

INTERJEKSI *CLICKBAIT HEADLINE* PADA YOUTUBE “MALAM MALAM NET”: SEBUAH KAJIAN SEMANTIK

Zhafran Fatih Ananda
Universitas Sumatera Utara, Medan
081260269009
zhafranfatihananda@gmail.com

Mulyadi
Universitas Sumatera Utara, Medan
[08126315231](tel:08126315231)
mulyadi.usu@gmail.com

Received Juni 10, 2020, Revised June 17, 2020, Approved June 28, 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bentuk dan makna interjeksi yang terdapat pada akun youtube “malam malam net”, serta melihat bagaimana clickbait headline digunakan pada akun youtube yang saat ini sering terjadi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan secara tepat jenis-jenis interjeksi, penggunaan interjeksi, serta penggunaan clickbait headline yang digunakan. Bentuk interjeksi yang digunakan yakni : hey, balik aing, sst, wah, eh, kok, lah, ampun dah, yaelah, ah elah, aduh, dah, loh, aduh biyung, wow, waduh, hah, yaa, duh, oh, wih, hmm, mah, deh, nih, sih. Hasil penelitian ini adalah ditemukan adanya kelompok makna interjeksi yaitu interjeksi yang menyatakan peringatan, interjeksi ekspresi keheranan, interjeksi ekspresi kekhawatiran, interjeksi ekspresi terkejut, interjeksi menunjukkan kepasrahan, interjeksi menunjukkan baru mengetahui sesuatu, interjeksi ekspresi memikirkan sesuatu, dan interjeksi ekspresi menegaskan suatu keadaan atau perilaku.

Kata Kunci : Interjeksi, Clickbait Headline, Malam Malam Net

ABSTRACT

This study aims to reveal the form and meaning of the interjection contained in the YouTube account "Malam Malam Net", and see how clickbait headlines are used on YouTube accounts that currently often occur. This research used descriptive qualitative research methods. The method aims to describe precisely the types of interjection, the use of interjection, and the use of the clickbait headline used. The form of interjections used are: hey, balik aing, sst, wah, eh, kok, lah, ampun dah, yaelah, ah elah, aduh, dah, loh, aduh biyung, wow, waduh, hah, yaa, duh, oh, wih, hmm, mah, deh, nih, sih. Through this study, it is found that there is a group of interjection meanings namely interjection which states warning, interjection of expression of wonder, interjection of expression of concern, interjection of expression of surprise, interjection shows resignation, interjection shows new knowledge, interjection of expression of thought of something, and interjection expression of affection expresses a state situation or behavior.

Keywords : Interjection, Clickbait Headline, Malam Malam Net

PENDAHULUAN

Latar belakang

Bahasa merupakan sarana komunikasi yang sangat penting bagi manusia. Setiap hari manusia melakukan interaksi dan komunikasi dengan bahasa untuk menyampaikan pesan, bercerita maupun sarana bertukar informasi yang tidak terlepas dari penggunaan kata tugas atau biasa dikenal dengan interjeksi. Penggunaan interjeksi dalam keseharian komunikasi manusia dimaknai dan dibatasi sebagai suatu sarana ekspresi. Menurut Alwi (2003), dalam Tata Bahasa baku Bahasa Indonesia, interjeksi dibatasi sebagai sebuah kata tugas yang mengekspresikan rasa hati pembicara, seperti rasa kagum, sedih, heran, dan jijik. Selain itu, ada pendapat lain yang menyatakan bahwa interjeksi juga berfungsi untuk mengungkapkan dan memperkuat perasaan. Umumnya interjeksi mengacu pada sikap negatif (meremehkan), positif (memuji), keheranan, mengajak dan, bersifat fatis (Djajasudarma, 2006).

