

**SIKAP BAHASA WARGANET X (TWITTER) INDONESIA TERHADAP
PENGUNAAN BAHASA EMOTIF: TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK**



ANDI AUDIA FAIZA NAZLI IRFAN

F011201048



DEPARTEMEN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

**SIKAP BAHASA WARGANET X (TWITTER) INDONESIA TERHADAP
PENGUNAAN BAHASA EMOTIF: TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK**

**ANDI AUDIA FAIZA NAZLI IRFAN
F011201048**



**DEPARTEMEN SAstra INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**SIKAP BAHASA WARGANET X (TWITTER) INDONESIA TERHADAP
PENGUNAAN BAHASA EMOTIF: TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK**

ANDI AUDIA FAIZA NAZLI IRFAN
F011201048

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Sastra Indonesia

pada

**PROGRAM STUDI SASTRA INDONESIA
DEPARTEMEN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI

**SIKAP BAHASA WARGANET X (TWITTER) INDONESIA TERHADAP
PENGUNAAN BAHASA EMOTIF: TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK**

yang disusun dan diajukan oleh:

ANDI AUDIA FAIZA NAZLI IRFAN
NIM: F011201048

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Sastra
pada 02 Desember 2024 dan dinyatakan telah memenuhi
syarat kelulusan pada

Departemen Sastra Indonesia
Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:
Pembimbing Tugas Akhir,



Prof. Dr. Lukman, M.S.
NIP 19601231 198702 1 002

Mengetahui:
Ketua Program Studi,



Dr. Munira Hasjimi, S.S., M.Hum.
NIP 19710510 199803 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Sikap Bahasa Warganet X (Twitter) Indonesia terhadap Penggunaan Bahasa Emotif: Tinjauan Sociolinguistik" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Prof. Dr. Lukman, M.S. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Jika pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 2 Desember 2024



A NAZLI RIFAN
3B5A9AKX480961646

NIM F011201048

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis akhirnya menyelesaikan skripsi berjudul “Sikap Bahasa Warganet X (Twitter) Indonesia terhadap Penggunaan Bahasa Emotif: Tinjauan Sociolinguistik” untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Sastra Indonesia di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin. Oleh karena itu, penulis bersyukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena telah melancarkan pikiran, fisik, dan mental saya sebagai manusia mahasiswa akhir. Saya juga mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan (*support system*) dari berbagai pihak seperti berikut ini.

1. Prof. Dr. Lukman, M.S. sebagai dosen pembimbing yang telah menuntun, menyarankan, dan dapat diajak berdiskusi tentang substansi skripsi saya.
2. Prof. Dr. Nurhayati Syair, M.Hum. dan Indarwati, S.S., M.Hum. sebagai dosen penguji yang memberikan kritik dan saran tentang isi penelitian dan format penulisan skripsi saya.
3. Orang tua saya yang telah mendukung saya agar segera menyelesaikan skripsi.
4. Teman-teman Kelas B (Beleng-beleng), Sastra Indonesia Universitas Hasanuddin Angkatan 2020 yang telah menemani saya mengerjakan skripsi.
5. Teman-teman Adaptasi, Sastra Indonesia Universitas Hasanuddin Angkatan 2020 yang menjadi kawan pejuang skripsi.
6. Teman-teman konsentrasi Linguistik, Sastra Indonesia Universitas Hasanuddin Angkatan 2020 yang menyemangati saya agar segera merampungkan penelitian.
7. Teman-teman SMA Kartika XX-I Makassar (Kachak) Angkatan 2019 yang memotivasi saya agar segera wisuda.
8. Teman-teman Magang Merdeka detikSulsel Angkatan 6 yang menghibur saya dalam masa pengerjaan skripsi ini.
9. Teman dekat dunia maya yang dikenal dengan sebutan *close friends* (CF) di Instagram, yang telah mewarnai masa skripsi jikalau saya sedang suntuk (*writing block*).
10. Kucing kesayangan saya motif tuxedo bernama Kopi Poni Koni.

Penulis

Andi Audia Faiza Nazli Irfan

ABSTRAK

ANDI AUDIA FAIZA NAZLI IRFAN. Sikap Bahasa Warganet X (Twitter) Indonesia terhadap Penggunaan Bahasa Emotif: Tinjauan Sociolinguistik (dibimbing oleh Lukman).

Warganet Indonesia di X (Twitter) berkomentar negatif terhadap bahasa Indonesia saat pengungkapan perasaan. Padahal, sebagai warga Indonesia semestinya kita bangga dengan bahasa sendiri. Penelitian ini bertujuan mengetahui jenis dan dominasi sikap bahasa komponen kognitif, afektif, dan konatif yang termuat dalam komentar warganet ketika mengungkapkan perasaan dengan bahasa Indonesia. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah Sociolinguistik. Metode yang digunakan adalah simak dan catat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pancing dan tangkap layar. Peneliti memberikan pertanyaan-pernyataan kepada warganet dengan menggunakan *menfess* di *autobase* X (Twitter). Dua pertanyaan menerima ribuan jawaban yang dipilih secara *purposive sampling* sebanyak 151 data. Hasil yang didapatkan adalah sikap bahasa dengan rincian komponen, 35 kognitif, 94 afektif, dan 22 konatif. Sikap bahasa komponen afektif mendominasi karena warganet banyak memberikan penilaian secara suka atau tidak suka; nyaman atau tidak nyaman. Warganet menilai bahwa bahasa Indonesia itu memberikan kesan memalukan dan berlebihan saat digunakan menyampaikan perasaan. Warganet juga merasa malu setelah menyampaikan perasaan dengan bahasa Indonesia.

Kata kunci: sikap bahasa Lambert, pengungkapan perasaan, preferensi bahasa

ABSTRACT

ANDI AUDIA FAIZA NAZLI IRFAN. Indonesian Twitter X (Twitter) Netizen Language Attitudes towards Emotive Language Use: A Sociolinguistic Review (supervised by Lukman).

