melalui *youtube channel* “Rendra Polapike”. *Channel* milik pria bernama lengkap Yan Rendra Pratiwi ini mempunyai jumlah *subscribers* lebih dari 790K *subscribers* atau 790.000 pelanggan pada tahun 2019, yang berlangganan untuk menonton hasil karya film pendek yang ada di konten *youtube* miliknya.¹⁰ Film pendek (dengan di dalamnya merupakan kumpulan sketsa) berdurasi rata-rata 4-10 menit atau lebih ini mengangkat budaya lokal Bahasa Banyumasan dengan mengedepankan unsur edukasi kepada semua orang, dan dibawakan oleh tiga anak laki-laki yang masih duduk di sekolah dasar. Konten yang dipublikasikan tetap menyisipkan nilai komedi tanpa adanya unsur kekerasan maupun bahasa kasar.

Berbeda dari *youtube channel* yang lain. Berawal dari unggahannya di media baru *youtube*, *channel* “Rendra Polapike” ini menjadi viral atau terkenal di media baru termasuk di *instagram* @sinarendra18, yang

¹⁰ Polapike, *Youtube*. 2019.

kemudian ditarik kerjasama oleh salah satu stasiun televisi swasta Trans7 dan ditayangkan dalam program “Bocah Ngapa(K) Ya”, yang tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 17.00 WIB. Rendra dan tim Polapike berharap hal ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi masyarakat eks-Karesidenan Banyumas, sehingga Bahasa Banyumasan semakin dapat dikenal, serta berharap masyarakat asli berbahasa Banyumasan pun menjadi tidak kehilangan rasa kepemilikan akan Bahasa Banyumasan.

Di dunia *offline* masyarakat masih cenderung menutup identitasnya, maka di ranah *online* tidak demikian dikarenakan media baru berpeluang sebagai sarana kuat untuk melestarikan nilai Banyumasan seperti yang dilakukan oleh Polapike melalui *youtube channel* “Rendra Polapike” tersebut. Bahasa Banyumasan perlu menjadi identitas budaya yang juga sebagai bagian dari modernitas bagi kalangan masyarakat. Melalui Polapike, maka akan diketahui proses Rendra beserta tim “Polapike” dalam membangun identitas budaya Bahasa Banyumasan pada khususnya di *youtube channel* “Rendra Polapike”. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengkaji secara lebih dalam.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian yang dilaksanakan adalah “Bagaimana “Polapike” membangun identitas budaya Bahasa Banyumasan di media baru *youtube channel* “Rendra Polapike” periode 2019?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti diantaranya :

1. Untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana proses penggagas/kreator dan tim “Polapike” dalam membangun identitas budaya Bahasa Banyumasan di *youtube channel* “Rendra Polapike”.
2. Untuk mengetahui dan memahami tentang identitas budaya Bahasa Banyumasan yang terbangun di *youtube channel Rendra Polapike*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat sebagai sumbangan pemikiran atau pun referensi pustaka bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu komunikasi yang berkaitan dengan studi identitas budaya, memperdalam dan memperluas pengetahuan peneliti.

