

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbagai jenis informasi semakin mudah tersampaikan seiring dengan perkembangan teknologi dan media massa. Media sosial sebagai salah satu anak media massa merupakan alat yang dapat mempermudah jalannya komunikasi. Dengan mengandalkan peranti yang terhubung pada sambungan internet dan kecakapan berselancar di dunia maya, tidak mengherankan jika hampir setiap orang dapat menerima informasi yang beranekaragam. Hal ini merupakan keunggulan media sosial yang jika dilihat dari fungsinya tidak hanya berguna sebagai alat komunikasi dua arah saja. Namun dapat dikatakan pula bahwa media sosial berkontribusi besar dalam arus penyampaian informasi secara masif kepada masyarakat. Dilansir dari kominfo.go.id pada 15 Juni 2012, Enda Nasution selaku direktur manager salingsilang.com, menyampaikan bahwa fakta semakin populernya media sosial tidak lepas dari konteks budaya egaliter tanah air yang memungkinkan setiap orang untuk dapat menjalin keintiman antara satu dengan yang lain. Setiap pengguna media sosial diberikan kebebasan untuk saling berinteraksi dan berpendapat di linimasa. Kenyataan tersebut semakin diperkuat dengan adanya hak kebebasan berpendapat bagi setiap warga negara, baik di muka umum maupun di media sosial. Meskipun demikian, pengawasan penggunaan platform media digital perlu dijaga. “Dalam keadaan normal, bagaimana menjaga keamanan masyarakat, Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) juga

harus hadir untuk melawan penggunaan media digital yang tidak sehat, harus pastikan itu berjalan sehat,” ucap Johnny G. Plate selaku menteri (kominfo.com). Selain berupaya untuk menjaga salah satu hak warga negara terkait, Kominfo juga akan memastikan keamanan masyarakat dalam ruang siber dengan cara mencegah indikasi kekacauan, seperti adanya ujaran kebencian, radikalisme, terorisme, persebaran obat-obatan terlarang, pornografi, perjudian, serta transaksi seksual.

Salah satu produk media sosial yang tengah digemari di era digital bagi warganet Indonesia yakni *twitter*. Secara sederhana, *twitter* memberikan keleluasaan bagi para penggunanya untuk mengekspresikan perasaan atau pendapat dan berinteraksi dalam bentuk cuitan (*tweet*). Kepopuleran *twitter* tampaknya terus berkembang dari waktu ke waktu. Dilansir dari laman kominfo.go.id pada 7 November 2013 berdasarkan data dari PT Bakrie Telecom, Indonesia memiliki total 19,5 juta pengguna *twitter*. Angka tersebut membuat Indonesia menjadi negara terbesar kelima di dunia sebagai pengguna *twitter* teraktif setelah Amerika Serikat, Brazil, Jepang, dan Inggris. Fakta baru mencatat bahwa pengguna aktif harian platform *twitter* meningkat sebanyak 17 persen, yaitu sebanyak 145 juta pengguna pada kuartal ke-3 tahun 2019. Hal ini tentunya memengaruhi pertumbuhan jumlah pengguna aktif harian *twitter* di Indonesia, seperti yang disampaikan oleh Dwi Adriansah selaku *Country Industry Head Twitter Indonesia* pada 30 Oktober 2019 (tekno.kompas.com).

Pertumbuhan pengguna aktif platform *twitter* di Indonesia menjadikan *twitter* didapuk sebagai salah satu media sosial yang populer bagi warganet Indonesia. Sebagian besar masyarakat menggunakan *twitter* sebagai media untuk mencari

informasi maupun berinteraksi secara maya dengan orang lain. Kenyataan tersebut semakin didukung dengan adanya hak kebebasan berpendapat yang dimiliki oleh tiap-tiap warganet Indonesia. Salah satu fitur yang dimiliki oleh *twitter* dan berperan besar dalam menaikkan popularitasnya yaitu tren populer atau *trending topic*. Fitur ini memiliki daya yang sangat kuat untuk menggiring warganet terpaku dalam suatu topik pembicaraan yang ramai di *twitter*. Hal utama yang perlu dicermati agar topik pembicaraan dapat masuk ke dalam daftar tren populer yaitu pertumbuhan jumlah cuitan atau tagar (*hashtag*) dengan topik yang sama dalam jangka waktu tertentu. Seperti yang dikemukakan oleh Ismail Fahmi, seorang pakar keamanan siber pada 6 Mei 2018, indikator tren populer dalam *twitter* didasarkan atas kecepatan kenaikan jumlah tagar dalam periode yang singkat (cnnindonesia.com).