Indonesian netizens on X (Twitter) commented negatively on the Indonesian language when expressing feelings. In fact, as Indonesian citizens, we should be proud of our own language. This study aims to determine the type and dominance of cognitive, affective, and conative components of language attitudes contained in netizen comments when expressing feelings in Indonesian. This type of research is descriptive qualitative. The approach used is Sociolinguistics. The method used is listening and recording. The data collection techniques used are fishing and screen capture techniques. Researchers gave questions to netizens by using menfess on autobase X (Twitter). Two questions received thousands of answers selected by purposive sampling of 151 data. The results obtained are language attitudes with component details, 35 cognitive, 94 affective, and 22 conative. The affective component of language attitude dominates because many netizens give assessments in terms of liking or disliking; comfortable or uncomfortable. The netizens considered that the Indonesian language gave the impression of being embarrassing and excessive when used to convey feelings. The netizens also felt embarrassed after expressing their feelings in Indonesian.

Keywords: Lambert's language stance, expression of feelings, language preference

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Sociolinguistik	7
2.1.2 Sikap	7
2.1.3 Bahasa	7
2.1.4 Sikap Bahasa	8
2.1.5 Komponen Sikap Bahasa	8
2.1.6 Sikap terhadap Bahasa.....	9
2.1.7 Fungsi Bahasa	9
2.1.8 Warganet (Netizen)	10
2.1.9 Media Sosial X (Twitter).....	10
2.1.9.1 Tentang X.....	10
2.1.9.2 Fitur-Fitur X	11
2.1.9.3 Istilah-Istilah dalam X.....	11
2.2 Penelitian Relevan	12

2.3 Kerangka Pikir	13
BAB 3. METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	14
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	14
3.3 Sumber Data	15
3.4 Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.4.1 Populasi	15
3.4.2 Sampel	15
3.5 Teknik Analisis Data.....	15
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Identifikasi Komponen Sikap Bahasa	17
4.1.1 Sikap Kognitif	17
4.1.2 Sikap Afektif	25
4.1.3 Sikap Konatif	32
4.2 Dominasi Komponen Sikap Bahasa	37
BAB 5 PENUTUP	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Komentar Warganet Lainnya	3
Tabel 2. Dominasi Komponen Sikap bahasa.....	37
Tabel 3. Jumlah Data Komentar Sikap Bahasa.....	38

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Visualisasi adalah pengungkapan gagasan atau perasaan dengan menggunakan gambar, tulisan, grafis, dan sebagainya. Salah satu alat visualisasi adalah bahasa. Pikiran dan perasaan dapat disampaikan melalui bahasa. Contohnya seperti gagasan penulis melalui tulisan, penelitian disampaikan melalui artikel ilmiah, realitas kehidupan dari pengarang atau penyair melalui karya sastra, pendapat atau opini individu melalui mikroblog, dan cerita melodis dari para penyanyi melalui lagu. Semuanya disampaikan melalui bahasa, baik lisan maupun tulis.

Dalam contoh di atas, bahasa tulis yang mawadahi pikiran dan perasaan. Mudahnya, bahasa tulis dapat ditemukan di genggaman manusia melalui media sosial pada masa digital kini. Masing-masing penutur biasanya mengungkapkan pikiran dan perasaannya melalui bahasanya sendiri di media yang mengutamakan kolaborasi teks dan visual itu.

Di media sosial, pemilihan preferensi bahasa terjadi. Preferensi adalah pilihan, kecenderungan, atau kesukaan. Penutur bebas memilih bahasa yang ia inginkan untuk digunakan terhadap konteks tertentu. Selain preferensi bahasa, pemilihan kata (diksi) bervariasi bergantung kepada penutur tersebut saat penyampaian pikiran dan perasaan. Misalnya, ada penutur yang menggunakan bahasa ibu daripada bahasa asing dan sebaliknya. Ada penutur yang menulis diari dengan bahasa Indonesia dan ada juga penutur yang lebih nyaman memakai bahasa Inggris saat menyampaikan perasaannya. Ada penutur yang menggunakan kata yang umum daripada istilah yang khusus dan sebaliknya. Misalnya, penutur menggunakan *anxiety* daripada *cemas* karena tingkatan maknanya berbeda.

Secara realistis, fenomena-fenomena ini lumrah ada dan terjadi karena praktik berbahasa pada kenyataannya tidak sebakau atau tidak sekaku itu. Akan tetapi, berbahasa itu fleksibel (menyesuaikan) terhadap siapa yang berbicara dan kepada siapa hal itu disampaikan, kapan ia berbicara, dan di mana ia menyamapaikannya. Subjek, waktu, dan tempat menjadi probabilitas penutur menunjukkan preferensi bahasanya. Kefleksibelan berbahasa di sini terjadi pada ragam bahasa nonformal.

Di Indonesia, penutur bahasa Indonesia idealnya mengungkapkan pikiran dan perasaannya dengan bahasa Indonesia, baik secara verbal atau nonverbal. Namun, saat mengungkapkan perasaan atau yang biasa disebut curahan hati (curhat) seperti sedih, marah, senang, kecewa, bingung, dan sebagainya terkadang preferensi (kecenderungan) berbahasa muncul. Penutur dihadapkan pada situasi bahasa yang tepat saat hendak menyampaikan berbagai perasaan itu., apakah bahasa Indonesia atau bahasa asing?

Kebingungan preferensi bahasa tampak sebelum hendak menyampaikan perasaan, salah satunya saat ingin membuat keterangan postingan yang memuat perasaan di media sosial. Pikiran yang muncul adalah apakah bahasa ibu mawadahi

perasaan yang ingin disampaikan ataukah bahasa kedua/asing yang memudahkan perasaan yang ingin disampaikan itu.

