ABSTRACT

Nalalia, V. D. 2017. Identity Construction Among Facebook Users. English Department, Faculty of Arts and Humanities. State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya.

The Advisor: Dr. Mohammad Kurjum, M. Pd

Key words: identity construction, stance, style of language

Identity is something unique of someone that can make person different with others. In addition, identity is the most important thing for someone which can indicate who she/he is. Linguistically, identity can be indexed through labels, stance, implicature, style and entire language and varieties. This study is aimed to examine stance and style of Facebook users' personal identity construction through the language use.

In conducting the study, the researcher applies Bucholz and Hall's (2005) principle about identity construction with supporting theory from Du Bois (2007) about stance triangle (evaluation, positioning and alignment) and Joss Martin (1967) about style of language. Qualitative Content Analysis is selected in order to identify, classify and describe Facebook users' utterances. Meanwhile the collecting data are analyzed by observing the activity of Facebook users, then choosing, identifying the utterances, classifying and describing the data and drawing the conclusion.

There are 276 stances took by Facebook users. The percentage of evaluation is 18% (51), and the percentage of positioning stance is 79% (218). Positioning stance is divided into two types, those are affective positioning stance with the percentage 25% (68) and epistemic positioning stance with the percentage 54% (105). Whereas the percentage of alignment is just 3% (7). Facebook users construct their personal identity by taking stance to evaluate the object, positioning either affective or epistemic scale and alignment with their interlocutor. Facebook users also construct their personal identity by using some of style that occurs in their utterances. The dominant type of language style in Facebook users' utterances in their status updates is casual style. From the analysis, the casual style is founded 105 utterances or 38%. Whereas intimate style is the second frequency with the percentage 29% (80). In the middle frequency, the researcher has found formal style with the percentage 18% (50). Consultative style becomes the fourth level of frequency with the percentage 9% (25). And the last frequency is frozen style with the percentage 6% (16)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

INTISARI

Nalalia, V. D. 2017. Identity Construction Among Facebook Users. Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Pembimbing: Dr. Mohammad Kurjum, M. Pd

Kata Kunci: pembentukan identitas, cara berpendirian, gaya bahasa

---

Identitas adalah sesuatu hal unik dari seseorang yang membuat orang tersebut berbeda dengan yang lainnya. Selain itu, identitas merupakan hal terpenting bagi seseorang yang dapat mengindikasikan siapa dia. Secara linguistik, identitas dapat diindeksikan melalui pemberian nama, cara berpendirian, implikatur, gaya dan seluruh bahasa dan macam-macamnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji sikap dan gaya pembentukan identitas pribadi pengguna Facebook melalui penggunaan bahasa.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menerapkan prinsip Bucholz and Hall (2005) tentang konstruksi identitas dengan teori pendukung dari Du Bois (2007) tentang cara berpendirian yang meliputi (evaluasi, penentuan posisi dan keselarasan) dan Martin Joss (tentang gaya bahasa). Analisis Isi Kualitatif dipilih untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan dan menggambarkan ucapan pengguna Facebook. Sedangkan data pengumpulan dianalisis dengan mengamati aktivitas pengguna Facebook, kemudian memilih, mengidentifikasi ujaran, mengklasifikasi dan menggambarkan data dan menarik kesimpulan.

Ada 276 stance yang diambil oleh pengguna Facebook. Persentase evaluasi adalah 18% (51), dan persentase penetuan posisi adalah 79% (218). Penentuan posisi dibagi menjadi dua jenis, yaitu penentuan posisi afektif dengan persentase 25% (68) dan posisi epistemis dengan persentase 54% (105). Sedangkan persentase keselarasan hanya 3% (7). Pengguna Facebook membangun identitas pribadi mereka dengan mengambil sikap untuk mengevaluasi objek, memposisikan skala afektif atau epistemik dan keselarasan dengan lawan bicara mereka. Pengguna Facebook juga membangun identitas pribadi mereka dengan menggunakan beberapa gaya yang terjadi dalam ujaran mereka. Jenis gaya bahasa yang dominan dalam ungkapan pengguna Facebook dalam pembaruan status mereka adalah gaya kasual. Dari analisis tersebut, gaya kasual tersebut didirikan 105 ujaran atau 38%. Sedangkan gaya intim adalah frekuensi kedua dengan persentase 29% (80). Pada frekuensi tengah, peneliti telah menemukan gaya formal dengan persentase 18% (50). Gaya konsultatif menjadi tingkat keempat frekuensi dengan persentase 9% (25). Dan frekuensi terakhir adalah gaya baku dengan persentase 6% (16).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id