Proses komunikasi manusia terus mengalami perkembangan, tidak sebatas interaksi fisik dengan bertemu lawan bicara secara langsung, namun kini komunikasi tanpa kontak fisik yakni melalui media sosial telah menjadi tren tersendiri. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan menggunakan perantara media gawai seperti telepon pintar, laptop, komputer, dan yang sejenis. Berbagai teknologi dalam komunikasi tersebut terbukti mampu memudahkan manusia untuk saling berinteraksi dengan lebih cepat, efisien, dan efektif. Menurut hasil penelitian Dini Syifa & Via Nugraha (2018) media sosial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, (2) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan dengan media lainnya, (3) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Salah satu media sosial dengan perkembangan pesat saat ini adalah *Youtube*. *Youtube* telah merubah pola berbagi informasi dan gagasan antar personal, jika sebelumnya interaksi yang terjadi hanya melalui media tulisan, kini telah berkembang dan dikemas dalam bentuk video (audio/visual). Perkembangan penggunaan media sosial tersebut ditangkap oleh media televisi sebagai peluang efektif untuk mengenalkan program-programnya lebih jauh. Pola interaksi di kolom komentar pada *Youtube* bisa menjadi sarana mengetahui respon penonton secara cepat dan efisien terhadap program yang sedang ditayangkan, selain tentunya pihak televisi pengelola kanal akan mendapat hasil tambahan dari *adsense* iklan yang muncul pada setiap video. Maka dari itu, para pembuat konten melakukan berbagai cara kreatif untuk menarik jumlah penonton dan *subscriber* /pengikut kanal *Youtube* mereka, di antaranya melalui penambahan kata dengan

menyisipkan interjeksi pada judul video yang disebut dengan *clickbait headline*. *Clickbait headline* sendiri merupakan judul utama suatu konten yang dirangkai secara mencolok dan sensasional sehingga membuat pengakses media tersebut penasaran untuk mengklik tautan konten yang ada di media sosial menuju situs utama. Penggunaan *clickbait* ini sendiri telah menjadi hal umum dan tidak dapat dicegah di era persaingan digital seperti sekarang.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas kajian interjeksi seperti: *Penggunaan Clickbait Headline pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id* oleh M Rizky Kertanegara (2018), *Interjeksi dalam Bahasa Indonesia: Analisis Pragmatik* oleh Bambang Widiatmoko (2017), kemudian *Interjeksi dalam Fiksi Berbahasa Indonesia* oleh Eka Diana Pertiwi and Nusarini (2018), ataupun *Cognitive Interjection in Indonesian and Japanese* oleh Mayang Putri Shalika (2019). Fokus dari penelitian sebelumnya meliputi berbagai analisis interjeksi baik itu tipe-tipe yang digunakan, bagaimana pengelompokan beserta distribusinya, dan penggunaan *clickbait headline* pada situs berita tertentu. Namun, peneliti belum menemukan penelitian interjeksi terkait *clickbait headline* pada akun *youtube*, sehingga tertarik untuk menjadikannya objek kajian.

Rumusan Masalah

1. Apa saja jenis interjeksi yang digunakan pada akun youtube “MALAM MALAM NET”?
2. Bagaimana interjeksi digunakan pada akun youtube “MALAM MALAM NET”?
3. Bagaimana *clickbait headline* digunakan pada akun youtube “MALAM MALAM NET”?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan jenis interjeksi yang digunakan pada akun youtube “MALAM MALAM NET”.
2. Untuk menginvestigasi bagaimana interjeksi digunakan pada akun youtube “MALAM MALAM NET”.
3. Untuk menginvestigasi bagaimana *clickbait headline* digunakan pada akun youtube “MALAM MALAM NET”

