

**PENGUNAAN BAHASA EMOSI
ANTARA PENGEMUDI OJEK *ONLINE* DAN PELANGGAN:
TINJAUAN PSIKOLINGUISTIK**

OLEH:

TASYA NURUL ANNISA

F011171506



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat ujian guna memperoleh gelar

Sarjana Sastra di Departemen Sastra Indonesia

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

DEPARTEMEN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2021

SKRIPSI

**PENGUNAAN BAHASA EMOSI
ANTARA PENGEMUDI OJEK *ONLINE* DAN PELANGGAN:
TINJAUAN PSIKOLINGUISTIK**

Disusun dan Diajukan Oleh:

TASYA NURUL ANNISA

Nomor Pokok: F011171506

Telah Dipertahankan di Depan Panitia Ujian Skripsi

Pada Tanggal Juli 2021

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Menyetujui

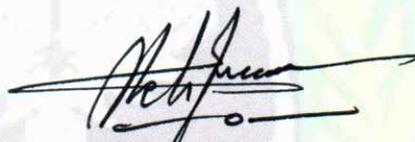
Komisi Pembimbing,

Pembimbing I,



Dr. Hj. Nurhayati, M.Hum.
NIP 19601002 198601 2 001

Pembimbing II,



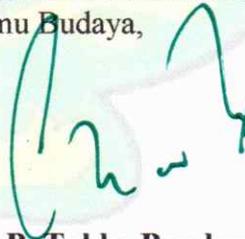
Dr. Ikhwan M. Said, M.Hum.
NIP 19641231 199203 1 032

Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Akn Duli, M.A.
NIP 19640716 199103 1 010

Ketua Departemen Sastra Indonesia
Fakultas Ilmu Budaya,



Prof. Dr. AB. Takko Bandung, M.Hum.
NIP 19651231 199002 1 002

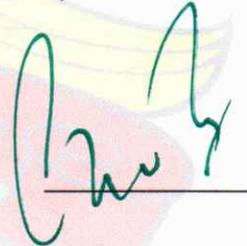
UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU BUDAYA

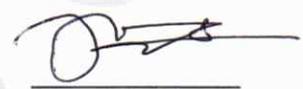
Pada hari ini Jumat, 23 Juli 2021 panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul: **Penggunaan Bahasa Emosi antara Pengemudi Ojek Online dan Pelanggan: Tinjauan Psikolinguistik** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra di Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 Juli 2021

1. Prof. Dr. AB. Takko Bandung, M.Hum. **Ketua**



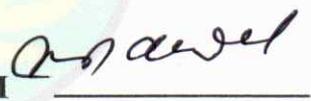
2. Dra. Hj. Muslimat, M.Hum. **Sekretaris**



3. Prof. Dr. H. Lukman, M.S. **Penguji I**



4. Prof. Dr. H. Muhammad Darwis, M.S. **Penguji II**



5. Dr. Hj. Nurhayati, M.Hum. **Pembimbing I**



6. Dr. Ikhwan M. Said, M.Hum. **Pembimbing II**





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU BUDAYA
DEPARTEMEN SASTRA INDONESIA**

Jl. PERINTIS KEMERDEKAAN KAMPUS TAMALANREA KM.10, MAKASSAR-90245
TELP. (0411) 587223-590159, Fax. 587223 Psw.1177, 1178,1179,1180,1187

LEMBAR PERSETUJUAN

Sesuai dengan surat Tugas Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin nomor: **549/UN4.9.1/KEP/2021** tanggal 09 Maret 2021 atas nama **Tasya Nurul Annisa**, NIM **F011171506**, dengan ini menyatakan menyetujui skripsi yang berjudul “Penggunaan Bahasa Emosi antara Pengemudi Ojek *Online* dan Pelanggan: Tinjauan Psikolinguistik”.

Makassar, 23 Juli 2021

Pembimbing I,

Dr. Hj. Nurhavati, M.Hum.
NIP 19601002 198601 2 001

Pembimbing II,

Dr. Ikhwan M. Said, M.Hum.
NIP 19641231 199203 1 032

Disetujui untuk diteruskan kepada panitia Ujian Skripsi
Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. AB. Takko Bandung, M.Hum.
NIP 19651231 199002 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tasya Nurul Annisa

NIM : F0111710506

Departemen : Sastra Indonesia

Judul : Penggunaan Bahasa Emosi antara Pengemudi Ojek *Online* dan
Pelanggan: Tinjauan Psikolinguistik

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian sendiri, jika kemudian hari ternyata ditemukan plagiarisme, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai hukum yang berlaku dan saya bertanggung jawab secara pribadi dan tidak melibatkan pembimbing dan penguji.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan tanpa paksaan ataupun tekanan dari pihak lain.

Makassar, 29 Juli 2021



(TASYA NURUL ANNISA)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat berlimpah berupa kesehatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Bahasa Emosi antara Pengemudi Ojek *Online* dan Pelanggan: Tinjauan Psikolinguistik”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra di Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari adanya berbagai kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, penulis selalu menerima saran dan kritik dari berbagai pihak. Kritik dan saran sangat penting sebagai upaya penyempurnaan skripsi ini sekaligus menjadi pembelajaran bagi penulis.

Proses penyusunan skripsi ini tentunya banyak kendala yang penulis hadapi, namun semuanya dapat teratasi atas izin Allah SWT doa orang tua, serta bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan sebagai bentuk penghargaan, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Nurhayati, M.Hum. sebagai pembimbing I dan Dr. Ikhwan M.Said, M.Hum. sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Prof. Dr. H. Lukman, M.S. sebagai penguji I dan Prof. Dr. H. Muhammad Darwis, M.S. sebagai penguji II yang senantiasa memberikan dukungan dan saran yang membangun kepada penulis.

3. Ketua Departemen Sastra Indonesia, Prof. Dr. AB. Takko Bandung, M.Hum. dan Sekretaris Departemen Sastra Indonesia, Dra. St. Nursa'adah, M.Hum. yang telah memberi banyak motivasi dan arahan yang berhubungan dengan mata kuliah maupun hal lainnya.
4. Dra. Haryeni, M.Hum. sebagai Penasihat Akademik (PA). Beliau adalah sosok yang baik hati dan selalu mendukung penulis untuk semangat menjalani proses perkuliahan.
5. Prof. Tadjuddin Maknun, S.U., Drs. Hasan Ali, M.Hum., Dr. Tamasse Balla, M.Hum., Dr. Kaharuddin, M.Hum., Dr. Munira Hasyim, M.Hum., Dr. Asriani Abbas, M.Hum., Dr. Inriati Lewa, M.Hum., Dra. Muslimat, M.Hum., Drs. Yusuf Ismail, S.U., Rismayanti, S.S., M.Hum. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama penulis duduk di bangku perkuliahan.
6. Sumartina, S.E., sebagai Kepala Sekretariat Departemen Sastra Indonesia yang banyak membantu menyelesaikan kelengkapan administrasi penulis selama di bangku kuliah hingga proses penulisan skripsi.
7. Orang tua penulis yang tercinta, Bahtiar Parenrengi dan Bulan Sri Indra Maya serta saudara penulis satu-satunya Bisma Anugrah Arlan Parenrengi, sebuah kebanggaan terbesar bisa menulis nama kalian di lembar ini. Terima kasih telah mendukung, menyemangati dan mendoakan tanpa henti agar semua harapan dan cita-cita penulis dapat senantiasa dimudahkan.
8. Senior IMSI KMFIB-UH yang telah memberi masukan dan nasihat kepada penulis.

