

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era serba teknologi seperti saat ini membuat masyarakat dapat menjangkau apapun dengan mudah. Dengan adanya alat elektronik yang semakin canggih, juga jangkauan media sosial yang semakin luas membuat masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi, komunikasi, juga hiburan. Berbicara tentang informasi, kini masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi melalui media sosial. Media sosial yang kini sedang banyak digunakan masyarakat untuk berbagi informasi maupun hiburan di antaranya ialah *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan lainnya.

Bukan hanya informasi yang dapat dengan mudah diakses di media sosial, namun keluhan maupun masukan masyarakat sebagai pelanggan juga dapat dilakukan melalui media sosial. Berbagai keluhan, masukan, dan tanggapan tersebut lebih dikenal dengan sebutan layanan masyarakat. Perusahaan penyedia jasa biasanya memiliki kontak untuk pengaduan pelanggan yang kurang puas dengan jasa yang diberikan. Mereka yang berada di balik kontak pengaduan ini biasanya disebut dengan *customer service*. *Customer service* merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada kliennya dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Biasanya, *customer service* dapat diakses melalui telepon. Namun kini layanan masyarakat ini dapat diakses secara tertulis melalui media sosial dengan sebutan *customer care*. Pelayanan *customer care* ini dapat diakses melalui berbagai media sosial, salah satunya ialah media sosial *Twitter*.

Twitter merupakan layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan menerima pesan berbasis teks hingga 280 karakter, penggunaannya juga dapat mengunggah teks hingga 280 karakter yang dapat dilihat oleh publik. *Twitter* kini menjadi salah satu situs yang paling sering

dikunjungi di internet. Dengan banyaknya pengguna *Twitter* ini maka beberapa perusahaan penyedia jasa juga kini menghadirkan akun *customer care* yang dapat diakses di media sosial *Twitter*. Pelanggan atau klien yang menggunakan jasa dari perusahaan-perusahaan tersebut dapat mengirim pesan pengaduan masalah terkait jasa yang ditawarkan di media sosial *Twitter*. Akun perusahaan jasa ini juga dapat dengan mudah memberikan informasi maupun jalan keluar untuk keluhan-keluhan pelanggan yang masuk, tetapi masih ada beberapa akun *customer care* di *Twitter* yang dirasa tidak memberikan tanggapan atau jalan keluar yang sesuai dengan harapan pelanggan, bahkan ada tanggapan yang diberikan oleh *customer care* dan dianggap tidak memiliki prinsip kesantunan dalam berbahasa.

Data yang diambil dalam penelitian ini merupakan unggahan atau *postingan* keluhan dan masukan dari 29 akun pelanggan di media sosial *Twitter* serta unggahan atau *postingan* tanggapan dari 12 akun *customer care* di media sosial *Twitter*. Akun *customer care* yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan banyaknya perbincangan warga net di media sosial *Twitter* yang membicarakan tentang akun tersebut. akun-akun tersebut merupakan akun *Provider*, akun layanan transformasi *online*, akun makanan siap saji, akun *travel*, serta akun penyedia jasa internet. Data diambil pada rentang waktu 2019-2020. Pada tahun 2019, data diambil pada bulan Agustus sampai Desember. Pada tahun 2020, data diambil pada bulan Februari, Juni, Juli, dan Agustus. Data diambil sesuai dengan pengerjaan skripsi ini.

Seperti yang kita ketahui secara umum, sebuah tuturan tidak hanya dapat berlangsung secara tatap muka, sebuah tuturan juga dapat berlangsung melalui media tulisan, selama ada penutur dan mitra tutur. Di dalam sebuah tuturan itu harus didasari dengan prinsip kesantunan berbahasa. Seorang penutur bahasa tidak dapat berlaku seenaknya saat ia berkomunikasi dengan mitra tutur. Dalam penggunaan bahasa, seorang penutur harus mematuhi norma atau aturan di dalam masyarakat agar terciptanya kesantunan berbahasa.