Tinjauan Pustaka

Salah satu program televisi yang sedang berkembang ketika ditayangkan di *Youtube* saat ini antara lain program “*malam-malam*” yang tayang di Net TV dengan akun *Youtube* “*Malam Malam Net*”. Dalam kolom deskripsinya, *Malam Malam Net* adalah sebuah program *talkshow*

yang dibawakan oleh Surya Insomnia, Dita Fakhrana, dan Tora Sudiro. Program ini membahas hal-hal menarik yang sering menimbulkan pertanyaan di masyarakat, apakah fakta atau sekadar mitos. Program ini menampilkan *footage* sesuai tema yang dibahas dan membuka telepon interaktif bagi penonton yang ingin berbagi cerita unik dan menarik yang pernah mereka alami. Selain bertelepon, penonton juga bisa membagikan pengalaman mereka melalui media sosial yang akan dibacakan oleh Surya Insomnia, Dita Fakhrana, dan Tora Sudiro saat acara berlangsung.

Di antara contoh topik yang akan dianalisis yaitu interjeksi yang digunakan pada *clickbait headline* program tersebut seperti: “*Duh Dita Masa Gabisa Bedain Gula dan Garem Sih*”, “*Ampun Deh Zarry Rumpi Banget, Dita dan Surya Mah Kalah*”, “*Kacau Dah Surya, Ngomongin Horor Langsung Ngumpet*”, dan masih banyak lainnya yang selanjutnya akan dibahas pada bagian hasil dan pembahasan. Penggolongan interjeksi menurut segi emotif penutur akan dibahas dalam tabel berikut :

Tabel 1.

Penggolongan interjeksi menurut segi emotif penutur, menurut Kridalaksana (2015 : 94)

No.	Deskripsi	Interjeksi
1	Interjeksi yang menyatakan imbauan untuk memperhatikan sesuatu	ahoi, eh, hai, he, sst, wai
2	Interjeksi yang menunjukkan rasa terkejut atau takjub	aduhai, amboi, astaga, asyoi, wah, yahud
3	Interjeksi yang mengungkapkan rasa sakit atau sedih	aduh.
4	Interjeksi yang menyatakan simpati	Innalillahi
5	Interjeksi yang menyatakan kekecewaan atau kekesalan	ah, brengsek, buset, yaa
6	Interjeksi yang menyatakan perasaan kaget dan terpukul	ampun, lho, masyaallah, astagafirullah
7	Interjeksi yang menyatakan pujian dan terima kasih	alhamdulillah, syukur
8	Interjeksi yang menyatakan rasa tidak suka dan muak	ampun, bah, cis, idih

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penjabaran metodologi yang diuraikan secara aplikatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang ingin menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2000:3). Dari definisi di atas

dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif itu dapat menghasilkan data deskriptif yang diamati secara utuh. Penelitian kualitatif berarti berusaha memahami fenomena sosial kebahasaan yang sedang diteliti. Istilah memahami mengandung arti sebagai upaya menelusuri makna suatu fenomena yang diteliti dengan berangkat dari pemahaman para pelakunya (Mahsun, 2005: 233). Metode tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan secara tepat jenis-jenis interjeksi, penggunaan interjeksi, serta penggunaan *clickbait headline* secara aplikatif pada akun *Youtube* “Malam Malam Net”.

Data dalam penelitian ini berupa kalimat pada judul *headline* yang mengandung unsur interjeksi di dalamnya. Sumber data dalam penelitian ini adalah video yang diunggah oleh akun *Youtube* “Malam Malam Net” hingga 14 April 2020 yang akan dipilih sampelnya oleh peneliti.

Metode penyediaan data yang digunakan adalah metode simak. Metode simak dipilih karena objek yang diteliti berupa bahasa yang sifatnya teks. Metode simak juga harus disertai dengan teknik catat, yang berarti peneliti mencatat data yang dinilai tepat dalam kajian analisis, kemudian dilanjutkan dengan klasifikasi data (Sudaryanto, 2018:207). Dalam hal ini difokuskan untuk menemukan serta mengklasifikasikan data interjeksi yang ditemukan sesuai dengan bentuk dan kelompok maknanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan dalam *Analisis Interjeksi pada Clickbait Headline Youtube “Malam Malam Net”* maka ditemukan setidaknya 8 macam interjeksi dengan kelompok makna yang berbeda.