9. Teman-teman seperjuangan penulis Alegori 2017. Terima kasih telah berjuang bersama dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
10. Keluarga besar UKM Fotografi Universitas Hasanuddin dan teman-teman Lumiere yang telah mengajarkan banyak hal tentang fotografi dan dunia kampus kepada penulis.
11. Keluarga besar PMB-UH Latenritatta dan Samparajae 2017 yang telah berbagi banyak ilmu dan turut mengawal penulis mulai awal perkuliahan.
12. Teman-teman KKN Bone 7. Terima kasih telah membantu dan berbagi kebahagiaan selama masa KKN.
13. Sahabat-sahabat yang penulis sayangi; Audyah, A.Nurul Alifka, Bimbi, A.Mauliana, Nurta, Widya Astika, Ayu, Alifa Ainun, Putrisni, Nurul Ania, A.Nurul Azizah Abbas, A.Nurfadillah, A.Rezkia, A.Dimah, Dian Islamiaty, Vivi Haryanita, Nitami Miranda, dan Aldi yang telah memberi banyak nasihat dan dukungan dalam perjalanan hidup penulis dari 2010-sekarang. Tidak lupa juga ucapan terima kasih untuk Andi Nizar Alfaidzin Abbas, yang telah memberi banyak bantuan dan dukungan selama penulis duduk di bangku perkuliahan.
14. Keluarga besar Sheen, Starship, dan Hamba Allah yang selalu setia memberi dukungan dan bantuan dengan tulus kepada penulis.
15. Teman-teman seperjuangan penulis; Nurul Azizah Jamaluddin, Farah Annisa, Warits Kramadanu, Sartika Ayu, Hasra, St. Nahira, Kartika Ayu,

dan Fadil Adiyat. Terima kasih selalu meluangkan waktu untuk membantu penulis selama duduk di bangku perkuliahan.

16. Semua pihak yang telah membantu namun tidak sempat dituliskan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga segala pihak yang turut membantu penulis mendapat pahala dari Allah swt. Penulis berharap skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pembaca.

Makassar, 9 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENERIMAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Psikolinguistik	11
2.1.2 Bahasa	12
2.1.3 Emosi.....	13
2.1.4 Ojek Online.....	23
2.1.5 Pengemudi	26
2.1.6 Pelanggan.....	26
2.1.7 Kelas Kata.....	27
2.1.8 Kalimat	29
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	31
2.3 Kerangka Pikir.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
3.2 Sumber Data.....	35

3.3	Metode dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi.....	37
3.4.2	Sampel.....	37
3.5	Teknik Analisis Data.....	37
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Bentuk Bahasa Emosi Positif Pengemudi Ojek <i>Online</i> dan Pelanggan.....	39
4.1.1	Interjeksi Kesyukuran.....	39
4.1.2	Interjeksi Kekagetan	41
4.1.3	Adjektiva Pemerisifat	43
4.1.4	Interogatif Partikel <i>-kah</i>	49
4.2	Bentuk Bahasa Emosi Negatif Pengemudi Ojek Online dan Pelanggan	52
4.2.1	Adjektiva Sikap Batin.....	52
4.2.2	Verba Bermakna Mengancam.....	57
4.2.3	Nomina Abstrak	59
4.2.4	Interogatif Kata Tanya.....	64
4.2.5	Imperatif Permintaan.....	69
4.2.6	Imperatif Peringatan	76
BAB 5 PENUTUP.....		79
5.1	Simpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81
Lampiran 1		84
Lampiran 2		85

ABSTRAK

TASYA NURUL ANNISA. Penggunaan Bahasa Emosi antara Pengemudi Ojek Online dan Pelanggan: Tinjauan Psikolinguistik (dibimbing oleh **Nurhayati** dan **Ikhwan M.Said**).

Penelitian ini bertujuan (1) mendeskripsikan bentuk bahasa emosi positif antara pengemudi ojek online dan pelanggan, dan (2) menjelaskan bentuk bahasa emosi negatif pengemudi ojek online dan pelanggan. Sumber data diperoleh dari tuturan antara pengemudi ojek online dan pelanggan dengan menggunakan metode simak dan metode cakap dengan teknik catat, rekam, simak libat cakap, dan pancing yang dianalisis dari sudut pandang psikolinguistik. Populasi dalam penelitian ini, yaitu segala bentuk bahasa emosi antara pengemudi ojek online dan pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel total yang berjumlah 43 data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat bentuk pemakaian emosi positif, yaitu: menggunakan interjeksi kesyukuran, interjeksi kekagetan, adjektiva pemerisifat, dan interogatif partikel -kah. Adapun bentuk pemakaian emosi negatif, yaitu: menggunakan adjektiva sikap batin, verba bermakna mengancam, nomina abstrak, interogatif kata tanya, imperatif permintaan, dan imperatif peringatan.

kata kunci: bahasa emosi, pengemudi ojek online, pelanggan, psikolinguistik.

ABSTRACT

TASYA NURUL ANNISA. The Use of Emotional Language among The Online Motorbike Taxi Drivers and The Customers: Psycholinguistics in Review (supervised by **Nurhayati** and **Ikhwan M. Said**).

This study aims to (1) describe the form of emotional language among the online motorbike taxi drivers and the customers, and (2) discuss the negative emotional language of the online motorbike taxi drivers and the customers. The data sources in this study obtain among the motorbike taxi drivers and the customers, using listening methods, undertaking conversation with note-takings, recordings, getting deeply to the conversations, and provoking. Through those techniques and classifications, the data were analyzed by using the psycholinguistic point of view. The populations in this study are precise forms of emotional language among the online motorbike taxi drivers and the customers. Moreover, sampling techniques in this study are aggregate to 43 data.

From the results of this study, there are four forms of using positive emotions: using gratitude interjections, using astonishing interjections, character adjectives, particle interrogative (*-kah*). On the other hand, in forms of using negative emotions: which are using inner-outlook adjectives, threatening verbs, abstract nouns, interrogative sentences, solicitation imperatives, and caution imperatives.

keywords: emotional language, online motorbike taxi drivers, customers, psycholinguistics.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain. Dengan bahasa, seseorang dapat mengekspresikan dirinya dan menyampaikan sesuatu yang dipikirkan, dirasakan, diinginkan untuk diungkapkan kepada orang lain. Komunikasi tidak akan sempurna bila bahasa yang disampaikan tidak dapat diterima atau dipahami oleh orang lain. Menurut Pringgawidagda (2002:4), bahasa merupakan alat utama untuk berkomunikasi dalam kehidupan manusia, baik secara individu maupun kolektif sosial.

Sebagai makhluk hidup, seseorang tidak lepas dari emosi. Namun, cara untuk mengungkapkan emosinya yang berbeda-beda. Pada umumnya, seseorang menggunakan bahasa untuk mengungkapkan emosinya, biasa juga diikuti dengan ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan nada suara. Saat berbicara tentang emosi, seseorang selalu fokus pada emosi marah, padahal emosi memiliki arti yang luas, bukan sekadar mengarah ke hal negatif tetapi juga emosi positif.

Emosi positif merupakan emosi yang menyebabkan perasaan positif pada orang-orang yang terkena dampak. Saat perasaan seseorang sedang senang atau gembira, biasanya akan mengungkapkan emosinya dengan mengeluarkan bahasa yang baik untuk didengarkan. Sebaliknya, saat perasaan seseorang kurang stabil, baik itu sedang marah, kesal, sakit hati, juga akan

mengungkapkan emosinya dengan mengeluarkan bahasa yang cukup tidak mengenakan hati orang yang mendengarnya. Emosi itulah yang menjadi salah satu penyebab adanya perbedaan pemahaman saat berkomunikasi. Hal itu disebut bahasa emosi yaitu bahasa yang didorong oleh perasaan yang meluap-luap yang sukar untuk dikendalikan. Bahasa emosi ini tentunya sering diungkapkan dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya dalam transaksi antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan.

