

## INTISARI

Penelitian ini mengkaji representasi identitas remaja Indonesia melalui takarir-takarir berbahasa Inggris di Instagram. Takarir bahasa Inggris yang ditulis remaja Indonesia tidak selalu mendeskripsikan foto yang diunggah atau melengkapi informasi pada foto. Remaja Indonesia menuliskan *Takarir* Instagram tersebut tidak hanya sebagai sarana berbagi informasi pada foto, namun untuk mengirimkan pesan kepada *follower* apa yang sedang dirasakan atau yang sedang dipikirkan bahkan juga menunjukkan sikapnya. Mereka dikelompokkan ke dalam status sosial transisi yang tentunya mempunyai kekhasan tersendiri dalam mempresentasikan diri di Instagram. Takarir yang diproduksi mereka ditujukan agar menarik *engagement* follower. Sebagai sarana interaksi dengan *follower*, takarir membawa konteks yang merepresentasikan identitas dari penulis takarir.

Penelitian deskriptif ini menggambarkan representasi identitas dari remaja Indonesia yang menulis takarir berbahasa Inggris di akun Instagram. Datanya adalah takarir-takarir berbahasa Inggris di akun Instagram yang dikumpulkan daring dalam bentuk *data screen*. Ada 600 takarir yang dikumpulkan secara random dari 112 akun Instagram. Kriteria 112 akun Instagram ini adalah: (1) akun dari remaja laki-laki dan remaja perempuan warga Indonesia berusia 13-18 tahun, yang tinggal di kota Jakarta dan Surabaya, (2) akunnya terdiri dari minimal 3 takarir berbahasa Inggris, (3) bukan selebgram, (4) akun tidak dipakai untuk *endorment* atau iklan. Takarir yang dihapus dari *feed* setelah satu bulan terunggah tidak digunakan sebagai data akhir. Jumlah takarir berbahasa Inggris yang digunakan sebagai data akhir setelah satu bulan masa unggah adalah 330 di akun Instagram remaja perempuan dan 113 di akun Instagram remaja laki-laki. Cara kerja pengumpulan data ini menyesuaikan *Ethical decision-making and Internet research (version 2.0): Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee*.

Data dianalisis menggunakan prinsip indeksikalitas dari linguistik sosiokultural Bucholtz dan Hall. Prinsip indeksikalitas ini menggunakan alat peng-indeks-an bahasa berupa implikatur, *attitudinal stance*, penjulukan dan item-item leksikal yang merujuk persona atau kelompok tertentu. Keempat alat peng-indeks-an bahasa itu digunakan untuk mendeskripsikan bentuk, fungsi dan makna takarir-takarir berbahasa Inggris. Bentuk, fungsi dan makna yang diindeks melalui implikatur, *attitudinal stance*, penjulukan dan item-item leksikal yang merujuk persona atau kelompok tertentu lalu dihubungkan dengan kondisi sosiokultural remaja-remaja Indonesia. Hasil dari analisis bentuk, fungsi dan makna yang dihubungkan dengan kondisi sosiokultural remaja-remaja Indonesia adalah representasi identitas remaja yang muncul melalui takarir-takarir di Instagram. Foto dari takarir digunakan untuk melengkapi interpretasi takarir di level referensial dan kontekstual.

Temuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, remaja perempuan dan laki-laki merepresentasikan diri sesuai keyakinan, norma dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Kedua, remaja Indonesia mengkonstruksikan dirinya berkebalikan dari apa yang diharapkan dari keyakinan, nilai-nilai, dan norma-norma yang ada disekitar mereka sebagai bagian

dari negosiasi diri untuk menunjukkan perbedaannya dengan yang lain. Melalui kedua cara tersebut remaja menegosiasikan dirinya agar mendapatkan *engagement* dari *follower* yang mempunyai pandangan dan kebutuhan yang sama, yaitu proses mengkomunikasikan citra dirinya yang diinginkan orang lain.

**Kata Kunci:** Linguistik Sosiokultural, remaja Indonesia, identitas, takarir Instagram

## **ABSTRACT**

This research studies the representation of Indonesian adolescent identity through English captions on Instagram. Indonesian teenagers produce English captions, which do not always describe the uploaded photos or complete the information on the photos. The Indonesian teenagers write Instagram captions to share information on the photos and to send messages to the audience about what they are feeling or thinking about and even showing their attitudes. They are in a social status transition, which has characteristics in presenting themselves on Instagram. The captions produced are intended to attract audience engagement. They bring contexts representing an identity in interaction with the audience.

This is descriptive research that describes the characteristics of identity representation of Indonesian teenagers who write captions using English on their Instagram accounts. The data are English captions on Indonesian teenager accounts collected online in the form of screen data. 600 captions were collected randomly and then selected by the following criteria. (1) The Instagram accounts belonged to Indonesian adolescent boys and adolescent girls, aged 13-18 years, who live in Jakarta and Surabaya, (2) The accounts consisted of at least three English captions, (3) The accounts did not belong to Instagram celebrities, and (4) The accounts did not show endorsement or advertising. The captions removed from a feed one month after being uploaded were not used as final data. The number of English captions used as final data after one month of uploading was 330 adolescent girls' Instagram accounts and 113 adolescent boys' Instagram accounts. The data collection works conform to Ethical decision-making and Internet research (version 2.0): Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee.

Data were analyzed using the indexicality principle from Bucholtz and Hall's sociocultural linguistics. Implicatures, attitudinal stances, labeling, and lexical items that refer certain persons or groups were exerted to index the form, function, and meaning of English captions. The photos of the caption were used to complete the interpretation of captions at referential and contextual levels. The results of indexing embedded with the sociocultural conditions of Indonesian adolescents show the representation of teenager identity appears through Instagram captions.

The findings of this study are as follows. First, teenage boys and girls represent themselves according to the beliefs, norms, and values prevailing in society. Second, Indonesian adolescents construct themselves contrary to what beliefs, norms, and values expect that surround them as part of self-negotiation to show their differences from audiences who have the same views and needs, namely the process of communicating the image of themselves that others want.

**Keywords:** Sociocultural Linguistics, Indonesian adolescent, identity, Instagram captions