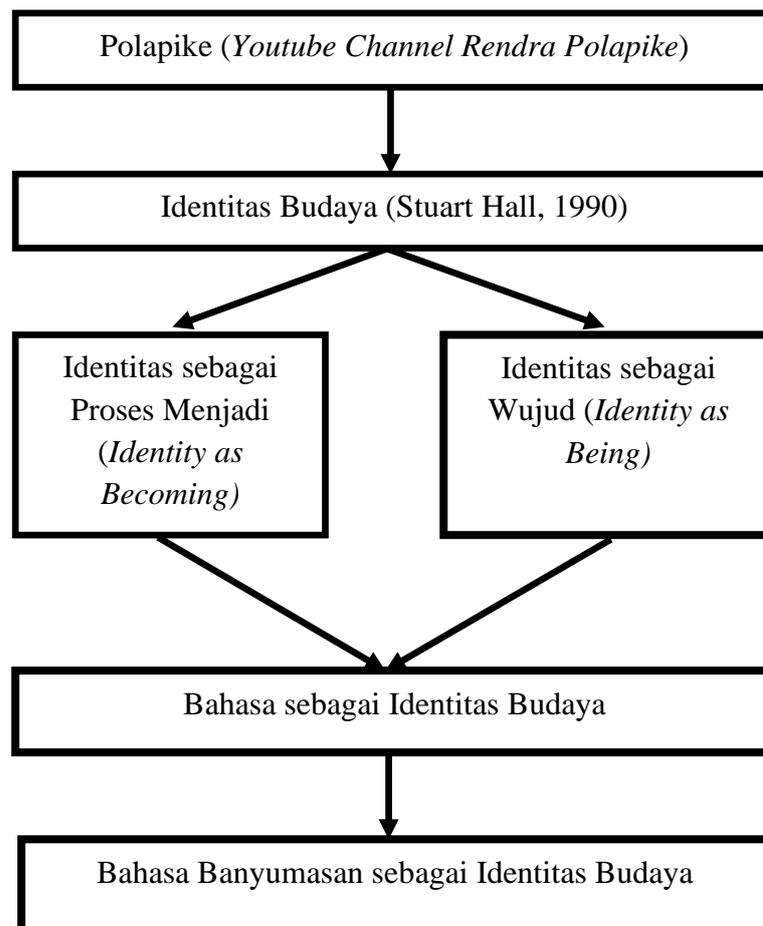
2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemahaman baru baik bagi peneliti maupun masyarakat sehingga mengetahui terkait bagaimana proses yang dilakukan oleh pembuat konten dalam membangun identitas budaya terutama Bahasa Banyumasan di media baru, dan sebagai referensi teman-teman praktisi untuk

memproduksi karya berkonten lokal seperti Bahasa Banyumasan di media baru.

E. Kerangka Konsep

Bagan 1. Kerangka Konsep Penelitian.
(Sumber : Dokumen Peneliti, 2019)



Berikut penjelasan dari rangkaian kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut :

1. Polapike (*Youtube channel* “Rendra Polapike”)

Polapike ialah nama konten sketsa komedi dalam format film pendek yang dipublikasikan melalui *youtube channel*. Polapike ini didirikan oleh Rendra dengan dibantu oleh Yusro (sebagai manajemen), dan para pemain konten (Azkal, Fadly, dan Ilham, serta beberapa pemain pendukung lainnya). Polapike merupakan salah satu konten *youtube* dengan mengusung tema budaya daerah Bahasa Banyumasan. Memanfaatkan media baru *youtube channel* dengan nama *channel* Rendra Polapike. *Channel* ini juga menayangkan lebih dari 2 film pendek berisi beberapa sketsa dalam satu bulan di *youtube channel* Rendra Polapike.

a. Media baru

Di era awal milenium, internet merupakan media baru dalam kebutuhan akan penyediaan informasi bagi segelintir kelompok masyarakat di dunia. Dalam proses perkembangannya muncul fitur internet yang dikenal dengan istilah media sosial. Kaplan dan Haenlein memberikan definisi media sosial yaitu “Sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Terdapat dimensi historis dan institusional dalam kata ‘media’ dalam istilah ‘new media’ yang merujuk pada media komunikasi,

yakni meliputi produk material sekaligus kultural dari sistem distribusi informasi massal yang ditujukan untuk khalayak luas dan dijalankan berdasarkan sistem pemasaran modern.¹¹ *New media* merupakan perkembangan teknologi komunikasi dalam bentuk *platform* yang mana lebih sederhana bila dibandingkan dengan variannya yang sangat banyak sekarang ini.

Salah satu bagian dari media baru ialah budaya. Suatu budaya merupakan cara hidup orang dalam periode tertentu juga pada waktu tertentu yang menghasilkan semua jenis tanda dan artefak yang ditransmisikan ke generasi selanjutnya melalui produk informasi dan saluran komunikasi.¹² Kebudayaan digital bukanlah sesuatu yang muncul setelah teknologi muncul/timbul, tetapi teknologi telah membawa kebudayaannya sendiri.

b. *Youtube*

Salah satu *new media* atau media baru adalah *youtube*. *Youtube* sebagai salah satu bagian media sosial yang menjadi perhatian khusus bagi pengguna dari segala umur adalah klasifikasi media sosial *content*, yaitu situs *Video sharing YouTube*. Berbagai kalangan umur tertarik untuk menggunakan situs video sharing *YouTube*, sesuai dengan tema masing-masing dekade umur. Istilah yang lebih tepatnya, adalah situs video *YouTube*, telah banyak mulai diketahui dan

¹¹ Ri'aeni, Ida. 2015. Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia-*Jurnal komunikasi*. ISSN 1907-898X Volume 9, Nomor 2, April 2015.