Pemakaian bahasa emosi baik positif maupun negatif sering dialami oleh pengemudi ojek *online* maupun pelanggan yang menggunakan jasa ojek *online*. Jasa ojek *online* seperti *Grab*, *Gojek*, dll. sangat populer di kalangan masyarakat saat ini. Jasa tersebut menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggan termasuk perjalanan, pesan-antar makanan, pengiriman barang, dll. Interaksi antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan, tentunya menggunakan bahasa sebagai perantara, sehingga sering terjadi perbedaan pemahaman antara pengemudi dan pelanggan dalam melakukan transaksi.

Pada umumnya mendapat pesanan adalah suatu kebahagiaan bagi pengemudi. Akan tetapi, kadang-kadang ada suatu kondisi yang membuat pengemudi merasakan hal yang sebaliknya. Tidak jarang pengemudi mengeluarkan bahasa emosi marah kepada pelanggan saat kesulitan menemukan lokasi pelanggan dan sudah menunggu terlalu lama. Akibatnya, terjadi pertengkaran atau perdebatan antara pengemudi dengan pelanggan.

Bukan hanya pengemudi yang kadang-kadang mengeluarkan bahasa emosi negatif, pelanggan pun melakukan hal yang sama saat merasa

dirugikan atau tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Misalnya, saat memesan makanan melalui layanan *grab food*, makanan yang sampai kepada pelanggan tidak sesuai pesanan di aplikasi. Selain itu, emosi negatif juga diungkapkan oleh pelanggan saat kurang nyaman dengan cara mengemudi bila menggunakan layanan *grab bike* atau *grab car*, misalnya saat pengemudi kebut-kebutan di jalan. Kondisi seperti itu yang seringkali mengakibatkan penggunaan bahasa emosi negatif dalam transaksi tersebut.

Sebaliknya, penggunaan bahasa emosi positif pengemudi biasanya diungkapkan karena pengemudi merasa senang mendapatkan uang lebih dari pelanggan. Begitu pun dengan pelanggan yang mengungkapkan bahasa emosi positif karena kepuasan pelayanan yang diberikan oleh pengemudi ojek *online*. Maka dari itu, dalam transaksi antara pengemudi ojek online dan pelanggan ditemukan penggunaan bahasa emosi positif dan bahasa emosi negatif. Bahasa emosi positif lebih banyak diungkapkan oleh pengemudi dan bahasa emosi negatif banyak diungkapkan oleh pelanggan. Pada penelitian ini, yang dilihat ialah bentuk bahasa emosi yang digunakan oleh pengemudi ojek *online* dan pelanggan dalam mengungkapkan emosinya. Adapun contoh bahasa emosi yang ditemukan sebagai berikut.

Contoh (1)

Konteks: Percakapan antara pengemudi dengan pelanggan yang menggunakan layanan *grab car*. Pelanggan memberikan pujian terhadap layanan *Grab*.

(Emosi pujian)

- Pengemudi : Pernah-*mi* kita coba *maxim*, *Mbak*?
- Pelanggan : Belum, Pak. Pernah saya download aplikasinya, tapi bingung-*ka* pakai.
- Pengemudi : Itu sekarang saingannya *grab*, *Mbak* karena dia banting harga-*ki*.
- Pelanggan : *Iek*, Pak. Nabilang memang orang kalau murah-*ki maxim*.
- Pengemudi : *Iek*, *Mbak* murah-*ki* memang.
- Pelanggan : Tapi saya lebih suka pakai *Grab*, Pak. Banyak promonya.
- Pengemudi : Betul, *Mbak*.
- Pelanggan : Sama-*ji* sebenarnya, Pak kalau pake-*ki maxim* misalnya terus *grab* juga ada-*ji* promonya.
- Pengemudi : Berarti aktif-*ki* memang pakai *grab* di, *Mbak*?
- Pelanggan : *Iek*, saya suka memang *grab* karena promonya. Biasa kan banyak itu promo makanan. Saya langganan juga paket-paketnya.
- Pengemudi : Berarti pengguna setia *grab-ki* ini, *Mbak* hahaha.

Contoh (1) mengekspresikan emosi positif karena pujian. Proses psikologis munculnya emosi pujian karena pelanggan merasa puas dengan layanan *grab* yang sering mengadakan promo. Banyaknya penawaran promo yang diadakan *grab* tentu membuat pelanggan merasa senang. Tanda yang menyatakan pujian dapat dilihat pada kata “suka” yang tergolong dalam kelas kata adjektiva. Kata “suka” dipersering kemunculannya sebanyak dua kali. Selain itu, penanda kata tersebut diungkapkan dengan intonasi suara netral dengan ekspresi wajah tersenyum. Reaksi yang ditimbulkan ialah pengemudi sebagai bagian dari *grab* merasa senang mendengarkan pujian dari pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari ekspresi pengemudi yang tertawa lepas.

Contoh (2)

Konteks: Percakapan antara pengemudi dengan pelanggan yang menggunakan layanan *grab car*. Pengemudi merasa senang karena banyak orderan yang masuk.

(Emosi senang)

- Pengemudi : Kuliah-*ki* ini?
 Pelanggan : Masih kuliah *online-ji*, Pak.
 Pengemudi : Oh karena agak ramai-*mi* lagi saya lihat.
 Pelanggan : *Iek*, Pak. Ada-*ji* juga memang yang ada urusannya di kampus.
 Pengemudi : Tapi Alhamdulillah sekali ini, *Mbak* karena ramai-*mi* lagi orderan.
 Pelanggan : Oh mulai-*mi* lagi banyak orderan-*ta* masuk?
 Pengemudi : *Iek, Mbak* Alhamdulillah. Banyak-banyak-*mi* lagi orderan masuk.
 Pelanggan : *Iek*, Pak karena capek-*mi* juga orang di rumah terus. Baru mall dengan *café-café* ramai-*mi* juga.
 Pengemudi : *Iek, Mbak*. Buka semua-*mi* sekarang.

Contoh (2) memperlihatkan emosi senang pengemudi ojek *online*. Munculnya emosi senang disebabkan oleh pengemudi mendapat beberapa pesanan setelah sepi pelanggan karena pandemi. Ciri yang menandakan emosi senang pengemudi adalah penggunaan kata “Alhamdulillah” yang muncul sebanyak dua kali. Penggunaan interjeksi kesyukuran dalam tuturan tersebut semakin memperjelas emosi senang yang dirasakan oleh pengemudi. Selain itu, emosi senang pengemudi juga terlihat dari ekspresi wajahnya yang tersenyum.

Contoh (3)

Konteks: Percakapan melalui telepon antara pengemudi dengan pelanggan yang memesan layanan *grab bike*. Pelanggan marah karena pengemudi terlalu lama tiba di tempat tujuan.

(Emosi marah)

Pelanggan : Pak, masih lama? Kalau masih, saya *cancel* saja.
 Pengemudi : Sabar, Bu.
 Pelanggan : Saya buru-buru, Pak. Saya *cancel* saja. Mohon maaf sebelumnya.

