

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Bab ini akan membahas secara komprehensif latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam konteks analisis kontrastif strategi kesantunan penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia di media sosial. Latar belakang penelitian akan dijelaskan terlebih dahulu sebagai dasar penting untuk memahami hal-hal yang membuat topik ini menarik untuk diteliti. Selanjutnya, pertanyaan-pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini akan dihadirkan dalam bagian rumusan masalah. Untuk tetap terfokus dan terarah, batasan masalah juga akan dijelaskan untuk membatasi ruang lingkup penelitian. Berdasarkan masalah tersebut, tujuan penelitian akan dirumuskan sebagai fokus utama pelaksanaan penelitian. Manfaat penelitian akan diuraikan, termasuk kontribusi penelitian ini dalam bidang studi linguistik kontrastif, pembelajaran bahasa Jepang, serta manfaatnya bagi pengguna media sosial dalam memperhatikan aspek kesantunan saat berkomunikasi. Terakhir, sistematika penulisan akan dijelaskan, mengikuti alur penyajian yang logis dan koheren, untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini.

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia merupakan makhluk sosial yang secara alami membutuhkan adanya interaksi dengan manusia lain di dalam hidupnya. Komunikasi adalah satu-satunya cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Setyanto, 2017). Seperti halnya di kehidupan sehari-hari, komunikasi juga merupakan hal yang tidak dapat dihindarkan dalam kegiatan belajar bahasa. Dimulai dari bahasa ibu hingga pembelajaran bahasa lain setelahnya yang biasa disebut dengan bahasa kedua. Terkhusus dalam pembelajaran bahasa kedua, umumnya kemampuan berkomunikasi dalam bahasa target menjadi tujuan utama yang harus dicapai oleh pembelajar. Oleh karena itu, diperlukan latihan dan frekuensi komunikasi yang tinggi agar kemampuannya pun terus meningkat.

Komunikasi umumnya terjadi antara dua atau lebih orang yang berhadapan secara langsung. Namun seiring dengan kemajuan teknologi, kini komunikasi dapat terjadi dalam beragam cara. Seperti yang dikatakan oleh Setiawan (2018), bahwa kemajuan teknologi telah membuka jangkauan interaksi bahkan dengan manusia di belahan dunia berbeda. Terlebih dengan hadirnya internet, kini siapapun dapat mengakses informasi yang tidak terbatas.

Salah satu produk teknologi berbasis komunikasi yang juga menjadi sumber informasi terhangat adalah media sosial. Media sosial terdiri dari berbagai platform yang menjadi sumber informasi yang paling banyak digunakan di dunia. Akses mudah dan murah ke internet dan sejumlah besar pengguna terdaftar di platform ini menjadikannya salah satu cara termudah dan paling efektif untuk menyebarkan informasi. Saat terjadi peristiwa besar, respons pengguna media sosial secara keseluruhan biasanya menjadi sumber informasi yang lebih kaya, hingga mencakup informasi tentang penyakit, olahraga, bencana alam, atau peristiwa politik.

Selama pandemi Covid-19, media sosial juga telah membantu masyarakat untuk menjaga komunikasi dengan teman dan keluarga terutama bagi yang sedang menjalani isolasi untuk mengurangi kebosanan yang berpotensi memicu kecemasan dan tekanan jangka panjang. Oleh karena itu, media sosial menjadi teman selama diam di rumah untuk membantu mengurangi dampak psikologis tersebut.

Dilansir oleh Datareportal, berdasarkan hasil survey oleh Kepios, ditemukan bahwa hingga bulan Oktober 2022, tercatat 59,3 persen dari total populasi dunia atau sekitar 4,74 milyar orang merupakan pengguna media sosial. Kemudian, menurut data GWI, rata-rata pengguna media sosial secara aktif mengunjungi 7,2 platform media sosial yang berbeda setiap bulannya, dan menghabiskan sedikitnya 2,5 jam setiap harinya (Datareportal, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sosial manusia, termasuk dalam aspek komunikasi. Jumlah pengguna serta frekuensi penggunaan yang sangat tinggi menunjukkan betapa banyaknya komunikasi yang terjadi di media sosial. Hal ini menjadikan media sosial sebagai objek kajian baru untuk penelitian di bidang komunikasi dan penggunaan bahasa.