Pada 5 Oktober 2020, terjadi peristiwa penting dalam ranah pemerintahan Indonesia yang membuat respons penolakan masif datang dari sebagian besar masyarakat Indonesia. Peristiwa tersebut adalah pengesahan Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja menjadi Undang-Undang Cipta Kerja pada pukul 17.52 WIB. Undang-Undang Cipta Kerja merupakan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 yang bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan investasi asing dalam negeri, serta mengurangi persyaratan peraturan izin usaha dan pembebasan tanah. Undang-Undang Cipta Kerja memiliki beberapa sebutan lain, di antaranya: UU Ciptaker dan UU Cilaka (akronim dari Cipta Lapangan Kerja), *Omnibus Law*, serta Undang-Undang Sapu Jagat. Peristiwa pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja menuai banyak reaksi penolakan dari berbagai lapisan

masyarakat karena pelaksanaannya yang dianggap terburu-buru. Beberapa anggota dewan juga bertanya-tanya perihal agenda pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja yang mendadak. Hal ini memunculkan pertentangan antara pihak-pihak yang tergabung dalam agenda tersebut karena dirasa mendadak dan minim akan partisipasi publik. Di samping itu, sejumlah pasal yang dimuat dalam Undang-Undang Cipta Kerja juga banyak disorot oleh berbagai elemen masyarakat seperti buruh, aktivis lingkungan, golongan akademisi, hingga pakar. Beberapa pasal yang memunculkan kontroversi dalam Undang-Undang Cipta Kerja antara lain: (1) perubahan dan penghapusan upah minimum kota/kabupaten, (2) peningkatan jam kerja lembur dan penghapusan batas waktu kerja bagi pekerja kontrak, (3) penghapusan cuti khusus dan izin tidak masuk kerja bagi pekerja perempuan pada saat hari pertama haid, (4) penghapusan kesempatan pekerja untuk mengajukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) karena alasan tertentu, (5) kewajiban mempekerjakan Tenaga Kerja Asing (TKA) bagi setiap pengusaha, (6) perubahan fungsi Analisis Dampak Lingkungan (Amdal) yang menghapus keterlibatan masyarakat, dan (7) kewenangan Pemerintah Daerah (Pemda) yang diambilalih di bawah kewenangan presiden.

Polemik pasal-pasal dalam Undang-Undang Cipta Kerja pasca-disahkan membuat sebagian besar masyarakat Indonesia berbondong-bondong untuk mengecam. Hampir seluruh platform media sosial didominasi oleh topik pembicaraan Undang-Undang Cipta Kerja. Barisan tagar dan slogan berupa penolakan Undang-Undang Cipta Kerja terus didengungkan oleh warganet Indonesia. *Twitter* menjadi salah satu media sosial yang ramai digunakan oleh

warganet untuk menyuarakan pendapat terkait peristiwa pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja. Berdasarkan hasil analisis dari Drone Emprit selaku analis media sosial, topik pembicaraan mengenai Undang-Undang Cipta Kerja terus bermunculan dari waktu pengesahan hingga keesokan harinya pada 6 Oktober 2020. Kata kunci, slogan, dan tagar yang menentang pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja berbaris rapi dalam daftar tren populer *twitter* di Indonesia. Para warganet saling bertukar retwit (*retweet*) dan suka (*likes*) pada cuitan-cuitan yang menggaungkan topik penolakan Undang-Undang Cipta Kerja. Fenomena tersebut juga membuat banyak warganet Indonesia yang menyebut akun-akun *twitter* resmi pemerintah. Tidak sedikit warganet yang membuat cuitan berisi keluhan, kekesalan, bahkan kemarahan yang secara langsung menyebut akun-akun pemerintah, khususnya akun *twitter* Presiden Jokowi yaitu @jokowi. Sebagian besar cuitan yang dibuat oleh warganet dan ditujukan kepada akun *twitter* @jokowi pada kurun waktu tersebut, berisi permintaan untuk mencabut pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja. Sebagai pemimpin nomor satu di Indonesia, akun *twitter* @jokowi menjadi sering disebut dalam cuitan warganet. Warganet yang ramai menyebut akun *twitter* @jokowi dalam cuitannya datang dari beragam latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi.