Contoh (3) menyatakan emosi marah pelanggan kepada pengemudi ojek *online*. Ungkapan emosi tersebut dapat dilihat adanya ancaman berupa pemakaian kata “*cancel*” yang bersumber dari bahasa Inggris yang artinya “membatalkan”. Setelah adanya kata “*cancel*” tersebut, pelanggan meluapkan kemarahannya dengan memberikan sanksi atau hukuman kepada pengemudi dengan cara membatalkan pesanan. Hal tersebut tentunya tidak diinginkan oleh pengemudi ojek *online*. Kata “cancel” pada konteks tersebut disampaikan dengan intonasi suara tinggi karena marah menunggu pengemudi ojek *online* yang tidak kunjung tiba di titik penjemputan.

Contoh (4)

Konteks: Percakapan melalui telepon antara pengemudi dengan pelanggan yang memesan layanan *grab bike*. Pelanggan marah karena pengemudi kurang sopan.

(Emosi marah)

Pengemudi : Halo.
 Pelanggan : *Iek*.
 Pengemudi : Di mana-*ki*, Kak?
 Pelanggan : Sesuai titik-*ji*, Kak. Di mana-*ki*?
 Pengemudi : Di atas motor-*ka* ini hahaha.
 Pelanggan : *Iek*.
 Pengemudi : Warna apa ini kos-*ta*?
 Pelanggan : Warna kuning.
 Pengemudi : Warna kuning?
 Pelanggan : *Iek*, warna kuning.
 Pengemudi : Warna kuning?

Pelanggan : *Iek*, kuning.
 Pengemudi : Kuning? Hahaha
 Pelanggan : Apa yang lucu, kak?

Contoh (4) menyatakan emosi marah pelanggan. Munculnya emosi marah karena pengemudi kurang sopan dalam melayani pelanggan. Emosi marah pelanggan berawal dari tuturan pengemudi “Di atas motor-*ka* ini” sambil tertawa. Selain itu, pengemudi juga menanyakan warna kos pelanggan sebanyak tiga kali sambil tertawa. Pelanggan merasa tersinggung karena pengemudi terkesan mengejek dalam pembicaraan tersebut. Ciri yang menandakan pelanggan dalam kondisi marah tergambar dalam kalimat “apa yang lucu, kak?” dengan nada suara tinggi dan langsung mematikan telepon. Dari kalimat tersebut, dapat dipastikan bahwa pelanggan dalam keadaan emosi marah. Efek yang ditimbulkan dari emosi marah pelanggan ialah pengemudi menelepon kembali dan meminta maaf atas perilakunya yang kurang sopan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti melihat dari segi bentuk bahasa emosi yang digunakan pengemudi ojek online dan pelanggan. Salah satu bentuk bahasa emosi yang digunakan berupa kosa kata emosi dan kalimat interogatif. Pengungkapan emosi tersebut diikuti dengan intonasi dan mimik wajah. Penggunaan bahasa emosi tentunya dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya masalah keselamatan pelanggan yang menggunakan jasa ojek *online*.

Banyaknya penggunaan bahasa emosi dalam transaksi antara pengemudi ojek online dan pelanggan menimbulkan berbagai bentuk bahasa emosi. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melihat lebih jauh bahasa emosi antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan dengan menggunakan pendekatan

psikolinguistik agar diketahui bentuk-bentuk pengungkapan bahasa emosi yang digunakan dalam transaksi tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, masalah-masalah tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penggunaan bahasa emosi positif dan bahasa emosi negatif oleh pelanggan pada pengemudi ojek *online*.
2. Penggunaan bahasa emosi positif dan bahasa emosi negatif oleh pengemudi ojek *online* pada pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini ialah penggunaan bahasa emosi antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan di Kota Makassar.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk bahasa emosi positif antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan?
2. Bagaimana bentuk bahasa emosi negatif antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, diharapkan dapat dicapai tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk bahasa emosi positif antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan.
2. Menjelaskan bentuk bahasa emosi negatif antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Secara garis besar, manfaat dilakukannya penelitian ini terbagi atas dua yakni manfaat secara teoretis dan manfaat secara praktis:

1.6.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memberi manfaat dan menunjang pengetahuan pembaca mengenai bentuk-bentuk bahasa emosi.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan inspirasi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lebih detail terkait bahasa emosi.

2. Pengemudi Ojek *Online*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai bahan evaluasi bagi pengemudi ojek *online* dalam berkomunikasi untuk memaksimalkan pelayanan demi kepuasan pelanggan.

3. Pelanggan

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi pelanggan untuk mengetahui emosi pengemudi ojek online dari bahasa hingga intonasi suara agar menghindari perbedaan pemahaman.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Psikolinguistik

Harley (dalam Dardjowidjojo, 2003:7) menyatakan bahwa psikolinguistik sebagai studi tentang proses mental dalam pemakaian bahasa. Psikolinguistik menguraikan proses psikologis yang terjadi ketika seseorang mengucapkan kata-kata yang didengarnya pada waktu berkomunikasi dan bagaimana kemampuan bahasa diperoleh manusia.

Menurut Sudarwati (2017:9) psikolinguistik merupakan dasar struktur bahasa dan bagaimana struktur bahasa dapat diperoleh dan digunakan pada saat bertutur dan untuk memahami ujaran-ujaran bahasa. Aitchison (dalam Dardjowidjojo, 2003:7) mendefinisikan Psikolinguistik sebagai studi tentang bahasa dan minda.

Clark (dalam Dardjowidjojo, 2003:7) menyatakan bahwa psikologi bahasa berkaitan dengan tiga hal utama:komprehensi, produksi, dan pemerolehan bahasa. Menurut Palmatier (Tarigan, 1985: 3) bahwa psikolinguistik adalah ilmu yang mempelajari perkembangan bahasa anak. Emmon Bach (Tarigan, 1985: 3) mengemukakan bahwa Psikolinguistik adalah suatu ilmu yang meneliti bagaimana sebenarnya para pembicara/pemakai bahasa membentuk/membangun kalimat-kalimat bahasa tersebut.

Psikolinguistik mencoba menguraikan proses-proses psikologi yang berlangsung jika seseorang mengucapkan kalimat-kalimat yang didengarnya pada waktu berkomunikasi dan bagaimana kemampuan bahasa itu diperoleh oleh manusia (Chaer, 2003:5). Yudibrata (1997: 9) menyatakan bahwa psikolinguistik meliputi pemerolehan atau akuisisi bahasa, hubungan bahasa dengan otak, pengaruh pemerolehan bahasa dan penguasaan bahasa terhadap kecerdasan cara berpikir, hubungan *encoding* (proses mengkode) dengan *decoding* (penafsiran/pemaknaan kode), hubungan antara pengetahuan bahasa dengan pemakaian bahasa dan perubahan bahasa.

2.1.2 Bahasa

Bahasa adalah sistem yang teratur berupa lambang-lambang bunyi yang digunakan untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran seseorang. Menurut Dardjowidjojo (2003:16), bahasa adalah suatu sistem simbol lisan yang arbitrer yang dipakai oleh anggota suatu masyarakat bahasa untuk berkomunikasi dan berinteraksi antar sesamanya, berlandaskan pada budaya yang mereka miliki bersama. Wibowo (2001:3) bahasa adalah sistem bunyi yang bermakna dan berartikulasi (dihasilkan oleh alat ucap) yang bersifat arbitrer dan konvensional, yang dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran. Secara umum, fungsi bahasa terdiri dari 4 macam kategori:

a. Sebagai alat berekspresi

Bahasa bisa digunakan untuk menyatakan ekspresi dalam berbagai hal, seperti contohnya mengungkapkan gambaran, maksud, gagasan, dan

perasaan. Melalui bahasa kita dapat menyatakan secara terbuka segala sesuatu yang tersirat di dalam dada dan pikiran kita, sekurang-kurangnya dapat memaklumkan keberadaan kita.

b. Sebagai alat berkomunikasi.