¹² Van Dijk, Jan A.G.M. 2006. *The Network Society : Social Aspects of New Media*. Sage Publications: Ltd. Hlm. 190.

digunakan oleh masyarakat di kota-kota besar sejalan dengan perkembangan penggunaan ponsel berbasis android yang menggunakan *Google* sebagai basis registrasinya.¹³

2. Identitas Budaya

Identitas dalam bahasa Latin yaitu "*idem*" yang berarti sama. Artinya, identitas mengandung makna kesamaan antara satu dengan yang lain dalam suatu wilayah atau hal-hal tertentu.¹⁴ Kebudayaan atau budaya mempunyai ruang lingkup yang sangat luas dan kompleks, diantaranya budaya benda (*material culture*) seperti *fashion*, seni, media, artefak, televisi dan lain-lain; budaya non benda (*non material culture*) seperti norma, adat, pranata, mentalitas, kebiasaan, kemudian etos yakni segala bentuk tingkah laku manusia; dan bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi di dalamnya.¹⁵

Identitas budaya merupakan kesadaran dasar terhadap karakteristik khusus kelompok yang dimiliki seseorang dalam hal kebiasaan hidup, adat, bahasa, dan nilai-nilai. Identitas etnis berhubungan erat dengan identitas budaya, karena untuk mengategorikan suatu masyarakat, seseorang harus mengetahui ciri khas budaya mereka, atau dengan kata lain identitas etnis dapat menunjukkan identitas budaya suatu kelompok. Identitas etnis pada umumnya berkaitan erat dengan budaya, politik, dan

¹³ Chandra, Edy. 2017. Youtube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*. ISSN 2579-6348 (Versi Cetak) Vol. 1, No. 2, Oktober 2017: hlm 406-417 ISSN-L 2579-6356 (Versi Elektronik).

¹⁴ Santoso, Budi. 2006. *Bahasa Dan Identitas Budaya*. *Jurnal Sabda Volume Nomor 1, September 2006: M - 49* ISSN 1410-7910.

¹⁵ Liliweri, Alo. 2014. *Pengantar Studi Kebudayaan*. Nusamedia: Bandung. Hlm 27-28

ekonomi. Identitas ini mempunyai hubungan yang kuat dengan politik yang didefinisikan sebagai kekuatan untuk mengontrol dan mengatur distribusi dan ketersediaan sumber-sumber daya.¹⁶

Bagi Hall dalam *identity: Community, Culture, Difference* (1990), “..There are two kinds of identity, *identity as being*(which offers a sense of unity and commonality) and *identity as becoming* (or a process of identification, which shows the discontinuity in our identity formation).”¹⁷

a. Identitas budaya sebagai proses menjadi (*identity as becoming*)

Identitas sebagai Proses Menjadi (*Identity as Becoming*) identitas bukan hanya sesuatu yang telah dimiliki atau telah jadi. Identitas adalah proses meneguhkan jati diri, dari karakteristik yang turunan yang dibawa oleh sejarah menjadi identitas baru yang lebih terkini dan sesuai dengan perkembangan.

b. Identitas budaya sebagai sebuah wujud (*identity as being*)

Identitas budaya dalam hal ini ialah representasi kesamaan sejarah dan kode-kode budaya yang membentuk sekelompok orang menjadi “satu: walaupun dari ‘luar’ mereka tampak berbeda. Identitas budaya sebagai sebuah wujud juga melihat bahwa ciri fisik atau lahiriah dapat menjadi identitas mereka sebagai suatu kelompok.”¹⁸

¹⁶ Santoso, Budi. 2006. *Bahasa Dan Identitas Budaya*. Jurnal Sabda Volume Nomor 1, September 2006: M - 49 ISSN 1410-7910.

¹⁷Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Kencana : Jakarta. Hlm 115.