Ada kalanya, penutur kurang dan bahkan tidak percaya diri mengungkapkan perasaan dengan bahasa ibu atau bahasa nasionalnya sehingga menggunakan bahasa asing atau bahasa internasional. Penutur mungkin merasa berlebihan, kurang nyaman, dan terlalu formal saat menyampaikan perasaan dengan bahasa Indonesia.

Hal ini mengimplikasikan bahwa suka atau tidak suka menjadi probabilitas (peluang) preferensi bahasa terjadi. Pemilihan bahasa satu daripada bahasa lain karena alasan tertentu seperti suka atau tidak sukanya penutur itulah yang dimaksud dengan preferensi penutur dalam wacana ini.

Beberapa penutur bahasa Indonesia memosisikan bahasa Indonesia sebagai bahasa nomor dua pada saat-saat tertentu, salah satunya adalah saat mengungkapkan perasaan. Pada saat itu, tampaknya penutur lebih menggunakan bahasa Inggris daripada bahasa Indonesianya. Entah itu faktor pribadi, sosial, atau psikologi, mereka cenderung menggunakan bahasa Inggris saat pengungkapan perasaan kepada lawan tuturnya secara nonverbal di media sosial. Dari sudut pandang penutur sebagai pembicara, tentu ada beragam alasan penghindaran terhadap penggunaan bahasa Indonesia saat pengungkapan perasaan. Salah satu alasannya adalah karena bahasa Indonesia memberikan kesan berlebihan digunakan pada saat itu.



Gambar 1 Komentar warganet X (Twitter)

Sebuah *post* di X (Twitter) memuat sebuah pertanyaan, “*Why do u always switch to english when you talk about ur feelings?*” dengan terjemahan “Mengapa kamu selalu beralih ke bahasa Inggris setiap kali kamu mengungkapkan perasaanmu?”. *Post* itu diunggah pada 7 Oktober 2022 yang mendapat 2.458 balasan hingga 23 September 2023.

Salah satu balasan yang memiliki jumlah suka yang banyak—meraih 1.055 suka—adalah balasan dari akun @hansung_gf di atas, yaitu “Saya merasa canggung

kalau menyatakan perasaan menggunakan bahasa Indonesia. Rasanya seperti ‘Kok, saya alay banget, ya, kayaknya’”. Penutur tersebut menilai bahasa Indonesia itu berlebihan dengan menggunakan kata slang alay.

Berdasarkan KBBI VI daring, *alay* berkaitan dengan berlebihan. Kesan ini merupakan evaluasi (penilaian berdasarkan pengamatan terhadap efektivitas suatu hal) pengalaman subjektif dari penutur itu. Komentar di atas merupakan interpretasi penutur/warganet terhadap bahasa Indonesia konteks bahasa emotif. Interpretasi ini melibatkan pandangan atau penafsiran seseorang terhadap suatu hal berdasarkan persepsi pribadi mereka. Oleh karena pengalaman berbahasa yang menghasilkan kesan negatif, warganet itu menggunakan bahasa Inggris sebagai preferensi (pilihan) bahasanya saat mengungkapkan perasaan.

Interpretasi tersebut memuat hal afeksi. Emosi dan perasaan pribadi dapat memengaruhi seseorang menginterpretasikan peristiwa, situasi, dan teks. Interpretasi bersifat subjektif sehingga tidak hanya didasarkan pada pengetahuan atau logika, tetapi juga pada reaksi emosional seseorang terhadap hal yang diinterpretasikan. Dalam hal ini, penutur sekaligus warganet di atas mengomentari bahasa Indonesia fungsi perasaan berdasarkan yang ia rasakan dan yang ia alami.

Berikut komentar warganet X lainnya terhadap bahasa Indonesia ketika pengungkapan perasaan di media sosial. Warganet di bawah ini berkomentar sesuai yang mereka rasakan dan mereka alami.

Tabel 1. Komentar Warganet Lainnya

Nomor	Komentar	Sumber
1	Pakai bahasa ibu (bahasa Indonesia) terasa lebih emosional dan personal. Lebih nyaman pakai bahasa lain karena saya merasa tidak sedekat itu (terkoneksi) dengan bahasanya (bahasa Indonesia).	 <p>Elen @seomayi · 07 Okt 22 Membalas @convomfs Karena pakai bahasa ibu (mother tongue) terasa lebih emosional dan personal. Lebih nyaman pakai bahasa lain karena aku merasa tidak sedekat itu (terkoneksi) dengan bahasanya wkwk</p>
2	Lebih <i>to the point</i> dan lebih menggambarkan, entah bagaimana bisa kayak lebih dapat gitu maksudnya, tidak putar-putar (kalau pakai bahasa Inggris).	 <p>zadh @dearzadh · 07 Okt 22 Membalas @convomfs lebih to the point dan lebih menggambarkan, entah gimana bisa kek lebih dapet gt maksudnya ga muter2</p>

3	Soalnya <i>cringe</i> banget kalau dibahasaIndonesiakan, malu.	 <p>creampuffs @xphrtll · 07 Okt 22 Membalas @convomfs soalnya cringe abis kalo di indo iiiinnn, maluuu</p>
4	Kalau pakai bahasa Indonesia kayak jadi lebih kaku dan tegang suasananya? Kalau pakai bahasa Inggris, lebih <i>simple</i> untuk mendeskripsikan perasaan pada saat itu. Jadi, tetap bisa ngobrol santai. Pokoknya lebih nyaman.	 <p>aurellie @shaurellie · 07 Okt 22 Membalas @convomfs klo pke bhs Indonesia ky jd lebih kaku dan tegang suasana ny ?? trs klo pke bhs Inggris, ap y lbh simple untuk mendeskripsikan perasaan pd saat itu jd ttp bs ngobrol santai, gtau pkony lbh nyaman</p>
5	Mengungkapkan, menanyakan, menjawab, berbicara tentang perasaan pakai bahasa Inggris terasa nyaman saja walaupun saya tidak bisa bahasa Inggris.	 <p>b @benrg_ · 07 Okt 22 Membalas @convomfs mengungkapkan, menanyakan, menjawab, talk about feeling in english kerasa comfort aja gitu walaupun aku g bisa bahasa inggris 🙄</p>