Tentunya Bahasa secara general digunakan untuk berkomunikasi. Banyak macam komunikasi yang di dalam menggunakannya juga memerlukan Bahasa yang berbeda-beda.

c. Alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial

Pada saat kita berada di lingkungan baru dan berbeda dengan sebelumnya, Bahasa menjadi senjata utama bagi kita untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial.

d. Sebagai alat kontrol sosial.

Kontrol sosial ini dapat diterapkan pada diri kita sendiri atau kepada masyarakat. Berbagai penerangan, informasi, maupun pendidikan disampaikan melalui bahasa. Buku-buku pelajaran, buku-buku instruksi, ceramah agama (dakwah), orasi ilmiah atau politik adalah contoh penggunaan bahasa sebagai alat kontrol sosial.

2.1.3 Emosi

Emosi pada prinsipnya menggambarkan perasaan manusia menghadapi berbagai situasi yang berbeda. Emosi tidak hanya mengandung arti marah dan jengkel. Namun juga senang, bahagia, sedih dan lain-lain. William James (dalam Sobur, 2003:399), emosi adalah kecenderungan untuk

memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya.

Menurut Hude (2006:18) bahwa emosi adalah suatu gejala psikologis yang menimbulkan efek pada persepsi, sikap dan tingkah laku, serta dalam bentuk ekspresi tertentu. Menurut Crow & Crow (dalam Sobur, 2003:400) mengartikan emosi sebagai suatu keadaan yang bergejolak pada diri individu yang berfungsi sebagai *inner adjustment* (penyesuaian dari dalam) terhadap lingkungan untuk mencapai kesejahteraan dan keselamatan individu.

Sementara Walgito (1993:229) emosi merupakan keadaan yang ditimbulkan oleh situasi tertentu (khusus), dan emosi cenderung terjadi dalam kaitannya dengan perilaku yang mengarah (*approach*) atau menyingkiri (*avoidance*) terhadap sesuatu, dan perilaku tersebut pada umumnya disertai adanya ekspresi kejasmanian, sehingga orang lain dapat mengetahui bahwa seseorang sedang mengalami emosi. Adapun teori emosi oleh Walter Canon (dalam Lahey, 2003) menyatakan bahwa kesadaran dalam merasakan emosi dan pengaruh fisiologis bukanlah hal yang saling berkaitan. Canon meyakini bahwa informasi dari stimulus pertama dihantarkan ke thalamus, dari sana kemudian dikirim sekaligus ke *cerebral cortex* yang produksi perasaan emosi dan ke *hipotalamus* dan sistem saraf otonom yang memproduksi perubahan fisiologis.

Emosi erat hubungannya dengan pribadi seseorang dan berhubungan dengan gejala-gejala jiwa yang lain. Perasaan emosi biasanya diungkapkan

dengan cara mengungkapkan emosi yang dirasakan, ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan nada suara.

2.1.3.1 Jenis-jenis Emosi

Jenis-jenis emosi mencakup marah, sedih, takut, bahagia, cinta, terkejut, jengkel, malu, acuh tak acuh, takjub, terharu, kecewa, benci, kagum, tegas, suka cita, heran dan cemburu (Nurhayati, 2006 : 55). Goleman (dalam Nurhayati, 1997:411-412) mengemukakan delapan kelompok besar emosi, yaitu: marah, sedih, takut, bahagia, cinta, terkejut, jengkel, dan malu.

Santrock (1988:400) mengemukakan beberapa emosi dasar, yaitu kegembiraan, ketakutan, kesedihan, dan kemarahan. yang digambarkan dalam sebuah lingkaran bersama dengan emosi-emosi campuran yang beragam, misalnya emosi senang yang berkombinasi dengan penerimaan akan melahirkan emosi cinta; emosi sedih berkombinasi dengan kejutan melahirkan kekecewaan mendalam.

Menurut Nurhayati (dalam Illangsari, 2012:145) mengelompokkan bahasa emosi menjadi dua jenis, yaitu:

1) Emosi Positif

Senang, takut, tegas, sayang, dan pujian.

2) Emosi Negatif

Marah, kesal, sinis dan sedih.

2.1.3.2 Bahasa Emosi

Bahasa emosi adalah bahasa yang didorong oleh perasaan yang meluap-luap yang pada umumnya pemakaiannya kurang dapat menguasai diri

ketika dilontarkannya. Bahasa ini digunakan dalam bahasa baik lisan maupun tulisan untuk mengungkapkan emosi yang terdapat dalam diri seseorang.

Menurut Nurhayati (2006:272), bahasa emosi adalah bahasa yang meluap-luap atau meletup-letup sehingga ketika diujarkan cenderung tidak terkontrol. Skema Leech (1974:10) dikemukakan bahwa penggunaan bahasa emosi itu untuk memperoleh keefektifan dalam berkomunikasi. Hal ini sehubungan dengan lima fungsi sosial bahasa yang dikemukakannya. Salah satu adalah menyatakan perasaan. Bahasa emosi sangat ditentukan oleh perasaan pengguna bahasa pada saat bahasa itu digunakan.

Dalam mengungkapkan bahasa emosi, Bamberg (dalam Illangsari 2012:56) menyatakan bahwa dapat terjadi dua emosi dalam waktu yang bersamaan. Emosi tersebut biasanya muncul saat waktu tertentu, misalnya marah dan sayang, sedih dan kecewa, marah dan benci. Emosi tersebut dilontarkan seseorang melalui bahasa yang diujarkan.

2.1.3.3 Indikator Bahasa Emosi

Menurut Nurhayati (2006:102) mengemukakan ciri linguistik bahasa emosi negatif, sebagai berikut:

1. Menggunakan intonasi meninggi dan kuat.
2. Menggunakan kosa kata marah.
3. Menggunakan gaya bahasa.
4. Pada umumnya menggunakan kalimat larangan dan seruan.

Adapun ciri linguistik bahasa emosi positif, sebagai berikut:

1. Menggunakan intonasi tinggi dan sedang/netral, serta tekanan kuat.

2. Menggunakan kosa kata senang.
3. Menggunakan gaya bahasa.
4. Pada umumnya menggunakan kalimat seru, pertanyaan, pernyataan, dan perintah.

Ekspresi emosi menurut Gunarsa, (1978:138), yaitu:

1. Ekspresi wajah dan suara (ekspresi wajah dan vokal). Keadaan emosi seseorang dapat dinyatakan melalui wajah dan suara. Melalui perubahan dalam suara dan wajah, kita dapat membedakan orang-orang yang marah, gembira, dan sebagainya.
2. Sikap dan gerak tubuh (postur dan gesture). Sikap dan gerak tubuh adalah bentuk komunikasi non-verbal atau komunikasi non-vokal di mana tindakan fisik terlihat mengkomunikasikan pesan tertentu. Mereka juga termasuk gerakan tangan, wajah, atau bagian lain dari tubuh. Sikap dan gerak tubuh adalah ekspresi keadaan emosional. Hal ini sangat dipengaruhi oleh budaya di mana orang yang hidup dan pendidikan diperoleh dan orang tua mereka. Jadi ekspresi emosi dalam sikap dan gerak tubuh dapat benar-benar berbeda pada setiap orang.

Menurut Johnson (Supratiknya, 1995:57) ada empat cara mendeskripsikan emosi:

1. Mengidentifikasi atau menyebut nama emosi.

Misalnya, untuk mengungkapkan kesedihan seseorang berkata “saya sedang sedih”.