¹⁸Trianton, Teguh. 2016. Bahasa sebagai Identitas dan Perlawanan Kultural Masyarakat Banyumas Pascakolonial. *Artikel Seminar Internasional “INDONESIA : ART AND URBAN CULTURE”*

3. Bahasa sebagai identitas budaya

Menurut Kenneth Burke, untuk menentukan identitas budaya itu sangat tergantung pada ‘bahasa’ (bahasa sebagai unsur budaya nonmaterial), bagaimana representasi bahasa menjelaskan sebuah kenyataan atas semua identitas yang dirinci kemudian dibandingkan. Menurutnya, penamaan identitas seseorang atas sesuatu itu selalu meliputi konsep penggunaan bahasa, terutama untuk mengerti suatu kata secara denotatif dan konotatif.¹⁹ Bahasa adalah suatu sistem yang mengatur manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain dan sebagai simbol yang dipakai untuk mewakili suara manusia yang membentuk kata, frasa, dan kalimat. Bahasa merupakan hal penting sebagai identitas sehingga bahasa sudah seharusnya dipakai secara benar agar bahasa tersebut dapat diakui dan dihormati terutama oleh orang asing.²⁰ Keberadaan bahasa lebih dari sekedar alat untuk berkomunikasi, bahasa mencerminkan fokus budaya masyarakat. Bahasa mempengaruhi budaya dalam berbagai cara. Bahasa juga dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap dunia, dalam hal ini bahasa menciptakan suatu identitas sebuah komunitas atau masyarakat melalui penggunaan bahasa dan dialek di daerah-daerah yang berbeda.

¹⁹ Liliwari, Alo. 2007. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya.*: PT. LkiS Pelangi Aksara : Yogyakarta. Hlm. 86

²⁰ *Ibid.* Hlm 324

4. Bahasa Banyumasan

Pada dasarnya Bahasa Banyumasan adalah subdialek Bahasa Jawa, selain dialek Solo-Yogyakarta, Surabaya, Madiun-Kediri, Banyuwangi, Semarang, Cirebon-Indramayu, dan Banten. Bahasa Jawa mengenal tingkatan dalam penggunaannya yaitu *ngoko*, *krama*, dan *krama inggil*. Meski demikian, Orang-orang Banyumas umumnya lebih suka menggunakan bahasa *ngoko* atau *ngoko andhap*, khususnya bagi sesama Banyumas karena dirasakan lebih akrab. Bahasa *kromo* atau *kromo inggil* digunakan sesekali saja. Sebab, setelah tahu yang diajak bicara adalah satu daerah, orang Banyumas biasanya kembali menggunakan bahasa *ngoko*. Orang-orang yang tinggi pangkatnya pun dapat akrab dengan masyarakat awam dengan bahasa tersebut. Hal ini terjadi karena letak Banyumas yang jauh dari lingkungan keraton sehingga pengaruh *unggah-ungguh* belum begitu kuat.²¹

Bahasa Banyumasan cenderung bersifat egaliter, lugas, dan sederhana. Tidak ada klasifikasi feodalistik dalam bahasa ini. Tingkat bahasa sebagaimana dalam bahasa *wetanan* (Solo, Yogya, Semarang) tidak begitu tampak. Karena itu, sudah sepatutnya roh dialek tersebut juga terdapat dalam kesusastraan Banyumasan.²² Salah satu ciri dari Bahasa Jawa Banyumasan ialah cenderung mengucapkan bunyi berakhiran /a/ dengan ikutan bunyi *glotal* /?/, contohnya kata *ana apa?* diucapkan /ana

²¹ Koderi, M. 1991. *Banyumas Wisata dan Budaya*. Purwokerto. CV Metro Jaya. Hlm. 25

²² Suhardi, Imam. 2013. Budaya Banyumasan Tak Sekadar Dialek (Representasi Budaya Banyumas Dalam Prosa Karya Ahmad Tohari). *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. ISSN 2098-8746. Volume 4, Nomor 1, April 2013. Hlm 37-46. Padang: Pusat Studi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PSIKM) dan Sastra Daerah FIB Universitas Andalas.

apa?/ yang seolah-olah mempertanyakan sesuatu.²³ Bahasa Banyumasan menggunakan akhiran vokal “a”, yakni mirip lafal aksara *hanacaraka*, misalkan “isa” berarti “bisa”. Konsonan yang diucapkan sangat tegas dan tajam, berbeda dengan bahasa Jawa Solo dan Yogyakarta yang menggunakan akhiran vokal “o”.

F. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait rumusan masalah tentang bagaimana Polapike membangun identitas budaya Bahasa Banyumasan di media baru *youtube channel* “Rendra Polapike”, menggunakan metode penelitian kualitatif khususnya metode etnografi virtual. Etnografi di dunia maya (virtual) bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi dari penggunaan Internet. Suatu metode dalam antropologi sosial budaya apabila diterapkan dengan tepat, maka dapat memberikan pemahaman teoritis dan membantu menentukan dinamika hubungan *online* yang lancar.²⁴ Etnografi di Internet adalah metodologi penelitian kualitatif yang baru dengan melakukan adaptasi beberapa fitur pada etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan praktik-praktik budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer.

Penelitian ini menggunakan etnografi virtual tahap pertama artinya penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu yang pendek yaitu pada bulan Mei, Juni, dan Juli 2019, serta peneliti mengkaji dari sisi proses Polapike selama bersentuhan di media baru *youtube channel* “Rendra Polapike”.

²³Balai Bahasa Jawa Tengah. 2017. *Kamus Bahasa Jawa Tegal-Indonesia*. Semarang: Balai Bahasa Jawa Tengah.

²⁴ Hine, Christine. 2000. *Virtual Ethnography*. SAGE Publications: London. Hlm 34.

Penelitian pada etnografi virtual ini fokus pada perilaku dan peristiwa yang diamati, yang memungkinkan peneliti untuk berspekulasi tentang kondisi yang diperlukan lalu menggali bukti konfirmasi dan *disconfirmatory* yakni informasi yang kurang benar mengenai kejadian yang telah terjadi. Peneliti juga berusaha untuk memahami setiap hal atau kasus yang terjadi sehingga dapat memperoleh kedalaman informasi yang layak.

Terdapat prosedur-prosedur yang harus dilakukan oleh seorang peneliti dalam metode Etnografi Virtual menurut Hine (2000), antara lain :

- a. Mengidentifikasi masyarakat secara proaktif. Peneliti harus masuk dalam ruang lingkup masyarakat objek penelitian yaitu tim “Polapike” yang berada di Sadang Wetan, Kebumen, Jawa Tengah dimulai dari memperoleh hingga membangun komitmen dan kepercayaan. Peneliti juga terus melakukan kontak dan mendapatkan dukungan secara langsung dari informan.
- b. Melakukan negosiasi akses. Peneliti mendapatkan izin untuk memasuki zona objek penelitian yakni penggagas beserta tim pembuat konten *youtube channel* “Rendra Polapike”. Peneliti harus menjelaskan terkait riset yang dilakukan hingga menawarkan manfaat terkait penelitian baik bagi peneliti maupun objek yang diteliti.
- c. Melakukan kontak, peneliti melakukan observasi secara langsung dari tangan pertama atau yang berpengalaman di dalam penelitian seperti penggagas *youtube channel* Rendra Polapike dan/atau tim pembuat konten *youtube* Rendra Polapike.

- d. Wawancara mendalam (elektronik dan atau tatap muka). Melakukan wawancara mendalam baik *online* maupun *offline* dengan penggagas *youtube channel* Rendra Polapike dan/atau tim pembuat konten *youtube* Rendra Polapike.

Selain etnografi virtual, terdapat sub yang menjadi bagian dari metode penelitian yang peneliti lakukan, diantaranya :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu kualitatif dengan peneliti melakukan observasi secara langsung ke lapangan, media *observation*, dan mendalami bagaimana dan seperti apa fenomena yang terjadi pada objek penelitian. Peneliti dalam melakukan penelitian ini menerapkan studi etnografi virtual yang fokus pada perilaku dan peristiwa yang diamati, yang memungkinkan peneliti untuk berspekulasi tentang kondisi yang diperlukan lalu menggali bukti dan data terkait penelitian untuk memperoleh kedalaman informasi tentunya terkait identitas budaya Bahasa Banyumasan.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah kreator beserta tim dari *youtube channel* Rendra Polapike yakni Rendra Polapike dan Yusro (manajemen Polapike), dan pada *youtube channel* “Rendra Polapike” itu sendiri. Dalam proses pengumpulan data di lapangan, peneliti menggunakan beberapa informan yang merupakan tokoh-tokoh yang ada dalam tim kreator *youtube channel* “Rendra Polapike” yang mana lebih memahami terkait

penelitian yang akan diteliti ini. Lokasi penelitian akan dilakukan di Sadang Wetan, Kebumen, Jawa Tengah yakni tempat produksi konten berbahasa Banyumasan dari *youtube channel* “Rendra Polapike”.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik wawancara