Lima data di atas menerangkan kesan yang didapatkan warganet saat menyampaikan perasaan dengan bahasa Indonesia. Kesan adalah yang terasa atau terpikir sesudah melihat atau mendengar sesuatu. Kata kunci dari lima data di atas adalah *emosional*, *memalukan (cringe)*, *kaku* dan *tegang*, saat mengungkapkan perasaan menggunakan bahasa Indonesia di media sosial. Berdasarkan KBBI VI daring, *emosional* adalah “Penuh emosi (luapan perasaan yang berkembang dan surut dalam waktu singkat)”. *Memalukan* adalah “Merasa sangat tidak enak hati karena berbuat sesuatu yang kurang baik”. *Kaku* adalah “Janggal (tidak sedap didengar; canggung)”. Kata-kata yang disebutkan warganet di atas cenderung negatif dengan cara menyudutkan bahasa Indonesia saat digunakan untuk menyampaikan perasaan.

Fenomena ini juga merupakan realita terkini terhadap eksistensi UU Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 Pasal 65 yang menyatakan “Warga Negara Indonesia berhak dan wajib memelihara, menjaga, dan menggunakan Bendera Negara, Bahasa Indonesia, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan untuk kehormatan dan kedaulatan bangsa dan negara sesuai dengan Undang-Undang ini”. Bahasa Indonesia merupakan bahasa yang wajib dirawat, dijaga, dan digunakan oleh Warga Negara

Indonesia atau penutur Indonesia sehingga dapat dikatakan bahwa bahasa ini berkedudukan tinggi di Indonesia.

Akan tetapi, berdasarkan fenomena dari warganet X di atas, bahasa Indonesia berkedudukan nomor dua setelah bahasa Inggris bagi penutur bahasa Indonesia yang mengungkapkan perasaannya. Terjadi kecenderungan penggunaan suatu bahasa lain daripada bahasa nasional atau bahasa ibu terhadap suatu konteks di sini, yaitu bahasa fungsi perasaan.

Di samping itu, seorang warganet Quora—situs tanya jawab—bernama Anne B Blockey pada 2015 mengungkapkan alasannya lebih nyaman menyampaikan perasaannya dengan bahasa Inggris. Ia merasa lebih nyaman dan lebih baik membahas perasaan dengan bahasa Inggris daripada bahasa ibunya. Pengungkapan perasaan dirasa lebih mudah dengan cara itu.

Masih di laman dan tahun yang sama, warganet Quora bernama Nguyen Dinh Giang mengungkapkan bahwa bahasa kedua, bahasa asing, bahasa Inggris itu hanya erat hubungannya dengan pikiran. Oleh sebab tidak terlalu terkait dengan perasaan, pengungkapan perasaan dengan bahasa Inggris rasanya tidak seintim saat menggunakan bahasa ibu. Dengan demikian, pengungkapan perasaan lebih mudah disampaikan dengan bahasa Inggris.

1.2 Identifikasi Masalah

Fenomena penggunaan bahasa Indonesia ketika pengungkapan perasaan bagi penutur bahasa Indonesia melalui warganet X memunculkan beberapa komentar, yaitu:

1. Penutur merasa berlebihan ketika mengungkapkan perasaan menggunakan bahasa Indonesia.
2. Penutur merasa malu dan kurang nyaman mengungkapkan perasaan dengan bahasa Indonesia.
3. Penutur merasa kosakata perasaan bahasa Indonesia kurang dapat mengekspresikan hal yang dirasakannya.
4. Penutur sulit mengungkapkan perasaan dengan bahasa Indonesia.
5. Tidak digunakannya bahasa Indonesia ketika mengungkapkan perasaan.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membahas sikap bahasa komponen kognitif, afektif, dan konatif menggunakan teori Wallace Lambert berdasarkan komentar warganet X (Twitter) wilayah Indonesia terhadap dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris baik secara bahasa tulis maupun bahasa lisan di media sosial X.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana sikap bahasa warganet X (Twitter) terhadap penggunaan fungsi emotif bahasa Indonesia?
2. Komponen sikap bahasa apa yang mendominasi ketika mengungkapkan perasaan dengan bahasa Indonesia bagi warganet X (Twitter)?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui sikap bahasa warganet X (Twitter) terhadap penggunaan fungsi emotif bahasa Indonesia.
2. Mengetahui dominasi komponen sikap bahasa termuat ketika mengungkapkan perasaan dengan bahasa Indonesia bagi warganet X (Twitter).

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoretis

- a) Kontribusi dalam Kajian Sociolinguistik

Penelitian ini memuat wawasan tentang cara bahasa emotif digunakan di media sosial, khususnya oleh warganet Indonesia di Twitter, yang merupakan ruang diskusi digital yang aktif. Sikap bahasa, komponen sikap bahasa, dan fungsi bahasa emotif merupakan tiga teori utama yang edukatif bagi kepada pembaca. Selain itu, penelitian ini menambah literatur mengenai pengaruh bahasa terhadap preferensi bahasa saat menyamapaikan perasaan bagi warganet X (Twitter).

- b) Pemahaman Dinamika Bahasa

Memberikan gambaran tentang hubungan antara ekspresi bahasa dan emosi dalam berbahasa yang relevan untuk memahami perkembangan penggunaan bahasa dalam konteks nonformal. Penelitian ini menampilkan komentar-komentar warganet tentang penggunaan bahasa saat pengungkapan perasaan. Komentar ini menjadi informasi linguistik kepada pembaca

2. Manfaat praktis

- a) Mengimplementasikan Teori Sikap Bahasa

Hasil penelitian ini menampilkan gambaran terkini tanggapan warganet terhadap suatu hal. Pembaca dapat mengidentifikasi contoh situasi atau kondisi berbahasa yang memuat komponen kognitif, afektif, dan konatif. Setelah itu, pembaca diharapkan dapat pula mengidentifikasi latar belakang yang memicu warganet bersikap bahasa.