Hingga 14 April 2020 terdapat 552 video yang telah diunggah dalam akun tersebut yang pada setiap penulisan judulnya banyak terdapat *clickbait headline* disertai interjeksi yang terkandung untuk mempertahankan lebih dari 256.000 *subscriber* yang diperoleh dalam waktu 7 bulan serta untuk menarik jumlah penonton dan *subscriber* baru.

Berdasarkan data yang telah dikelompokkan berdasarkan persamaan kelompok makna interjeksinya maka ditemukan hasil pengelompokan sebagai berikut :

Tabel 2.

Penggolongan Interjeksi berdasarkan kesamaan kelompok makna pada akun Youtube “Malam Malam Net”

No	Deskripsi	Interjeksi
1	Interjeksi yang menyatakan peringatan	hey, balik aing, sst
2	Interjeksi yang menunjukkan ekspresi keheranan	wah, eh, kok, lah, ampun dah, yaelah, ah elah
3	Interjeksi yang menunjukkan ekspresi kekhawatiran	aduh, dah, loh
4	Interjeksi yang menunjukkan ekspresi terkejut	aduh biyung, wow, waduh, hah
5	Interjeksi yang menunjukkan rasa kepasrahan	yaa, duh
6	Interjeksi yang menunjukkan ekspresi baru mengetahui sesuatu	oh, wih
7	Interjeksi yang menunjukkan ekspresi memikirkan sesuatu	hmm
8	Interjeksi yang menunjukkan ekspresi menegaskan suatu keadaan atau perilaku	mah, deh, nih, sih

Interjeksi yang Menyatakan Peringatan

hey, balik aing, sst

- (1) *Hey* Kamu Bisa Gak Sih Kalo Ketawa Gausah Nabok.. Nyindir Bebs Dita Sob??
- (2) *'Balik Aing'* Sabar Sur Sabar, Kesehatanmu Itu Loh
- (3) *Sstttt* Jangan Ngomongin Motor, Takut Orang Pajak Nonton Kita

Data (1) penggunaan interjeksi “hey” menyatakan peringatan. Dalam contoh kalimat tersebut dengan jelas “hey” bermakna peringatan pada seorang pembawa acara yaitu Dita karena memiliki kecenderungan jika ia tertawa selalu memukul orang terdekatnya secara tidak sadar. Makna peringatan tersebut juga berlaku dalam judul *headline* yang lain seperti : Surya Tolong Tangannya Dikondisikan *Hey*, yang memiliki makna sama sebagai peringatan bahwa tangan pembawa acara yang bernama Surya sedang dalam gerakan yang tidak baik.

Data (2) penggunaan interjeksi “balik aing” sangat jarang digunakan dalam penulisan judul. Secara semantik penggunaan interjeksi “balik aing” bermakna peringatan yang mengarah pada bentuk kekesalan dan ancaman. Pada dasarnya ujaran tersebut merupakan saduran dari bahasa sunda yang bermakna *pulang saya* yang kemudian sering diucapkan sebagai ujaran dan menjadi interjeksi. Seseorang dapat mengatakan ‘balik aing’ ketika dalam keadaan sangat kesal sebagai bentuk peringatan terhadap lawan bicaranya.

Data (3) penggunaan interjeksi “sstttt” berfungsi sebagai bentuk kode peringatan pada lawan bicara agar tidak melanjutkan pembahasan karena dianggap sensitif yang dapat mengancam kehidupan pribadi mereka. Dalam kajian semantik, interjeksi “sstttt” sering kita gunakan dalam percakapan sehari-hari. Ketika hal sensitif, rahasia ataupun sesuatu yang mengancam kehidupan pribadi terucap, lawan bicara akan mengatakan “ssttt” secara tiba-tiba sebagai bentuk peringatan agar pembicaraan tersebut dihentikan.