Hani Sarila, 2023

*ANALISIS KONTRASTIF STRATEGI KESANTUNAN PENUTUR BAHASA JEPANG DAN BAHASA INDONESIA DI MEDIA SOSIAL*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dari hasil penelitiannya, Brandtzæg dan Heim (2009) menemukan 11 alasan orang menggunakan media sosial. Diurutkan dari persentase tertinggi, alasan yang dikemukakan antara lain (1) menjalin relasi baru, (2) berkomunikasi dengan teman atau kenalan, (3) bersosialisasi, (4) bertukar informasi, (5) debat dan diskusi, (6) berkiriman pesan secara gratis, (7) menghabiskan waktu, (8) berbagi/menikmati berbagai konten, (9) mencari kesenangan, (10) mencari informasi tentang seseorang, dan (11) berkomunikasi dengan keluarga.

Namun, tidak hanya kemudahan yang dibawa oleh kemunculan media sosial, melainkan juga masalah yang baru. Kebebasan berinteraksi dan berkomunikasi tanpa batas di media sosial membuat penggunanya dapat menggunakan bahasa secara bebas, tidak terkecuali bahasa yang kasar, ambigu, atau tidak santun. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penelitian terbaru yang mengkaji tentang ketidaksantunan (*impoliteness*) dalam bahasa yang digunakan, hingga ujaran kebencian di media sosial (Bustan & Alakrash, 2020; Subyantoro & Apriyanto, 2020; Teneketzi, 2022).

Kesantunan menjadi salah satu hal yang dipermasalahkan dalam penggunaan media sosial. Pengguna media sosial yang didominasi oleh generasi muda juga memberikan berbagai pengaruh, salah satunya terhadap kebiasaan berbahasa. Hal ini berdampak pada perubahan kesantunan yang berkaitan juga dengan budaya tertentu, seperti terbawanya kebiasaan menggunakan gaya bahasa yang santai di media sosial pada interaksi antara mahasiswa dan dosen untuk mengurangi jarak sosial (Oktaviani & Laturakhmi, 2013).

Kesantunan pada dasarnya adalah sebuah kebiasaan, tata cara, atau aturan perilaku yang berlaku di masyarakat pada suatu wilayah tertentu (Mislikhah, 2020). Dalam komunikasi, kesantunan ditunjukkan dengan cara berbahasa. Tidak hanya menyampaikan apa yang ada di dalam pikiran, komunikasi yang dilakukan harus memperhatikan norma budaya atau tata krama yang berlaku di wilayah tempat berkomunikasi, maupun yang dimiliki oleh lawan bicara, termasuk ketika berkomunikasi secara daring (Mislikhah, 2020).

Sebagai salah satu negara yang menjunjung tinggi tata krama dan sopan santun, Jepang sangat memperhatikan kesantunan dalam bahasanya. Hal ini dibuktikan dengan adanya kesantunan verbal berupa ragam bahasa sopan (*keigo*)

yang terbagi menjadi empat macam, yakni ungkapan penghormatan (*sonkeigo*), ungkapan kerendahan hati (*kenjougo*), ungkapan formal (*teineigo*) dan ungkapan keindahan (*bikago*) (Nakamura, 2001). Oleh karena itu, faktor kesantunan dalam komunikasi dengan orang Jepang akan sangat berpengaruh pada kelancaran dan ketercapaian tujuannya.

Dari berbagai belahan dunia, banyak ahli yang mengemukakan teori mengenai kesantunan. Dalam Shahrokhi dan Bidabadi (2013) dijelaskan bahwa sedikitnya ada empat pandangan dari para ahli mengenai kesantunan, diantaranya pandangan norma sosial, pandangan maksim percakapan, pandangan penyelamatan wajah, dan pandangan kontrak percakapan. Dalam penelitian ini, pandangan ahli yang dijadikan landasan teoretis adalah pandangan penyelamatan wajah yang dicetuskan oleh Brown dan Levinson (1987).