- b) Strategi Komunikasi di Media Sosial

Preferensi bahasa memengaruhi cara ekspresi dan emosi dapat dikeluarkan oleh warganet sehingga berkaitan dengan keterlibatan audiens di media sosial. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pekerja media seperti tim pemasaran atau *copy writing* untuk memengaruhi audiens warganet.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Sociolinguistik

Menurut Crystal (2008), Sociolinguistik adalah Linguistik terapan yang menelaah hubungan bahasa dan masyarakat. Ilmu Sociolinguistik mengkaji pentingnya ciri bahasa dari kelompok sosial, sikap masyarakat terhadap bahasa, bentuk bahasa yang standar dan nonstandar, pola penggunaan bahasa nasional, variasi sosial dan hirarkis kebahasaan, dan sebagainya. Menurut Bussmann (1998), Sociolinguistik adalah disiplin ilmu yang mengkaji kerja sama antara Linguistik dan Sosiologi yang menyelidiki maksud sosial dari sistem bahasa dan penggunaan bahasa. Menurut Swann dkk (2004), Sociolinguistik adalah studi bahasa yang lebih mengkaji interelasi bahasa dan kehidupan sosial daripada struktur bahasa. Sociolinguistik menyoroti kompetensi komunikasi pembicara untuk tujuan berinteraksi. Tiga definisi di atas menyimpulkan bahwa Sociolinguistik adalah ilmu bahasa terapan yang mengkaji penggunaan bahasa dalam masyarakat.

2.1.2 Sikap

Menurut Thomas dan Znaniecki dalam Fleck (2015), sikap adalah sebuah proses dalam kesadaran individu yang menentukan nyata atau mungkin aktivitas seorang individu dalam dunia sosial—keputusan, tendensi, perasaan, ekspresi, simpati, kebutuhan/keperluan, cara berpikir, semuanya adalah sikap. Menurut Allport dalam Schwarz dan Bohner (2001) mendefinisikan sikap adalah keadaan kesiapan mental yang dikelompokkan melalui pengalaman sehingga memberikan pengaruh yang terarah dan dinamis terhadap respons seseorang ketika menghadapi semua hal termasuk objek dan situasi yang terkait dengannya. Sikap menurut Soerjono Soekanto (1983) dapat didefinisikan menjadi tiga, yaitu 1) "Suatu kecenderungan untuk melakukan atau tidak melakukan hal-hal tertentu terhadap manusia, benda, atau keadaan", 2) "Motivasi untuk menilai dunia sekitarnya dalam kategori baik atau buruk", 3) "Kesiapan mental untuk menanggapi". Menurut Eagly dan Chaiken dalam Schwarz dan Bohner (2001), sikap adalah kecenderungan psikis yang disampaikan (diekspresikan) dengan mengevaluasi hal tertentu dengan cara suka atau tidak suka. Empat definisi di atas menerangkan sikap (*attitude*) secara mentalistik, menyangkut tentang pikiran. Sikap dapat diartikan menjadi kesiapan mental dalam menghadapi sesuatu.

2.1.3 Bahasa

Menurut Edward Sapir dalam Swann dkk (2004), bahasa adalah alat mengomunikasikan ide, emosi atau perasaan, dan keinginan dengan menggunakan sistem simbol. Sama dengan Sapir bahwa bahasa alat mengomunikasikan pikiran, menurut Bussmann (2006) bahasa adalah wahana ekspresi pikiran, konsep, wawasan, dan informasi, serta pertukaran pengalaman dan pengetahuan. Menurut Crystal (2008), bahasa adalah tindakan konkret dari berbicara, menulis, untuk beberapa situasi. Tiga

definisi bahasa di atas memberikan inti informasi bahwa bahasa adalah alat mengomunikasikan pikiran dan perasaan, baik secara lisan (verbal) maupun tulis (nonverbal).

2.1.4 Sikap Bahasa

Sikap bahasa (*attitudes towards language*) menurut Swann dkk (2004) adalah pandangan dan pendapat yang dimiliki seseorang tentang bahasa dan variasi bahasa. Menurut Crystal (2008), sikap bahasa adalah istilah yang sesuai digunakan untuk menginformasikan tentang perasaan penutur terhadap bahasanya sendiri atau bahasa lain—mungkin positif atau negatif seperti aksen rural (desa) dianggap positif sementara aksen urban (kota) dianggap negatif. Kridalaksana (2009) mendefinisikan sikap bahasa adalah posisi mental atau perasaan terhadap bahasa sendiri atau bahasa orang lain. Menurut Richards dan Schmidt (2010), sikap bahasa adalah sikap speaker (pembicara) suatu bahasa miliknya terhadap bahasa lain atau bahasanya sendiri—ekspresi positif atau negatif terhadap bahasa itu mungkin merefleksikan impresi kerumitan atau kesederhanaan kebahasaannya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sikap bahasa adalah pandangan seorang penutur terhadap bahasanya sendiri atau bahasa lain.

2.1.5 Komponen Sikap Bahasa

Menurut Lambert dalam Fishman dan Agheyisi (1970) ada tiga komponen yang memengaruhi sikap bahasa, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Tiga hal ini juga dibahas dalam Fishman dan Cooper (1974), kognitif-afektif-konatif itu ialah berpikir-merasakan-bertindak (*thinking-feeling-acting*).

1. Kognitif (*knowledge*)

Komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, wawasan, pikiran, pandangan, pendapat, pendirian, konsepsi, dan paham.