Setelah ditelusuri lebih lanjut, ternyata pelanggan atau klien dari perusahaan jasa juga masih banyak yang mengirim pesan yang ditujukan kepada akun *customer care* yang juga melanggar prinsip kesantunan berbahasa, tetapi bukan berarti tidak ada pelanggan yang memberi masukan yang baik pada penyedia jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan menganalisis kesantunan berbahasa pada unggahan teks atau *postingan* layanan kepada akun *customer care* di media sosial *Twitter*. Kesantunan berbahasa yang akan dianalisis bukan hanya *postingan* dari pelanggan saja, tetapi juga *postingan* tanggapan dari keluhan maupun masukan yang diterima oleh akun *customer care*. Peneliti menggunakan pendekatan pragmatik yaitu kesantunan berbahasa. Menurut Leech (1993: 126), prinsip kesantunan berbahasa tidak boleh dianggap remeh, karena kesantunan berbahasa dapat menjadi pengendali atau pengontrol tuturan untuk mengurangi akibat yang kurang menyenangkan yang dapat menimbulkan konflik karena kesalahpahaman antara penutur dan mitra tutur. Leech (1993: 206-207) juga menjelaskan bahwa teori kesantunan berbahasa ini dijabarkan menjadi enam maksim atau ajaran. Keenam maksim itu ialah maksim (1) kearifan (*tact maxim*); (2) kedermawanan (*generosity maxim*); (3) pujian (*approbation maxim*); (4) kerendahan hati (*modesty maxim*); (5) kesepakatan (*agreement maxim*); simpati (*sympathy maxim*). Maka, penelitian ini dapat bermanfaat untuk memahami konsep kesantunan bahasa dari tuturan layanan termasuk keluhan dan tanggapannya yang ada di media sosial *Twitter*.

Salah satu contoh tuturan yang melanggar prinsip kesantunan berbahasa yang terdapat dalam *postingan* layanan pada akun *customer care* di media sosial *Twitter* adalah sebagai berikut:

Konteks : Pelanggan provider Smartfren yang mengeluh dan meminta penurunan harga produk.

Tuturan : **@smartfrenworld turunin harga kuota unlimited buat pelajar dong. (@dhaffaabdillah)**

(Data No. 51)

Tuturan di atas merupakan salah satu data yang diambil dari media sosial *Twitter* dan diunggah pada tanggal 02 Agustus 2020. Tuturan di atas termasuk ke dalam pelanggaran maksim kearifan. Hal tersebut dapat dilihat dalam tuturan “*turunin harga kuota unlimited buat pelajar dong*”, yang memaksimalkan kerugian bagi orang lain atau lawan tuturnya yaitu pihak provider Smartfren, dan meminimalkan kerugian bagi diri sendiri. Untuk skala kesantunan berbahasa, tuturan di atas masuk ke dalam skala ketidaklangsungan karena tuturan tersebut merujuk pada langsungnya maksud dari tuturan tersebut. Semakin tidak langsung, maka semakin santun tuturan tersebut. Tuturan di atas masuk ke dalam tuturan yang tidak santun karena maksud yang ditunjukkan penutur memiliki maksud yang sesungguhnya.

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki subjek kajian kesantunan berbahasa. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Khoridatul Maula (2010) dengan judul *Kesantunan Berbahasa Dalam Wacana Sms (Short Message Service) Pembaca Pada Kolom Suara Warga di Harian Kompas*, penelitian ini mengungkapkan tuturan yang mematuhi kesantunan berbahasa serta tuturan yang melanggar kesantunan bahasa dalam wacana SMS (*Short Message Service*) pembaca pada kolom suara warga di *Harian Kompas*.

Penelitian lainnya yang mengangkat isu kesantunan berbahasa juga disusun oleh Yohanes Demi Setiawan (2019) dengan judul *Kesantunan Berbahasa dalam Dialog Interaktif Kick Andy Metro TV Periode Januari-Desember 2019*. Penelitian tersebut mengkaji wujud kesantunan berbahasa Andy F. Nova selaku pemandu dalam dialog interaktif *Kick Andy Metro TV* dan mendeskripsikan makna pragmatik dari tuturan Andy F. Nova.

Penelitian dengan subjek kesantunan berbahasa sudah banyak diteliti, namun tentu dengan objek yang berbeda-beda. Seperti dari kedua penelitian sebelumnya, objek yang dianalisis memang berbeda, dengan tujuan penelitian yang berbeda pula. Namun, subjek penelitian memiliki kesamaa, yaitu mengkaji perihal

kesantunan berbahasa. Sama halnya dengan penelitian ini yang memiliki subjek kajian kesantunan berbahasa.