Wawancara dalam penelitian ini peneliti lakukan untuk memperoleh data atau hal-hal lain dari objek penelitian terkait penelitian. Wawancara dilakukan baik secara online maupun *offline* dengan penggagas *youtube channel* Rendra Polapike dan/atau tim pembuat konten *youtube* Rendra Polapike. Dilakukan secara *online* dengan Rendra yakni penggagas *youtube channel* Rendra Polapike, terkait apa saja yang menjadi fokus penelitian. Dilakukan secara *offline* yakni wawancara mendalam melalui tatap muka secara langsung dengan Rendra dan informan lain seperti tim pembuat konten *youtube* Rendra Polapike, untuk menggali data lebih dalam dan mendukung penggalan data yang telah dilakukan dari wawancara *online*. Keduanya ini perlu dilakukan agar memperoleh informasi yang tidak bisa dan dapat dipertanggungjawabkan.

b. Teknik observasi partisipan

Pengambilan data dilakukan melalui observasi partisipan selama tiga bulan untuk melihat secara langsung situasi dan keadaan yang terjadi baik *offline* maupun *online*. Peneliti bersedia untuk mengidentifikasi permasalahan secara dalam termasuk di dunia maya

yakni *youtube channel* Rendra Polapike. Seperti memantau interaksi yang terjadi antara pengguna dengan audiens melalui kolom komentar hingga mengidentifikasi pola-pola publikasi karya di *youtube channel*. Hal itu dilakukan agar menunjukkan bahwa mengidentifikasi pola-pola perilaku adalah fitur penting dari suatu etnografi, dan pola-pola kehidupan dan relasi sosial harus dipelajari secara bertahap. Peneliti dalam melakukan observasi partisipan juga terlibat langsung ke Sadang, Kebumen untuk mengikuti proses pembuatan film pendek atau sketsa Polapike, kemudian meninjau aktivitas-aktivitas lain Polapike di luar proses pengambilan gambar.

c. Analisis Dokumen Media

Dokumentasi sebagai pelengkap data penelitian. Dalam hal ini peneliti adalah instrumen utama dalam penelitian. Analisis dokumen ini perlu dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari permasalahan, mendukung informasi dan sebagai identifikasi fenomena yang terjadi terutama dari objek. Melalui dokumen media ini maka peneliti dapat menganalisis secara lebih dalam terkait yang diteliti. Dokumen media yang dapat menjadi pendukung penggalian data pada penelitian ini dapat berupa objek media, media arsip, ataupun media *space*. Terkadang, terdapat keterbatasan dokumen yang tersedia pada objek penelitian, sehingga peneliti perlu memahami dan bahkan menganalisis atas dokumen yang ditemukan, yang mana

memungkinkan untuk dapat dipakai sebagai bahan pendukung dan membantu pemahaman.

4. Teknik analisis data

Teknik analisis data kualitatif apabila dilihat berdasarkan waktunya, maka terdapat teknik yang dilakukan yaitu mulai dari sebelum penelitian, selama penelitian, hingga sesudah penelitian. Analisis data yang dilakukan sebelum peneliti memasuki lapangan, maka fokus penelitian masih bersifat sementara dan berkembang setelah memasuki dan selama di lapangan.

Teknik analisis selama di lapangan (model Miles dan Huberman). Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas hingga datanya sudah jenuh.²⁵

Analisis data model Miles dan Huberman dilakukan melalui 3 tahap yaitu :

a. Reduksi data (*date reduction*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting dicari pola dan temanya. Produksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

²⁵ Sugeng Pujileksono. 2015. “Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif”. Malang : Kelompok *Intrans Publishing*. Hlm 151-152

Tahapan-tahapan reduksi dapat meliputi : (1) membuat ringkasan, (2) mengkode, (3) menelusur tema, (4) membuat gugus-gugus, (5) membuat partisi, (6) menulis memo.

b. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data berarti *me-display* atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain sebagainya.

Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif, ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*)

Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas, dan dapat berupa hubungan kausal/ interaktif dan hipotesis/ teori.