2. Menggunakan kiasan emosi.

Misalnya, mengatakan “hati saya seperti teriris-iris” untuk mendeskripsikan hati yang pedih akibat tersinggung.

3. Menunjukkan bentuk tindakan yang ingin dilakukan karena terdorong oleh emosi yang dialami.

Misalnya, “saya seperti ingin membelai rambutnya” untuk mendeskripsikan kekaguman.

4. Menggunakan kiasan kata-kata. Misalnya, mengatakan “saya merasa seperti kehilangan arah” untuk mendeskripsikan kekecewaan karena kehilangan.

Untuk keperluan penelitian, peneliti menambahkan indikator bahasa emosi positif dan bahasa emosi negatif, yaitu:

1. Bahasa emosi positif

- a) Intonasi netral atau rendah.
- b) Ekspresi wajah senyum atau tertawa.
- c) Menggunakan kata yang menyatakan rasa senang.
- d) Pada umumnya menggunakan interjeksi.
- e) Proses mental tampil dalam bentuk ‘menghargai’ dan ‘memuji’.

2. Bahasa emosi negatif

- a) Intonasi suara tinggi dan kuat.
- b) Menggunakan kata yang menyatakan emosi.
- c) Pada umumnya menggunakan kalimat imperatif.

- d) Proses mental tampil dalam bentuk ‘membentak’, ‘mengasihani’, ‘mengancam’, dan ‘mengkritik’.

2.1.3.4 Bentuk-Bentuk Bahasa Emosi

Menurut Nurhayati (2006:234), bentuk-bentuk bahasa emosi meliputi:

1. Kata/Frasa emosi

- a. Jangan lalai (emosi marah)
- b. Tidak bisa (emosi marah)
- c. Berisiko(emosi marah)
- d. Tidak tahumi (emosi marah)
- e. Tidak boleh (emosi takut)
- f. Baik sekali (emosi senang)

2. Konjungsi

Konjungsi disebut juga kata sambung digunakan untuk menyambung antara kata dengan kata atau antara kalimat dengan kalimat. Konjungsi dapat juga sebagai penanda jenis emosi.

- a. Ya bersama, tapi Batara tidak (emosi marah)
- b. Semua barang bukti sudah disita dan diamankan! (emosi tegas)
- c. Suatu kebahagiaan jurusan kalau ada anggotanya dapat diterima di S3 (emosi senang)

3. Kalimat

- a. Kalimat seru, digunakan pada emosi marah, senang, takut, sinis dan heran.

Tidak, tidak, Bapak perlu Istirahat! (emosi marah)

- b. Kalimat berita, digunakan pada emosi takut, tegas, sinis, heran, dan khawatir.

Perusahaan memakai orang selama mendatangkan uang (emosi sinis).

- c. Kalimat pertanyaan, digunakan pada emosi tegas dan marah.

Bukan kita punya bahasa Inggris (emosi marah).

- d. Kalimat larangan, digunakan hanya pada emosi.

Jangan lalai, Bu! (emosi marah)

4. Campur kode

5. Interferensi

6. Ciri khas bahasa emosi perempuan karir

Nuraeny (2016:25) mengemukakan bahwa orang yang tidak mengungkapkan emosinya secara langsung akan mengungkapkan emosinya secara tidak langsung, dalam bentuk-bentuk sebagai berikut:

1. Mencap atau memberikan label

Misalnya, kita tidak senang pada seseorang teman yang banyak bicara.

Untuk mengungkapkannya kita mencap teman itu “si cerewet”.

2. Memerintah

Misalnya, kita merasa kecewa dengan teman. Untuk mengungkapkan

kekecewaan kita, kita berkata kepada teman itu, “pergi kau”.

3. Bertanya

Misalnya, perasaan tersinggung dapat diungkapkan dengan pertanyaan.
“apakah Anda mengerti apa yang saya rasakan?”

4. Menuduh

Misalnya, kita merasa kehilangan sebuah pensil kemudian kita menuduh adik kita misalnya yang mengambil dengan mengatakan “pasti kamu yang mengambil pensilku”.

5. Menyindir

Misalnya, seorang gadis merasa iri terhadap barang-barang mewah yang dimiliki seorang temannya. Kemudian gadis itu berkata “orang kampung semua barang-barangnya dibawa ke sekolah supaya terlihat kaya”.

6. Memuji

Misalnya, seorang murid mengagumi seorang gurunya lalu setiap kali murid itu bertemu dengan gurunya, ia memberikan pujian “Bapak rapi sekali dalam berpakaian”, “Bapak tampan sekali”, dan sebagainya.

7. Mencela

Misalnya, seorang kakak kelas tidak menyukai sikap adik kelasnya. Kemudian dia mencelanya dengan cara berkata “aku seniormu, kalua berjalan di depan senior bilang permisi dong”.

Untuk keperluan penelitian, peneliti menambahkan bentuk-bentuk proses mental bahasa emosi positif dan bahasa emosi negatif, yaitu:

1. Bahasa emosi positif

Proses mental tampil dalam bentuk ‘menghargai’ dan ‘memuji’.

a) Memuji

Diekspresikan dengan menggunakan interjeksi, adjektiva pemerisifat, dan frasa.

- Interjeksi kesyukuran, contohnya “alhamdulillah”.
- Interjeksi kekagetan, contohnya “astaga”.
- Adjektiva pemerisifat, contohnya “bagus”.
- Frasa adjektiva, contohnya “baik sekali”.

b) Menghargai

Diekspresikan dengan berterima kasih.

2. Proses mental tampil dalam bentuk ‘membentak’, ‘mengasihani’, ‘mengancam’, dan ‘mengkritik’.

a) Membentak

Diekspresikan dengan menggunakan kalimat imperatif dan kalimat interogatif.

- Kalimat imperatif, contohnya “*cancel-mi* cepat!”
- Kalimat interogatif, contohnya “apa yang lucu, Kak?”

b) Mengasihani

Diekspresikan dengan menggunakan nomina dan ungkapan.

- Nomina, contohnya “*kodong*” yang artinya “kasihan”.
- Ungkapan, contohnya “banting setir”.

c) Mengancam

Diekspresikan dengan menggunakan verba.

- Verba bermakna mengancam, contohnya “*report*” yang artinya “lapor” dan “membatalkan”.

d) Mengkritik

Diekspresikan dengan menggunakan adjektiva sikap batin dan frasa.

- Adjektiva sikap batin, contohnya “jengkel”.
- Frasa, contohnya “tidak sopan”.

2.1.4 Ojek Online

Transportasi ojek *online* merupakan angkutan umum yang saat ini diminati oleh masyarakat. Pada umumnya, ojek *online* menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengantaran. Ojek *online* banyak diminati karena cara pemesanannya menggunakan internet dengan cara mengunduh aplikasi ojek *online* seperti *grab*, *gojek*, *maxim*, dll. Tidak hanya mengantar barang, ojek *online* juga dilengkapi dengan layanan antar-jemput barang, makanan, hingga kebutuhan lainnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Ojek *online* juga dinilai lebih aman karena pengemudi terdaftar di perusahaan yang mengembangkan aplikasi ojek *online*. Pelanggan dapat melihat langsung identitas pengemudi, tarif, dan jarak lokasi pelanggan dan tujuan. Selain itu, aplikasi ojek *online* ini lebih menarik karena menawarkan berbagai macam promo untuk pelanggan.