Brown dan Levinson mengembangkan konsep kesantunan sebagai sebuah tindakan yang memperhatikan atau mempertimbangkan perasaan orang lain (Brown, 1990). Perasaan yang diperhatikan itu berkenaan dengan dua macam wajah (*face*), yakni wajah positif (*positive face*) dan wajah negatif (*negative face*). Artinya, ketika berkomunikasi kita harus mempertimbangkan pemenuhan keinginan lawan bicara yang disebut dengan ‘wajah’. Baik itu wajah positif (keinginan untuk disukai dan diakui orang lain), maupun wajah negatif (keinginan untuk tidak diganggu oleh orang lain).

Namun pada praktiknya, kita sering kali dihadapkan dengan situasi di mana mau tidak mau kita harus menyampaikan sesuatu yang justru mengancam wajah lawan bicara. Brown dan Levinson (1987) menyebut hal ini sebagai tindakan mengancam wajah (*Face Threatening Act/FTA*). Dari sinilah muncul gagasan berupa upaya yang dapat dilakukan ketika menghadapi situasi tersebut, yakni strategi kesantunan (*politeness strategy*).

Menurut Brown dan Levinson (1987), ada empat strategi kesantunan utama yang dapat digunakan dalam komunikasi, sebagai upaya untuk menghindari tindakan mengancam wajah, diantaranya (1) *without redressive action, baldly* ‘tanpa tindakan perbaikan, terang-terangan’ atau yang sering diistilahkan sebagai *bald on-record* ‘terang-terangan’, (2) *positive politeness* ‘kesantunan positif’, (3) *negative politeness* ‘kesantunan negatif’, dan (4) *off-record* ‘tersirat’.

Pada percakapan sehari-hari, strategi kesantunan dapat digunakan untuk menjaga keharmonisan antara pembicara dengan lawan bicara. Meski setiap bahasa di dunia memiliki perbedaan dan ciri khasnya masing-masing baik dalam hal struktur bahasa maupun cara penyampaiannya, pada umumnya strategi kesantunan digunakan untuk tujuan yang sama, yakni mempererat kedekatan sosial (Pingjing & Matsumura, 2011).

Seperti pada penelitian Pingjing dan Matsumura (2011) yang menganalisis percakapan bebas dalam bahasa Jepang dan bahasa Cina yang memiliki sistem linguistik dan latar belakang budaya yang berbeda. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat perbedaan pada struktur kedua bahasa dalam mengungkapkan kesantunan dan penghormatan, khususnya ketika menerapkan strategi kesantunan negatif. Meskipun begitu, baik bahasa Jepang maupun bahasa Cina lebih banyak menggunakan strategi kesantunan positif untuk menghindari tindakan mengancam wajah (FTA) yang dapat menunjukkan keakraban dan kedekatan dengan lawan bicara.

Tidak hanya dalam percakapan sehari-hari, strategi kesantunan juga diwujudkan dalam interaksi pada berbagai media komunikasi. *Instagram* adalah salah satu platform media sosial di mana penggunanya dapat mengunggah foto atau video, kemudian siapapun dapat memberikan komentar terkait unggahan tersebut. Dari interaksi tersebut, Ammaida (2020) meneliti tentang strategi kesantunan yang digunakan oleh pengguna media sosial dalam mengomentari unggahan mantan presiden Amerika Serikat Donald Trump di *Instagram*, berdasarkan teori kesantunan Brown dan Levinson (1987). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial paling banyak menggunakan strategi kesantunan positif.

Selain Ammaida (2020), banyak penelitian yang membahas tentang perwujudan strategi kesantunan berbahasa di media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan/atau *Instagram* (Alibasyah, 2018; Maros & Rosli, 2017; Rosyadie, 2021; Purnama & Sukarto, 2022), maupun penggunaan strategi kesantunan pada percakapan daring seperti antara pelajar dan guru dalam media sosial berbasis perpesanan *WhatsApp* (Mulyono, Amalia, & Suryoputro, 2019; Algiovan, 2022). Namun, pada penelitian-penelitian tersebut bahasa yang dijadikan sumber data

Hani Sarila, 2023

**ANALISIS KONTRASTIF STRATEGI KESANTUNAN PENUTUR BAHASA JEPANG DAN BAHASA INDONESIA DI MEDIA SOSIAL**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

masih terbatas pada bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Sejauh ini belum ditemukan penelitian mengenai strategi kesantunan di media sosial yang diungkapkan dalam bahasa Jepang.