2. Afektif (*evaluation*)

Komponen yang berkaitan dengan penilaian, interpretasi, pertimbangan dari pengetahuan atau wawasan yang diperoleh. Komponen ini nantinya berkaitan dengan suka atau tidak suka, nyaman atau tidak nyaman, setuju atau tidak setuju, dsb terhadap kognitif yang dipersepsi (komentar yang diperoleh dari hasil mengindra).

3. Konatif (*action*)

Komponen yang menyangkut tindakan atau perilaku sebagai hasil berpikir dan menilai terhadap suatu hal. Konatif merupakan respons atau keputusan akhir yang melalui proses dua komponen sebelumnya.

Contoh kognitif, afektif, dan konatif sikap bahasa (Khoir, 2014) dapat dilihat dalam kaitannya dengan bahasa, yaitu dalam bahasa Inggris misalnya. Mahasiswa mengetahui bahwa bahasa Inggris penting untuk dipelajari pada masa globalisasi (kognitif) sehingga mereka setuju untuk mempelajarinya (afektif). Dengan belajar, mahasiswa dapat berbahasa Inggris (konatif). Kognitifnya ada pada informasi bahwa

bahasa Inggris perlu dipelajari pada masa globalisasi. Afektifnya ada pada penilaian bahwa bahasa tersebut penting sehingga perlu dipelajari. Konatifnya ada pada tindakan dan keputusan untuk belajar bahasa.

2.1.6 Sikap terhadap Bahasa

Menurut Garvin dan Mathiot (1968), ada tiga sikap terhadap bahasa, yaitu:

1. Kesetiaan Bahasa (*language loyalty*)

Sikap penutur yang ditandai dengan upaya mempertahankan bahasanya dengan cara tetap memilih, menggunakan, dan mengutamakan bahasanya di antara beragamnya eksistensi bahasa lain. Pemilihan tersebut meminimalkan pengaruh atau intervensi bahasa lain terhadap bahasanya.

2. Kebanggaan Bahasa (*language pride*)

Sikap yang juga berkaitan dengan eksistensi beragam bahasa lain, sikap penutur yang nyaman, percaya diri, dan senang terhadap eksistensi bahasanya sendiri adalah tanda sikap kebanggaan bahasa (*language pride*). Penutur yang percaya diri dengan bahasanya menunjukkan bahwa adanya identitas bahasa karena kefrekuentatifan simbolik bahasanya. Penggunaan bahasanya di segala aspek sehingga bahasanya tersebut mendominasi kegiatan berbahasanya juga menandakan kebanggaan berbahasa. Penggunaan yang konsisten dan mendominasi tersebut memberikan identitas kebanggaan bahasa dari seorang penutur atau sekelompok penutur.

3. Kesadaran adanya norma bahasa (*awareness of the norm*)

Sikap bahasa ini pada dasarnya, penutur tahu fungsi bahasa berdasarkan gagasan umum, yaitu untuk berkomunikasi. Setelah tahu nilai dari bahasa, norma yang diperlihatkan adalah penutur menggunakan bahasanya secara sederhana, terstruktur, bahkan secara formal. Penggunaan bahasa yang baik dan benar juga dapat menjadi implementasi dari sikap kesadaran adanya norma bahasa.

2.1.7 Fungsi Bahasa

Roman Jakobson (1987) menjelaskan enam fungsi bahasa. Salah satu fungsi bahasa tersebut adalah emotif. Fungsi bahasa (*language function*) Jakobson disebutkan dalam bab "Linguistics and Poetics". Berikut dijelaskan singkat tentang enam fungsi bahasanya beserta beberapa contoh ujarannya (Hebert, 2011):

1. Referensial: fungsi utama bahasa adalah berbagi informasi, pengetahuan, dsb. Contoh, "Bumi itu bulat", "Kita akan berangkat pada 1 Januari 2024", dan "Novel merupakan karya sastra".
2. **Emotif**: fungsi bahasa yang membantu kita mengujarkan dan menafsirkan emosi, perasaan, keinginan, dan suasana hati penutur. Contoh, "Saya merasa bersemangat menulis opini".

3. Konatif: fungsi bahasa yang ditujukan untuk memengaruhi lawan bicara agar melakukan sesuatu (merespons secara verbal atau nonverbal). Contoh, “Bukakan pintu!”, “Dia lapar”, dan “Sabarlah, Bu”.
4. Fatis (*phatic*): fungsi bahasa yang mengutamakan jalinan sosial antara penutur (tanpa benar-benar mengomunikasikan informasi yang berarti). Contoh, “Apa kabar?”, “Omong-omong”, dan “Kerja bagus”.
5. Puitik: fungsi bahasa yang berfokus pada pesan dikomunikasikan. Pesan tersebut dibungkus secara indah atau secara kreatif sehingga pesannya memuat kiasan atau pesan. Contoh, “Wajahmu bagaikan rembulan”, “Seperti orang tuanya, buah jatuh tidak jauh dari pohonnya”, dan “Tindakannya mencurigakan seperti ada udang di balik batu”
6. Metalingual: fungsi bahasa yang menjelaskan, mendiskusikan, membahas, menerangkan, dan memaparkan bahasa itu sendiri. Contoh, “Apa itu ‘Telaten’?” dan “Sasar dalam menyasar artinya salah jalan atau tersesat”.

2.1.8 Warganet (Netizen)

Berdasarkan Kamus Merriam-Webster daring, *warganet* adalah peserta aktif dalam komunitas online internet. Berdasarkan Kamus Oxford daring, *warganet* adalah seseorang yang menggunakan internet. Menurut Howard Rheingold (1993), *warganet* adalah individu yang aktif berperan berbagai komunitas online. Dalam bukunya *The Virtual Community*, Howard menerangkan lebih lanjut pandangannya tentang warganet.