2.1.4.1 Grab

Grab merupakan perusahaan teknologi asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Mengutip dari *website* resmi *grab* bahwa perusahaan teknologi *mobile* terbesar di Asia Tenggara

yang menghubungkan jutaan pelanggan dengan jutaan mitra pengemudi, *merchant*, dan juga bisnis. *Grab* ingin mengatasi masalah terbesar yang ada seperti ketimpangan akses, ketertinggalan infrastruktur, juga kesenjangan pendapatan.

Grab menerapkan fitur *share my ride* untuk keamanan masyarakat yang melakukan perjalanan menggunakan jasa *grab*. Saat ini, *grab* telah memiliki berbagai macam penawaran untuk melayani pelanggan, sebagai berikut:

a. *Grab Food*

Layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia.

b. *Grab Car*

Layanan taksi *online* dengan tarif terjangkau dan maksimum kapasitas sampai dengan empat orang. Tarif perjalanan ditentukan berdasarkan jarak per kilometer dan ada biaya minimum.

c. *Grab Bike*

Layanan ojek *online* dengan menggunakan sepeda motor untuk mengantarkan pelanggan hingga tempat tujuan.

2.1.4.2 Gojek

Go-Jek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. Mengutip dari *website* resmi gojek bahwa perjalanan gojek dimulai pada tahun 2010 yang dibangun oleh Nadiem Makarim. Pada

tahun 2015, gojek berkembang setelah meluncurkan sebuah aplikasi dengan tiga layanan, yaitu *Goride*, *Gosend*, *gomart*. Sejak saat itu, laju gojek semakin cepat dan terus beranjak hingga menjadi grup teknologi terkemuka yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara.

Gojek akan menjadi perusahaan peranti lunak yang hadir sebagai jembatan masyarakat mencapai tempat tujuan dengan armada ojek motor. Amajida (2016:125) aplikasi gojek merupakan strategi untuk memperoleh kepastian sebagai upaya untuk mengatasi risiko permasalahan perkotaan yang terjadi di Jakarta. Go-Jek sebagai moda transportasi ojek berbasis teknologi aplikasi mampu meminimalisir risiko dalam hal waktu, kemudahan, biaya dan keamanan.

Riset oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi 7 Bisnis, Universitas Indonesia, tahun 2018, melibatkan 6.732 responden di 9 kota di Indonesia. Hasilnya ialah gojek menyumbang sekitar Rp. 44,2 Triliun bagi perekonomian Indonesia pada akhir 2018.

Lewat aplikasi gojek, pengguna bisa mengakses lebih dari 20 layanan mulai dari transportasi, pesan antar makanan, belanja, kirim-kirim barang, pembayaran, pijat, sampai bersih-bersih rumah dan kendaraan.

a. *Gofood*

Layanan pesan antar makanan terbesar di dunia di luar Cina dan bekerja sama dengan 400,000 merchant di berbagai kota di Indonesia. Terdapat lebih dari 400,000 restoran telah menjadi *Gofood* Partner dan resmi bekerja sama dengan *Gofood*.

b. *Goride*

Layanan transportasi yang memberikan kecepatan, kemudahan pemesanan, dan kemudahan menentukan tujuan pengantaran, dan yang terpenting adalah keamanan dan kenyamanan. Pelanggan akan memasukkan tempat penjemputan dan tujuan mereka ke dalam aplikasi ketika memesan layanan GO-RIDE, dengan jarak maksimum 30 km.

c. *Gocar*

Layanan transportasi yang mengantarkan pelanggan ke tempat tujuan maksimal 4 orang.

d. *Gosend*

Layanan yang mengantarkan barang dari Pelanggan ke tempat tujuan sesuai dengan pemesanan di aplikasi.

2.1.5 Pengemudi

Pengemudi adalah orang yang memiliki kemampuan untuk mengemudikan kendaraan dan memiliki surat izin mengemudi. Menurut UU No 22 Tahun 2009 pasal 1, pengemudi adalah orang yang mengemudikan kendaraan bermotor di jalan yang memiliki surat izin mengemudi.

2.1.6 Pelanggan

Pelanggan adalah orang yang melakukan transaksi membeli barang atau jasa dari sebuah perusahaan secara berulang-ulang untuk keperluannya. Menurut Gasperz (dalam Nasution, 2004:101), pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan

manajemen perusahaan. Pada dasarnya, di kenal dengan 3 jenis golongan pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu:

1. Pelanggan internal (*Internal Customer*) Merupakan orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi (*Performance*) pekerjaan atau perusahaan kita.
2. Pelanggan antara (*Intermedieate Customer*) Merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu.
3. Pelanggan Eksternal (*Eksternal Customer*) Merupakan pembeli atau pemakai akhir produk itu, yang sering disebutsebut sebagai pelanggan nyata (*Real Customer*).

2.1.7 Kelas Kata

Kelas kata merupakan golongan kata dalam satuan bahasa berdasarkan kategori bentuk, fungsi, dan makna dalam sistem gramatikal.

2.1.7.1 Adjektiva

Adjektiva adalah kata yang memberikan keterangan tentang sesuatu yang dinyatakan oleh nomina. Keterangan itu dapat mengungkapkan kualitas tertentu dari nomina yang diterangkan, misalnya kualitas yang berhubungan dengan warna, seperti merah kuning, dan biru. Ukuran, seperti berat, besar, dan sempit, serta jarak, seperti dekat dan renggang (Alwi dkk, 2017:193).

a) Adjektiva Pemerl Sifat

Adjektiva pemerl sifat adalah adjektiva yang memerikan kualitas atau intensitas, baik yang bercorak fisik maupun mental. Misalnya boros, ganas, dll.

b) Adjektiva Sikap Batin

Adjektiva sikap batin adalah adjektiva yang menggambarkan suasana hati atau perasaan. Misalnya, bahagia, bangga, benci, dll.

2.1.7.2 Nomina

Nomina adalah kata yang mengacu pada manusia, binatang, benda, dan konsep atau pengertian. Kata anak, kuda, dan air termasuk nomina yang masing-masing mengacu pada manusia, binatang, dan benda. Sebaliknya, kata-kata, seperti waktu, cinta, kesedihan, dan kemanusiaan termasuk nomina abstrak (Alwi dkk, 2017:259).

a) Nomina Abstrak

Kata benda yang tidak bisa dilihat bentuknya serta tidak bisa dideskripsikan oleh pancaindra. Contohnya, janji, kekayaan, keyakinan, kebangkrutan, ide, kemiskinan, perasaan, kejahatan, rasa, dan doa.

2.1.7.3 Verba

Menurut Alwi dkk (2017:95), secara umum verba dapat dibedakan dari kelas kata yang lain terutama dari adjektiva, dengan identifikasi sebagai berikut.

- a) Verba secara semantis menyatakan keadaan, proses, atau aktivitas.
- b) Verba memiliki fungsi sintaktis utama sebagai predikat.
- c) Verba secara morfologis dapat dikenal dari pelekatan afiks.

2.1.7.4 Interjeksi

Menurut Chaer (2008:104), interjeksi adalah kata-kata yang mengungkapkan perasaan batin, misalnya, karena kaget, marah, terharu, kangen, kagum, sedih, dan sebagainya. Kridalaksana (2005:120) interjeksi

adalah kategori yang bertugas mengungkapkan perasaan pembicara, dan secara sintaksis tidak berhubungan dengan kata-kata lain dalam ujaran.

a) Interjeksi kesyukuran: syukur, alhamdulillah.

Contohnya: “Alhamdulillah, anak saya semuanya naik kelas!”

b) Interjeksi kekagetan: astaga, astagfirullah, masyaallah.