Data (1), (2) dan (3) memiliki makna yang sama yaitu peringatan, namun yang membedakannya adalah fungsi peringatan itu sendiri. Data (1) berfungsi peringatan agar tidak melakukan tindakan serupa. Data (2) peringatan yang berfungsi mengarah pada bentuk kekesalan dan ancaman. Data (3) berfungsi sebagai bentuk kode peringatan pada lawan bicara agar tidak melanjutkan pembahasan.

Interjeksi yang Menunjukkan Ekspresi Keheranan

wah, eh, kok, lah, ampun dah, yaelah, mah, ah elah

(4) *Wah* Ternyata Dita Pernah Juga Bikin Gunung dari Koran

(5) Dilan dan Milea, *Eh* Kok Ada yang Ganggu

(6) Kata Surya, Dita Masih Anak-anak *Kok* Udah Bisa Bikin Kopi

(7) *Lah* Kenapa Yak Tiap Pantun Pasti Disautin Cakep

(8) *Ampun Dah* Bebs Dita, Baru Juga Dipencet *Kok* Udah Mau Keluar... Kasetnya

(9) *Yaelah* Sur Baru Ketemu Psikolog Cantik Aja Langsung Grogi Lau

(10) *Ah Elah* Lau Mainan Apa Sih Sur Asik Bener Dah

Data (4), (8) dan (9) penggunaan interjeksi “wah”, “ampun dah” dan “yaelah” menunjukkan ekspresi keheranan karena takjub yang bermakna positif, tetapi juga bisa berarti ekspresi keheranan karena takjub yang bermakna negatif. Makna interjeksi “wah” pada data (4) menunjukkan ekspresi keheranan bermakna positif. Dita yang mencerminkan tokoh sebagai anak bungsu yang hidup dalam keadaan senang dan kaya masih memainkan permainan yang sering disebut abang-abangnya sebagai permainan rakyat ekonomi lemah. Data (8) juga menunjukkan ekspresi keheranan yang bermakna positif meskipun ada sedikit ambiguitas dalam penulisannya namun hal tersebut *lumrah* dalam *clickbait headline*. Data (9) menunjukkan ekspresi keheranan yang bermakna negatif karena seseorang yang tidak bisa mengendalikan dirinya ketika melihat lawan jenis yang berparas cantik. Sedangkan contoh lain terdapat pada judul “*Wahhh... Parah Lu Surr Belom Ngucapin Hari Ibu*”. Makna interjeksi “wah” menunjukkan rasa heran karena dari ketiga pembawa acara tersebut hanya Surya yang belum memberi ucapan hari ibu untuk ibunya.

Sehingga menimbulkan rasa heran seperti apa sebenarnya hubungan dia dengan ibunya, sehingga bermakna negatif.

Data (5) penggunaan interjeksi “eh” bermakna keheranan karena terkejut atas suatu gangguan. Dalam tayangan tersebut terdapat dua orang tokoh : Zarry menjadi tokoh Dilan dan Dita menjadi tokoh Milea seperti pada film Dilan 1990 (film percintaan anak SMA). Ketika memerankan adegan bertelefon dengan Dita, tiba-tiba Surya (abang Dita dalam acara tersebut) memergoki Zarry yang sedang bertelefon dengan Dita, dan seketika Zarry yang telah mengetahui kedatangan Surya pun heran melihat kedatangan Surya yang mengganggu kegiatannya.

Data (6) penggunaan interjeksi “kok” bermakna keheranan karena tidak menyangka. Tidak ada yang menyangka jika Dita *si anak bontot* bisa membuat kopi karena sangat jauh dari karakternya yang manja dan biasa hidup dengan ekonomi berada. Dalam keseharian kita juga sering menggunakan interjeksi “kok” terutama pada saat melihat sesuatu yang membuat kita terpana dan tidak biasa. Misalnya ketika melihat sebuah pertunjukan *sulap* kita sering takjub melihat atraksinya dan berkata “*kok bisa ya*”.