Begitu pula dari ranah analisis kontrastif, penelitian mengenai perbandingan kesantunan dua bahasa banyak ditemukan antara bahasa Jepang dengan bahasa Cina (Pingjing & Matsumura, 2011; Pingjing, 2016; Li, 2018), maupun bahasa Jepang dengan bahasa Korea (Okuyama, 2005; Lim, 2008). Sementara itu, perbandingan kesantunan antara bahasa Jepang dan bahasa Indonesia pun masih terbatas pada salah satu tindak tutur saja (Septiana, 2022; Wulandary, 2016).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia di media sosial, berdasarkan klasifikasi strategi kesantunan menurut Brown dan Levinson (1987). Selain itu, penelitian ini juga mencoba mengontraskan penggunaan strategi kesantunan yang mencakup persamaan dan perbedaan antara strategi kesantunan oleh penutur bahasa Jepang dan strategi kesantunan oleh penutur bahasa Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana penggunaan strategi kesantunan oleh penutur bahasa Jepang di media sosial?
- 2) Bagaimana penggunaan strategi kesantunan oleh penutur bahasa Indonesia di media sosial?
- 3) Apa saja persamaan dan perbedaan strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia?

## **1.3 Batasan Masalah**

- 1) Platform media sosial yang dijadikan sebagai sumber data penelitian adalah media sosial *Twitter* dan *Instagram*.
- 2) Strategi kesantunan berbahasa yang dianalisis berfokus pada komentar-komentar yang merupakan tuturan lengkap yang ditujukan pada unggahan dari beberapa akun media sosial kalangan selebritas dan politisi asal Indonesia dan Jepang.

Hani Sarila, 2023

*ANALISIS KONTRASTIF STRATEGI KESANTUNAN PENUTUR BAHASA JEPANG DAN BAHASA INDONESIA DI MEDIA SOSIAL*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mendeskripsikan strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang di media sosial
- 2) Untuk mendeskripsikan strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Indonesia di media sosial
- 3) Untuk mendeskripsikan persamaan dan perbedaan strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia di media sosial

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, penulis berharap dapat diperoleh manfaat sebagai berikut.

##### 1.5.1 Manfaat Teoretis

Dapat memberikan jawaban dari masalah penelitian terkait strategi kesantunan yang digunakan di media sosial, hingga menambah pemahaman tentang persamaan dan perbedaan antara penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Selain itu, diharapkan dapat membantu pembelajar bahasa Jepang dalam mempelajari strategi kesantunan berbahasa Jepang di media sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa yang akan datang.

##### 1.5.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis, diharapkan dapat menambah wawasan serta meningkatkan pemahaman mengenai strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang maupun bahasa Indonesia.
- 2) Bagi pengguna media sosial, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran terkait pentingnya kesantunan hingga penggunaan strategi kesantunan saat berkomunikasi di media sosial.
- 3) Bagi pembelajar Bahasa Jepang, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi pembelajaran mengenai strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang, serta menambah kesadaran terkait kesantunan di media sosial terutama saat menggunakan bahasa Jepang, atau berinteraksi dengan orang Jepang.

Hani Sarila, 2023

*ANALISIS KONTRASTIF STRATEGI KESANTUNAN PENUTUR BAHASA JEPANG DAN BAHASA INDONESIA DI MEDIA SOSIAL*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian (tesis) ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

**Bab I Pendahuluan.** Berisi latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**Bab II Kajian Pustaka.** Dalam bab ini, penulis menguraikan hasil kajian dari berbagai pustaka, teori-teori, serta sejumlah literatur yang menjadi landasan dalam kegiatan penelitian.

**Bab III Metode Penelitian.** Bab ini berisikan uraian tentang metode penelitian, sumber data, instrumen penelitian, langkah-langkah pelaksanaan penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan pada penelitian.

**Bab IV Temuan dan Pembahasan.** Pada bab ini, penulis mendeskripsikan hasil penelitian yang memuat analisis data yang diperoleh, dan pembahasan dari masalah penelitian, yakni mengenai strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia di media sosial, serta persamaan dan perbedaan antara keduanya.

**Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi.** Berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi penulis berdasarkan penelitian yang dilakukan.