Terdapat perbedaan dari kedua penelitian terdahulu yang sudah disebutkan di atas dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Dari kedua penelitian sebelumnya yang salah satunya mengkaji tentang tuturan yang mematuhi dan melanggar kesantunan berbahasa, dan penelitian lainnya yang mengkaji tentang wujud kesantunan berbahasa serta pendeskripsian makna pragmatik dari tuturan objek, maka penelitian yang akan dilakukan oleh penulis ini akan mengkaji perihal pengelompokan prinsip kesantunan berbahasa sesuai maksim yang sudah dituliskan di atas dari tuturan dalam *postingan* layanan berupa keluhan maupun masukan dari pelanggan yang ditujukan kepada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter* serta tanggapan yang diberikan oleh akun *customer care* tersebut, lalu penelitian ini juga akan menganalisis tentang penataan kesantunan berbahasa dan skala kesantunan berbahasa yang digunakan dalam tuturan yang menjadi objek penelitian.

1.2 Masalah

Dalam bagian ini akan dijelaskan masalah utama yang menjadi fokus penelitian. Penjelasan tersebut meliputi (1) identifikasi masalah, (2) pembatasan masalah, dan (3) perumusan masalah.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari penelitian ini diuraikan seperti di bawah ini.

- 1) Adanya prinsip kesantunan berbahasa pada *postingan* layanan masyarakat kepada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter*.
- 2) Masih ada akun *customer care* yang memberi tanggapan yang kurang memuaskan kepada pelanggan serta terdapat prinsip kesantunan berbahasa di dalamnya.

- 3) Adanya skala kesantunan berbahasa pada *postingan* layanan masyarakat dalam tuturan keluhan pelanggan serta tanggapan dari akun *customer care* dalam media sosial *Twitter*.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, penelitian ini akan dibatasi pada hal-hal berikut ini.

- 1) Penelitian ini akan ditekankan pada tuturan dalam *postingan* layanan berupa keluhan pelanggan yang ditujukan kepada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter* serta tanggapan yang diberikan oleh akun *customer care* tersebut.
- 2) Sumber data akan diambil dari tuturan keluhan maupun masukan pelanggan dan tanggapan masukan pada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter*. Terdapat 12 akun *customer care* dan 29 akun pelanggan yang dijadikan data.
- 3) Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kajian pragmatik dengan mengidentifikasi prinsip kesantunan berbahasa pada objek penelitian.

1.2.3 Perumusan Masalah

Penelitian ini akan difokuskan pada tuturan dalam *postingan* keluhan pelanggan yang ditujukan kepada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter* untuk mencari beberapa masalah yang ada. Masalah tersebut dapat dijabarkan ke dalam rumusan masalah sebagai berikut.

- 1) Prinsip kesantunan berbahasa apa yang terjadi pada tindak tutur dalam *postingan* layanan yang ditujukan pada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter*?
- 2) Bagaimana prinsip dan skala kesantunan berbahasa diterapkan pada tindak tutur dalam *postingan* layanan yang ditujukan pada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter*?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang sudah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut:

- 1) Mengetahui dan mendeskripsikan penggunaan prinsip kesantunan berbahasa dalam *postingan* keluhan pelanggan yang ditujukan kepada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter*;
- 2) Mengklasifikasi penerapan prinsip dan skala kesantunan berbahasa dalam *postingan* keluhan pelanggan dan tanggapannya yang ditujukan kepada akun *customer care* dalam media sosial *Twitter*.

1.4 Manfaat Penelitian

Jika tujuan penelitian ini tercapai, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Manfaat Teoretis

Manfaat secara teoretis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan analisis bagi perkembangan disiplin ilmu pragmatik khususnya dalam teori tentang kesantunan berbahasa dengan keenam maksim yang dipopulerkan oleh Leech.

- 2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini sebagai himbauan kepada masyarakat, baik sebagai pelanggan maupun sebagai *customer care* untuk berkomentar atau menjawab tuturan dengan baik sehingga tidak menimbulkan akibat yang kurang menyenangkan yang dapat menimbulkan konflik karena kesalahpahaman antara penutur dan mitra tutur.