Data (7) penggunaan interjeksi “lah” bermakna keheranan yang berkaitan dengan kebiasaan. Data (7) menunjukkan hal yang memang biasa kita lakukan ketika seseorang mengucapkan pantun pasti menjawabnya dengan ujaran “*cakep*” hal ini dipengaruhi oleh budaya betawi yang sering kali kita lihat pada stasiun tv nasional.

Data (10) penggunaan interjeksi “ah elah” bermakna keheranan yang bermakna penyesalan. Sering sekali penggunaan interjeksi “ah elah” mengganggu kegiatan yang sedang berlangsung. Data (10) menunjukkan bahwa tidak seharusnya ketika acara sedang berlangsung fokus dengan hal yang tidak semestinya.

Data (4), (5), (6), (7), (8), (9) dan (10) memiliki makna yang sama yaitu menunjukkan ekspresi keheranan, yang membedakannya adalah sebab dari keheranan itu sendiri seperti : takjub yang bermakna positif dan negatif, terkejut atas suatu gangguan, tidak menyangka, berkaitan dengan kebiasaan, dan bermakna penyesalan.

Interjeksi yang Menunjukkan Ekspresi Kekhawatiran

aduh, dah, loh

(11) *Aduhh* Tor Ini Lagi LIVE Jangan Sampe Ketuker Sama yang Tadi

(12) Rahasia Sebelum Tidur Sambil Loncat, Fix Mimisan *Dah* Ini Anak Kosan

(13) Tolong Laporin Istrinya, Ini Tora Megang Tangannya Dita Lama Banget *Loh*

Data (11), (12) dan (13) penggunaan interjeksi “aduh”, “dah” dan “loh” menunjukkan ekspresi kekhawatiran akan hal yang akan terjadi selanjutnya. Data (11) merujuk pada pembawa acara Tora, akibat telah melakukan suatu kesalahan yang dikhawatirkan terulang karena pada saat siaran langsung yang tidak bisa dilakukan pengeditan seperti acara tunda. Data (12) penggunaan interjeksi “dah” menunjukkan ekspresi kekhawatiran yang merujuk pada penonton acara tersebut. Anak kosan bermakna orang yang tinggal sendirian dengan menyewa kamar atau rumah. Segmen tersebut berisi konten olahraga sebelum tidur yang diperankan oleh Dita sehingga menimbulkan kesan konten dewasa, sehingga rentan terjadi hal yang tidak semestinya. Data (13) penggunaan interjeksi “loh” menunjukkan ekspresi kekhawatiran akan terjadi fitnah karena Tora yang sudah berkeluarga.

Interjeksi yang Menunjukkan Ekspresi Terkejut

aduh biyung, wow, waduh, hah

(14) *Aduh Biyung!!* Lihat Bebs Dita Sama Haru Jadi Takut Kepleset Pas Ngomong”

(15) *Wow* Dita Happy Banget Lihat Sulap Pak Tarno

(16) *Waduh* Dita Muat Banyak Ya Mulutnyaa

(17) *Hah* Cepet Keluar?? Ogut Lagi Gak Salah Denger Kan

Data (14) penggunaan interjeksi “aduh biyung” bermakna ekspresi terkejut secara spontan, terlihat dari momen ketika dua orang wanita cantik berbicara bersamaan yang sebelumnya tidak pernah terjadi sehingga membuat terkejut dan menimbulkan situasi yang canggung bagi orang ketiga yang melihatnya.

Data (15) penggunaan interjeksi “wow” bermakna ekspresi terkejut karena melihat sesuatu yang luar biasa. Dalam konteks ini kita melihat ekspresi seseorang yang sangat bahagia ketika melihat pertunjukan *sulap* yang tidak pernah ia lihat sebelumnya sehingga menjadi sesuatu hal yang luar biasa.