1. Anggota komunitas virtual: Warganet bukan sekadar pengguna internet pasif, tetapi aktif berpartisipasi dalam berbagai komunitas online. Warganet membentuk hubungan sosial, berbagi informasi, dan menciptakan budaya bersama di ruang digital.
2. Pembuat makna: Warganet tidak hanya menerima informasi, tetapi juga ikut serta dalam menciptakan makna dan arti dalam dunia digital. Mereka berpartisipasi dalam diskusi, berbagi cerita, dan membentuk opini publik.
3. Komunitas virtual: Rheingold meyakini bahwa komunitas virtual adalah realitas sosial yang sama validnya dengan komunitas fisik (komunitas yang ada di dunia nyata). Warganet membangun identitas, hubungan, dan norma sosial di dalam komunitas-komunitas ini.
4. Partisipasi aktif: Warganet bukan hanya konsumen konten, melainkan juga produsen konten. Mereka menciptakan, berbagi, dan mengedit informasi secara kolaboratif.
5. Agen perubahan: Warganet memiliki potensi untuk mengubah masyarakat dan budaya melalui partisipasi mereka dalam dunia online.

2.1.9 Media Sosial X (Twitter)

2.1.9.1 Tentang X

X—sebelumnya Twitter—adalah media sosial mikroblog yang pertama kali dibuat oleh Jack Dorsey sebagai Co-Founder pada 2006 silam. Sejak 2023, Elon Musk sebagai CEO terkini telah mengadakan dua perubahan menonjol pada X, yaitu

mengganti nama (Twitter menjadi X) dan mengganti logo (burung yang didominasi warna biru menjadi huruf X yang didominasi warna hitam).

X merupakan salah satu media sosial yang mengolaborasikan teks dan visual (gambar atau video). Berdasarkan We Are Social (2024), X menduduki posisi ke-6 sebagai media sosial terbanyak digunakan di Indonesia pada Januari 2023. Selain membahas keseharian, X juga biasanya membahas sosial kultural, budaya pop, dan politik. X juga merupakan media sosial yang digunakan sebagai tempat bertukar pikiran, pendapat, dan opini. Di Indonesia, tempat pertukaran pendapat tersebut biasanya diadakan melalui *autobase* yang memiliki pengikut besar. Menurut Febryana dan Maulitaya (2023), X (Twitter) menjadi media sosial pilihan untuk menceritakan tentang kehidupan yang dialami. Salah satu manfaat menggunakan X adalah bebas untuk mengemukakan pendapat serta mengekspresikan diri.

2.1.9.2 Fitur-Fitur X

1. *Post* atau *tweet*: tempat membuat teks singkat yang dapat berupa informasi, pendapat, opini, dsb.
2. *Repost* atau *retweet*: membagikan ulang *post* atau *tweet* agar jangkauannya lebih luas.
3. *Quote retweet*: tempat membuat teks singkat terhadap *post* atau *tweet* tertentu (mengutip *post* lain).
4. *Hashtag* atau tagar (#): penanda untuk topik tertentu agar jangkauannya luas dan dapat ditemukan oleh pengguna lain yang juga mencari topik yang sama.
5. *Trending topics*: tempat melihat urutan topik-topik yang sedang ramai dibahas.
6. *Direct message* (DM): tempat mengirimkan dan menerima pesan antara sesama pengguna.
7. *Bookmarks* atau markah: tempat menyimpan *post* atau *tweet* yang dianggap penting.
8. *Threads* atau utas: *post* atau *tweet* yang berkesinambungan. Biasanya digunakan untuk menceritakan sesuatu, menjelaskan sesuatu, memberikan tutorial, dsb.

2.1.9.3 Istilah-Istilah dalam X

1. *Personal account* (PA): akun pribadi.
2. *Cyber account* (CA): akun anonim.
3. *Display name* (dn): nama panggilan.
4. *Username* (uname): nama pengguna yang diawali oleh @.
5. Join bareng (jbb): ikut mengobrol di sela-sela obrolan beberapa orang (akun).
6. *Moots*: akun lain yang mengikuti kita (saling mengikuti atau *follow* satu sama lain).
7. *Reply* (rep): balasan
8. *Quote retweet* (qrt): balasan yang dikutip
9. *Autobase* atau *base*: tempat tanya jawab yang dijalankan oleh bot dan dikelola oleh admin. *Autobase* digunakan untuk memberikan pertanyaan atau pernyataan yang nantinya direspons oleh orang-orang (akun-akun) lainnya.

Pengirim pesan di *autobase* adalah anonim. Sementara itu, penerima pesan yang kemudian menjadi *menfess* di *autobase* dapat anonim atau bukan anonim.

10. *Mention confess* (*menfess*): pesan yang dikirimkan oleh *autobase*. Pesan ini bersifat anonim. *Menfess* biasanya berupa pertanyaan, keluhan, informasi penting, komentar, opini, tanggapan terhadap berita, dsb.
11. *Sender*: panggilan untuk pengirim *menfess* yang anonim di *autobase*—siapa pun pengirimnya, ia dipanggil *sender*.
12. *Trigger warning* (TW): peringatan adanya muatan sensitif dalam *post* atau *tweet*.

2.2 Penelitian Relevan

Asmara (2011) menulis skripsi berjudul *Penggunaan Ragam Emotif pada Surat Kabar Harian "Memorandum"* membahas tentang bahasa emotif yang berfungsi sebagai bahasa pengungkap perasaan dari penulis. Tujuan penelitiannya adalah menemukan bentuk bahasa emotif dan cara bahasa emotif diadakan dalam koran berita. Penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa memiliki kecenderungan untuk emotif (meluapkan psikis). Bahasa emotif dalam media cetak surat kabar kriminal yang ia teliti menunjukkan bahwa bahasa emotif memberikan kesan lugas dan vulgar dalam koran itu. Persamaan penelitian ini dan penelitian penulis adalah fungsi bahasa emotif. Perbedaan penelitian ini dan penelitian penulis adalah pendekatan dan objek penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan Analisis Wacana dan surat kabar harian sedangkan pendekatan yang digunakan peneliti adalah Sociolinguistik dengan objek bahasa tulis di media sosial.