Contohnya: “Astaga, alangkah mahal nya barang ini!”

c) Interjeksi kekaguman atau kepuasan: aduhai, amboi, asyik.

Contohnya: “Aduhai, indah nya pemandangan ini!”

2.1.8 Kalimat

Kalimat adalah satuan gramatikal terbesar yang mengandung predikat dan mengungkapkan sebuah pikiran (Alwi dkk, 2017:407).

2.1.8.1 Kalimat Imperatif

Menurut Alwi (2017:480), kalimat imperatif merupakan kalimat yang isi atau maksudnya memerintah, menyuruh, atau meminta. Kalimat imperatif itu jika ditinjau dari isinya dapat diperinci menjadi enam golongan, yaitu:

a) Perintah atau suruhan biasa jika pembicara menyuruh lawan bicaranya melakukan sesuatu;

b) Perintah halus jika pembicara tampaknya tidak memerintah lagi, tetapi menyuruh atau mempersilakan lawan bicara bersedia melakukan sesuatu;

c) Permohonan jika pembicara, demi kepentingannya, meminta lawan bicara melakukan sesuatu.

d) Ajakan dan harapan jika pembicara mengajak atau berharap lawan bicara melakukan sesuatu;

- e) Larangan atau perintah negatif, jika pembicara meminta lawan bicara untuk tidak melakukan sesuatu; dan
- f) Pembiaran jika pembicara meminta lawan bicara untuk membiarkan sesuatu terjadi atau berlangsung.

2.1.8.2 Kalimat Interogatif

Kalimat interogatif, lazim digunakan untuk bertanya dan karena itu sering disebut kalimat tanya, secara formal ditandai oleh kehadiran kata tanya apa, siapa, berapa, kapan, bila, bagaimana, dan di mana dengan atau tanpa partikel *-kah* sebagai penegas. Kalimat interogatif diakhiri dengan tanda tanya (?) pada bahasa tulis atau dengan intonasi naik pada bahasa lisan (Alwi dkk, 2017:486).

a) Interogatif Kata Tanya

Cara untuk membentuk kalimat interogatif adalah dengan memakai kata tanya seperti apa, bagaimana, berapa, bilamana, kapan, ke mana, mengapa, atau siapa. Sebagian besar dari kata tanya itu digunakan untuk menanyakan unsur wajib dalam kalimat.

Contohnya: “Bagaimana dia memecahkan masalah itu?”

b) Interogatif Partikel *-kah*

Partikel *-kah* dapat ditambahkan pada partikel tanya untuk mempertegas pertanyaan. Dalam kalimat yang predikatnya nomina atau adjektiva, urutan subjek dan predikatnya dapat dibalikkan dan kemudian ditambahkan partikel *'kah* pada frasa yang telah dipindahkan ke muka.

Contohnya: ‘Sedang sakitkah ayahnya?’

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan dengan penulisan ini yakni tulisan Nurginaya (2017) pada penelitiannya membahas tentang “Bahasa Emosi Guru akibat Perilaku Siswa di Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan”. Penelitian tersebut mengungkap (1) jenis-jenis bahasa emosi, (2) faktor-faktor yang menyebabkan guru menggunakan bahasa emosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 10 jenis pengungkapan bahasa emosi guru kepada siswa, yaitu: pengungkapan bahasa emosi (1) jengkel, (2) marah, (3) kecewa, (4) malu, (5) heran, (6) tegas, (7) sayang, (8) senang, (9) pujian, (10) marah dan sayang. Adapun faktor pemicu guru menggunakan bahasa emosi, yaitu: (1) akibat perilaku siswa, (2) sikap siswa terhadap guru, (3) pelanggaran yang dilakukan siswa di sekolah. Pada penelitian ini, terdapat persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yaitu mengkaji bahasa emosi. Letak perbedaannya yaitu dilihat dari objek kajiannya, Nurginaya membahas bahasa emosi guru akibat perilaku siswa sedangkan penelitian ini melihat penggunaan bahasa emosi antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan. Penelitian ini hanya membahas bentuk bahasa emosi pengemudi ojek *online* dan pelanggan, sedangkan Nurginaya mengkaji jenis-jenis dan faktor-faktor yang menyebabkan penggunaan bahasa emosi.

Nurhayati (2006) pada penelitiannya membahas tentang “Bahasa Emosi Perempuan Karier di Kota Makassar”. Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati fokus pada objeknya, yaitu perempuan karier dan mengungkap (1)

jenis-jenis pengungkapan emosi yang meliputi pengungkapan emosi data lisan dan tulisan, (2) bentuk-bentuk bahasa emosi meliputi kosakata, konjungsi, struktur kalimat BEPK, kalimat emosi, campur kode, interferensi dan ciri khas BEPK, (3) faktor-faktor yang memengaruhi BEPK yaitu faktor usia, Pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya (asal), dan (4) efek BEPK yakni kewibawaan, kekuasaan, kedisiplinan, mengakrakan suasana dan memberikan ketenangan pada orang lain. Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu hanya membahas dari segi bentuk bahasa emosi positif dan negatif, sedangkan Nurhayati membahas secara kompleks.

Penelitian relevan selanjutnya, yaitu Wuri Setiyo Prihatiningsih (2009) membahas tentang “Pemakaian Ungkapan Emosi Negatif Masyarakat Karangawen Demak Dalam Ranah Pasar: Kajian Sociolinguistik”. Penelitian yang dilakukan oleh Wuri mengungkap bentuk pemakaian ungkapan emosi negatif masyarakat Karangawen Demak dalam ranah pasar. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Wuri terletak dari segi objek kajiannya. Selain itu, Wuri hanya mengungkap penggunaan emosi negatif, tidak mengungkap penggunaan emosi positif dan juga membahas fungsi sosial pemakaian ungkapan emosi negatif.

2.3 Kerangka Pikir

Penelitian ini berada di bawah naungan salah satu cabang linguistik yakni Psikolinguistik. Berdasarkan skema kerangka pikir, penelitian ini mengungkapkan tentang bahasa emosi. Seperti yang kita ketahui bahwa bahasa emosi menggambarkan perasaan manusia menghadapi berbagai situasi yang

berbeda dalam bentuk bahasa lisan maupun tulisan. Adanya emosi yang berada dalam diri manusia memengaruhi penggunaan bahasa yang digunakan.

Pada situasi tertentu, seseorang menggunakan bahasa emosi positif saat menghadapi keadaan yang membuat perasaannya stabil. Seseorang yang hatinya sedang senang, akan menggunakan bahasa yang enak didengarkan. Sebaliknya, seseorang yang tidak dapat mengendalikan emosinya akan mengeluarkan bahasa emosi negatif yang kurang menyenangkan bagi orang yang mendengarnya.

Data-data yang terdapat dalam penelitian ini bersumber dari tuturan pengemudi ojek *online* dan pelanggan. Dari tuturan tersebut, yang akan dilihat ialah bahasa emosi yang digunakan pengemudi ojek online dan pelanggan yang akan ditinjau dari sudut pandang psikolinguistik. Terdapat dua garis besar yakni bahasa emosi positif dan bahasa emosi negatif. Dalam penelitian ini, melihat dari perbedaan bahasa emosi yang digunakan pengemudi atau pelanggan dan fokus pada bentuk bahasa emosi positif dan negatif dari segi kategorisasi kata dan kalimat yang digunakan oleh pengemudi ojek *online* dan pelanggan, sehingga dalam penelitian ini akan mengungkap bentuk-bentuk bahasa emosi positif dan negatif antara pengemudi ojek online dan pelanggan.