Data (16) dan (17) penggunaan interjeksi “waduh” dan “hah” bermakna ekspresi terkejut karena keheranan. Data (16) terlihat bahwa orang yang melihat Dita saat itu memakan sesuatu yang ukurannya tidak sesuai dengan posturnya yang berbadan kecil sehingga terkejut dan terheran kenapa hal tersebut bisa dilakukannya. Data (17) ekspresi terkejut tersebut ada karena seseorang yang merasa salah mendengar sebuah ucapan dan terdengar keluar dari konteks sehingga membuatnya terheran.

Data (14), (15), (16) dan (17) memiliki makna yang sama yaitu menunjukkan ekspresi terkejut. Namun, yang membedakan adalah penyebabnya seperti : terkejut secara spontan, terkejut karena melihat sesuatu yang luar biasa, dan terkejut karena keheranan.

Interjeksi yang Menunjukkan Rasa Kepasrahan

yaa, duh

(18) *Yaa* Gimana Mau Fokus Ke Kamera Ya Sur, Di Adepin Yang Begituan

(19) *Duh!!* Kalau Digombalin Kayak Gini Gimana Bisa Nolak

Data (18) dan (19) keduanya menunjukkan rasa kepasrahan. Data (18) makna interjeksi “yaa” pada judul tersebut menyatakan kepasrahan, karena Surya sebagai pembawa acara tidak bisa fokus ke kamera akibat salah fokus melihat ke arah lain. Ketika menghadapi kondisi seperti itu yang sering dilakukan adalah membiarkan acara tersebut terus berjalan. Data (19) bermakna sama yaitu kepasrahan. Seorang wanita pada dasarnya selalu senang mendapatkan pujian. Ketika seorang pria memuji wanita tidak bisa menolak meskipun dalam konteks disini adalah sebuah konten yang bertujuan untuk menghibur.

Interjeksi yang Menunjukkan Ekspresi Baru Mengetahui Sesuatu

oh, wih

(20) *Oh* Gini Ye Percakapan Anak Pertama Ama Anak Terakhir” (video 345)

(21) *Wihh* Dita Menghayati Banget pas Karaoke (video 70)

Data (20) dan (21) menunjukkan ekspresi baru mengetahui sesuatu karena tidak mengetahui sebelumnya. Data (20) menggunakan interjeksi “oh” yang sangat jelas menunjukkan bagaimana suatu percakapan antara anak pertama yaitu Tora dan anak terakhir yaitu Dita, keduanya memiliki perbedaan umur yang terpaut jauh sehingga dari segi pembicaraan mengalami *miss* komunikasi, sehingga terlihat jelas bagaimana proses percakapan mereka yang baru saja kita ketahui. Data (21) menunjukkan makna yang sama yaitu interjeksi yang menunjukkan baru mengetahui sesuatu. Proses ini terlihat karena Dita yang sebelumnya tidak pernah ada dalam adegan bernyanyi, ketika berada dalam adegan tersebut akhirnya membuat kita mengetahui bagaimana ekspresinya ketika bernyanyi. Kesimpulannya adalah kedua data tersebut sama-sama bertujuan untuk menunjukkan ekspresi baru mengetahui sesuatu.

Interjeksi yang Menunjukkan Ekspresi Memikirkan Sesuatu

hmm

(22) Anak Bontot Kenapa Dah Hari Ini Happy Banget, *Hmm...*

Data (22) makna interjeksi “hmm”, menunjukkan kegiatan berpikir tentang apa yang sedang terjadi pada Dita saat itu karena begitu bahagia lebih dari biasanya, yang menimbulkan proses berfikir tentang sesuatu hal yang tidak terjadi sebelumnya. Contoh lain juga terdapat pada “Caranya Tuh Dijepit Dulu Baru Ditarik... *Hmm* Bolanya Sob”. Makna interjeksi “hmm” tersebut merupakan ekspresi memikirkan sesuatu, yang ternyata benda yang seharusnya dijepit lalu ditarik itu ialah bola. Kesimpulannya adalah interjeksi “hmm” digunakan untuk menunjukkan ekspresi memikirkan sesuatu karena terdapat makna yang melewati proses berfikir pada setiap sebab ujarannya.

