

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

Pada bab 5 ini, akan disajikan simpulan dari penelitian mengenai analisis kontrastif strategi kesantunan penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia di media sosial, serta implikasi dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Simpulan penelitian ini menunjukkan adanya persamaan dan perbedaan dalam penggunaan strategi kesantunan antara kedua kelompok bahasa di media sosial. Secara keseluruhan, kedua kelompok bahasa cenderung menggunakan strategi kesantunan yang menunjukkan keakraban di media sosial. Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pembaca terhadap norma kesantunan yang berlaku dalam penggunaan bahasa di media sosial. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembelajar bahasa Jepang dalam menggunakan strategi kesantunan yang tepat untuk menghindari konflik di media sosial.

Selain itu, bab ini juga menyajikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, seperti penggunaan sampel data yang lebih luas, konteks tuturan yang lebih beragam, latar belakang sosial budaya yang berbeda, hingga pengaruh media sosial yang lebih mendalam. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat lebih mendalami dan melengkapi pemahaman tentang analisis kontrastif strategi kesantunan penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia di media sosial.

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini telah mendeskripsikan penggunaan strategi kesantunan oleh masing-masing penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia, disertai dengan persamaan dan perbedaan di antara keduanya. Berdasarkan data berupa komentar dari kedua kelompok penutur pada unggahan di media sosial *Twitter* dan *Instagram*, diperoleh hasil analisis yang dapat disimpulkan dalam tiga poin utama sebagai berikut.

- 1) Penutur bahasa Jepang cenderung menggunakan kalimat yang menunjukkan minat, perhatian, dan simpati terhadap lawan tutur dalam komunikasi di media sosial, dibuktikan dengan tingginya persentase strategi *positive*

*politeness* melebihi strategi yang lain. Meskipun dikenal memiliki budaya komunikasi tidak langsung, penutur bahasa Jepang lebih banyak menggunakan strategi *bald on-record* yang mencerminkan penggunaan kalimat langsung dan lugas, daripada strategi *off-record* yang berarti menyampaikan maksud secara tidak langsung atau tersirat. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh dari karakteristik media sosial yang dapat memperkecil jarak antara penutur dengan lawan tutur. Oleh karena itu, budaya komunikasi Jepang yang erat kaitannya dengan penggunaan ragam bahasa hormat (*keigo*) tidak tercermin pada persentase strategi *negative politeness* dalam komunikasi di media sosial yang cenderung rendah.

- 2) Penutur bahasa Indonesia cenderung menerapkan strategi *positive politeness*, dengan menunjukkan keakraban dan memperkecil jarak dengan lawan tutur saat berkomentar di media sosial. Meskipun tidak memiliki hubungan yang dekat di dunia nyata, penutur merasa leluasa untuk berkomunikasi dengan lawan tutur di media sosial yang hampir tidak memiliki batasan jarak dan waktu. Oleh karena itu, dalam konteks penggunaan bahasa, banyak ditemukan penutur bahasa Indonesia yang menerapkan strategi kesantunan lain seperti *bald on-record* dan *off-record*. Sementara itu, penggunaan strategi kesantunan yang menjaga jarak dan menunjukkan hormat kepada lawan tutur seperti *negative politeness* sangat sedikit ditemukan pada penutur bahasa Indonesia.
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua kelompok penutur bahasa cenderung menggunakan strategi *positive politeness* dan tidak terlalu berbeda dalam penggunaan strategi *bald on-record*. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan ruang publik di mana para penggunanya cenderung ingin menjaga hubungan yang dekat dengan lawan bicara, sehingga mengutamakan penggunaan bahasa yang menunjukkan keakraban melalui *positive politeness*, atau bahasa langsung seperti yang dicerminkan oleh strategi *bald on-record*. Sementara itu, dibandingkan dengan bahasa Indonesia, penutur bahasa Jepang cenderung lebih banyak menggunakan strategi *negative politeness*, namun lebih sedikit menerapkan strategi *off-record*. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa karakteristik media

sosial sangat mempengaruhi penggunaan bahasa, terutama dalam pemilihan strategi kesantunan.

## 5.2 Implikasi

Temuan-temuan yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai penggunaan strategi kesantunan yang digunakan oleh penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia dalam konteks komunikasi di media sosial. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi khususnya bagi pembelajar bahasa Jepang tentang bagaimana strategi kesantunan diterapkan oleh penutur bahasa Jepang dalam komunikasi di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran pengguna media sosial dalam menerapkan strategi kesantunan yang tepat dan efektif guna menjaga hubungan yang positif dan menghindari terjadinya konflik yang mungkin diakibatkan oleh tindakan mengancam wajah (*Face Threatening Act/FTA*). Dengan begitu, diharapkan baik penutur bahasa Indonesia maupun pembelajar bahasa Jepang lebih memperhatikan pemilihan strategi kesantunan, sehingga dihasilkan bahasa atau tuturan yang santun di media sosial.

## 5.3 Rekomendasi

Setelah menempuh rangkaian proses penelitian mengenai analisis kontrastif strategi kesantunan penutur bahasa Jepang dan bahasa Indonesia di media sosial, penulis menyadari bahwa masih terdapat ketidaksempurnaan di dalamnya. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu dikembangkan dan diteliti lebih lanjut pada penelitian serupa di masa yang akan datang, diantaranya:

- 1) Sampel data yang lebih luas. Penelitian ini hanya mengambil sampel data dari komentar terhadap unggahan beberapa akun media sosial publik figur kalangan selebritas dan tokoh politik tertentu, sehingga tidak mewakili seluruh populasi pengguna media sosial penutur bahasa Jepang dan Indonesia. Untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif, penelitian selanjutnya dapat mengambil sampel data dari tuturan-tuturan pada golongan akun media sosial lainnya seperti akun media informasi, akun bisnis atau merek dagang, akun komunitas, hingga akun *influencer*.

- 2) Konteks tuturan yang lebih beragam. Penelitian ini hanya berfokus pada konteks tuturan berupa komentar publik terhadap suatu unggahan di media sosial *Twitter* dan *Instagram*. Penelitian selanjutnya dapat menambah variasi konteks tuturan seperti percakapan pada pesan pribadi atau forum diskusi, dari platform media sosial lainnya seperti *Facebook*, *YouTube*, atau *Telegram*.
- 3) Latar belakang sosial budaya yang berbeda. Penelitian ini hanya terbatas pada perbandingan strategi kesantunan bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi penggunaan strategi kesantunan di media sosial, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, atau penutur bahasa lainnya yang memiliki budaya komunikasi berbeda.
- 4) Pengaruh media sosial yang lebih mendalam. Penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh karakteristik media sosial secara umum terhadap gaya berkomunikasi. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, penelitian selanjutnya dapat menganalisis tentang bagaimana fitur-fitur media sosial lainnya seperti batasan jumlah karakter hingga anonimitas berpengaruh terhadap pemilihan strategi kesantunan.
- 5) Aspek tuturan yang lebih konkret. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa penutur bahasa Jepang lebih banyak menggunakan emotikon secara signifikan dibandingkan dengan penutur bahasa Indonesia. Emotikon, atau yang biasa disebut dengan “emoji”, merujuk pada gambar-gambar kecil yang digunakan untuk mengekspresikan emosi atau perasaan dalam teks atau pesan digital. Penggunaannya dalam tuturan di media sosial mungkin menggambarkan aspek kesantunan tertentu yang menarik untuk diteliti pada penelitian selanjutnya.