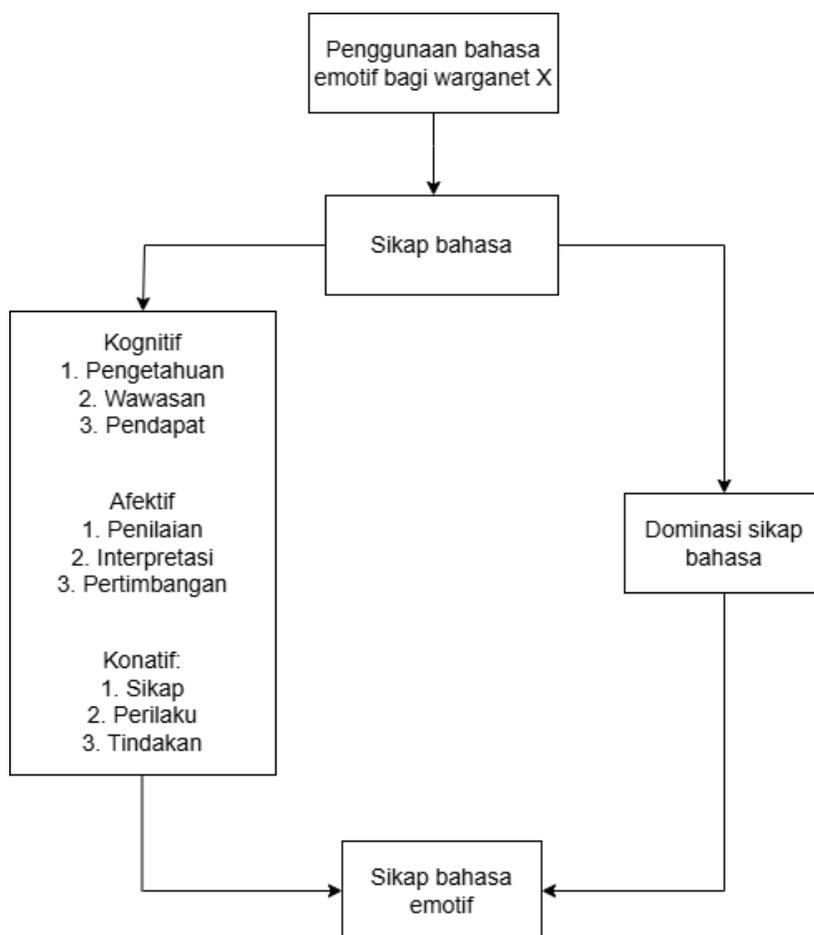
Rahardi (2020) menulis artikel jurnal berjudul *Variasi Maksud Kata Emotif "Wela" dalam Bahasa Jawa: Perspektif Sosiopragmatik* membahas tentang kata emotif bahasa Jawa "Wela" yang memiliki beberapa variasi maksud. Penelitian Sosiopragmatik ini menunjukkan bahwa manifestasi kata emotif "Wela" oleh warga desa di situ memiliki enam maksud emotif, yaitu menunjukkan maksud keterkejutan, pembelaan, mengingatkan, keheranan, kelegaan untuk bersyukur, dan kekecewaan. Jadi, enam variasi maksud dari kata wela ini menunjukkan keadaan dan/atau reaksi psikologis dari penutur. Persamaan penelitian ini dan penelitian penulis adalah fungsi bahasa emotif. Perbedaan penelitian ini dan penelitian penulis adalah pendekatan dan objek penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan Sosiopragmatik dan bahasa daerah secara lisan sedangkan pendekatan yang digunakan peneliti adalah Sociolinguistik dengan objek bahasa Indonesia tulis di media sosial.

Saad dkk. (2022) menulis artikel ilmiah (untuk prosiding) berjudul *Bahasa Emotif dalam Novel Al-Liss Wa Al-Kilab Karya Naguib* membahas tentang bahasa emotif dalam sebuah novel. Penelitian Stilistika ini membahas tentang cara penulis menggunakan bahasa yang memiliki kesan emotif agar pembaca memahami jalan cerita. Peneliti menemukan ungkapan emotif (perasaan) dihadirkan melalui ungkapan cinta, terkejut, sedih, takut, benci, dan marah. Persamaan penelitian ini dan penelitian penulis adalah fungsi bahasa emotif. Perbedaan penelitian ini dan penelitian penulis adalah pendekatan dan objek penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan Stilistika dan novel sebagai objek penelitiannya sedangkan pendekatan yang digunakan peneliti adalah Sociolinguistik dengan objek bahasa Indonesia tulis di media sosial.

Jadi, tiga penelitian di atas sama-sama meneliti tentang bahasa emotif. Bahasa emotif yang dipusatkan kepada pembicara (penulis dan penutur). Bahasa emotif yang dimaksud adalah bahasa yang menunjukkan psikis; reaksi psikologis; perasaan; emosi penutur. Namun, tiga penelitian ini menggunakan pendekatan berbeda. Penelitian pertama menggunakan pendekatan Analisis Wacana dan berobjekkan media cetak surat kabar. Penelitian kedua menggunakan pendekatan Stilistika dan berobjekkan karya sastra novel. Penelitian ketiga menggunakan pendekatan Sosiopragmatik dan berobjekkan sekelompok penutur dari suatu daerah.

Penelitian ini dan tiga penelitian relevan di atas sama-sama membahas tentang penggunaan bahasa emotif dari sisi pembicara atau penutur. Namun, penulis menggunakan pendekatan Sociolinguistik untuk mengkaji fenomena bahasa emotif oleh penutur bahasa Indonesia melalui warganet media sosial X (Twitter) wilayah Indonesia yang menunjukkan komponen sikap bahasanya. Lalu, peneliti juga hendak mengetahui dominasi sikap bahasa saat pengungkapan perasaan.

2.3 Kerangka Pikir



Gambar 2 Kerangka Pikir