Interjeksi yang Menunjukkan Ekspresi Menegaskan Suatu Keadaan atau Perilaku

mah, deh, nih, sih

(23) Telen Dulu Sih Ditt.. Jorok Amattt Dia *Mahh*

(24) Sur Sur Kurang-kurangin *Deh* Daripada Sakit

(25) Kenapa *Nih* Surya Ngegas Mulu Nelpon Sohob Malam

(26) Banyak Gerak *Sih*, Kecengklak Kan Beibs

Data (23), (24), (25) dan (26) memiliki makna interjeksi yang sama yaitu menunjukkan ekspresi menegaskan suatu keadaan atau perilaku. Data (23) makna interjeksi “mah” menegaskan perilaku pembawa acara yaitu Dita yang saat itu tidak baik (jorok), sehingga “mah” tersebut bermakna untuk menegaskan tindakan yang tidak baik tersebut. Data (24) makna interjeksi “deh” menegaskan perilaku yang sama untuk mempertegas tindakan yang sudah kelewatan batas. Data (25) merupakan pola kalimat pertanyaan. Makna interjeksi “nih” juga menegaskan suatu pola kalimat tanya yang menunjukkan kejadian yang sedang berlangsung. Data (26) menunjukkan makna interjeksi “sih” yang menegaskan perilaku kelewat batas dan terdapat akibat dari sebuah perbuatan.

PENUTUP

Simpulan

Setelah dilakukan analisis, maka ditemukan 26 kelompok interjeksi yang digunakan pada akun *Youtube* Malam Malam Net yaitu: hey, balik aing, sst, wah, eh, kok, lah, ampun dah,

yaelah, ah elah, aduh, dah, loh, aduh biyung, wow, waduh, hah, yaa, duh, oh, wih, hmm, mah, deh, nih, sih.

Penelitian ini juga menemukan kelompok makna interjeksi yang digunakan. Di antaranya interjeksi yang menyatakan peringatan, interjeksi ekspresi keheranan, interjeksi ekspresi kekhawatiran, interjeksi ekspresi terkejut, interjeksi menunjukkan kepasrahan, interjeksi menunjukkan baru mengetahui sesuatu, interjeksi ekspresi memikirkan sesuatu, dan interjeksi ekspresi menegaskan suatu keadaan atau perilaku. Selain itu dalam penelitian ini juga ditemukannya ragam *clickbait headline* yang digunakan pada setiap judul yang digunakan didalam akun tersebut yang menggunakan pola kata mencolok dan berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan, et. al. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Edisi ke-3*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Diana, dan Nusarini. 2018. Interjeksi dalam Fiksi Berbahasa Indonesia. *Caraka*, 4(2).
- Djajasudarma, T. Fatimah. 2006. *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Istiqomah, Dina S., Istiqomah, Dini S., dan Nugraha, Via. 2018. Analisis Penggunaan Bahasa Prokem dalam Media Sosial. *Parole*, 1(5).
- Kertanegara, Rizky. 2018. Penggunaan Clickbait Headline pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim dream.co.id. *Mediator*, 11 : 31-43.
- Kridalaksana, Harimurti. 2015. *Introduction to Word Formation and Word Classes in Indonesian*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Lexy. J. Moleong. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- M. Shalika, dan M. Mulyadi. 2019. Cognitive Interjection in Indonesian and Japanese. *Humanika*, 26(1) : 32-39.
- Sudaryanto. 2018. *Metode dan aneka teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Widiatmoko, dan Waslam. 2017. Interjeksi dalam Bahasa Indonesia: Analisis Pragmatik. *Pujangga*, 3(1).
-