Cuitan berisi keluhan yang ditujukan kepada akun *twitter* Presiden Jokowi bukan hanya sebuah rangkaian perkataan saja. Lebih dari itu, cuitan tersebut berisi tuturan yang di dalamnya mengandung daya akan sebuah tindakan tertentu dari penutur. Dalam hal ini, warganet yang membuat cuitan keluhan kepada akun *twitter* Presiden Jokowi terkait permasalahan Undang-Undang Cipta Kerja disebut sebagai

penutur. Tindak tutur keluhan yang dihasilkan oleh warganet sebagai penutur memiliki beragam bentuk strategi penyampaian.

Tindak tutur yang menyatakan keluhan atau dapat pula disebut sebagai tindak tutur komplain (*the speech act of complaining*) diungkapkan ketika penutur bereaksi tidak senang atau jengkel terhadap kejadian atau peristiwa yang terjadi di masa lalu, yang kemudian menimbulkan konsekuensi terhadap penutur (Moon, 2001). Ketika tindak tutur komplain ini diungkapkan, secara langsung dapat mengancam muka positif mitra tutur yang sebenarnya merasa ingin dihargai. Bahkan jika penutur menyampaikan tindak tutur komplain yang diiringi dengan permintaan kompensasi, hal tersebut juga dapat menyebabkan terancamnya muka negatif mitra tutur. Jadi dapat diartikan bahwa tindak tutur komplain merupakan bentuk ketidaksetujuan atau penolakan yang diungkapkan oleh penutur terhadap peristiwa yang timbul akibat perlakuan mitra tutur. Tindak tutur komplain ini berbeda dengan tindak tutur mengkritik. Secara sederhana, perbedaan ini dapat dilihat melalui penggunaan bahasa yang diungkapkan oleh penutur. Tindak tutur mengkritik cenderung menggunakan bahasa kritikan yang langsung, apa adanya, dan terkesan kasar. Di sisi lain, tindak tutur komplain dapat terlihat dalam penggunaan bahasa yang halus atau kasar sekali pun. Perbedaan-perbedaan tersebut dapat dikelompokkan dalam bentuk-bentuk komplain yang lebih spesifik lagi melalui analisis terhadap jenis strategi komplain yang dipakai dalam tuturan terkait. Batas-batas perbedaan jenis strategi komplain dalam cuitan tersebut dapat semakin terlihat jelas melalui analisis terhadap prinsip dan karakteristik kebahasaan berbasis gender.

Salah satu bentuk konstruksi gender yang dipahami oleh masyarakat hingga saat ini menyatakan bahwa bahasa yang digunakan oleh laki-laki dan perempuan itu berbeda. Hal ini dingkapkan oleh Kuntjara (2004: 1) yang menyatakan “perbedaan bahasa mereka bukan saja terletak pada perbedaan suara laki-laki dan perempuan, dan juga bukan hanya pada pemakaian atau pemilihan kata (leksikal) dan kalimat (gramatikal), melainkan juga pada cara penyampaiannya (pragmatis).” Konstruksi gender yang dibangun oleh masyarakat meyakini bahwa bahasa yang digunakan laki-laki ketika sedang bertutur cenderung bersifat agresif, sedangkan bahasa yang digunakan oleh perempuan cenderung menunjukkan sifat yang lembut dan akrab. Hal yang menjadi permasalahan adalah benarkah bahwa perbedaan bahasa antara dua gender ini merupakan bawaan biologis yang rasional? Kuntjara (2004: 108) berpendapat “kenyataan lebih menunjukkan bahwa faktor sosial dan budaya memegang peran penting dalam cara perempuan dan laki-laki berbicara.” Dengan demikian, faktor yang melatarbelakangi dua gender dalam berbahasa tersebut mengakibatkan semakin tidak mudahnya menganalisis dan memahami suatu pemakaian bahasa apabila hanya dilihat dari struktur ketatabahasaannya saja. Terlebih lagi apabila penggunaan bahasa yang hendak dipahami ini diperoleh melalui bentuk komunikasi tulisan yang terdapat dalam sosial media. Salah satu bentuk sosial media yakni *twitter*, memberikan keleluasaan bagi setiap penggunanya untuk menyampaikan perasaannya melalui tulisan-tulisan yang bisa dilihat dalam linimasa. Keleluasaan tersebut juga didukung oleh pernyataan Kominfo yang mengungkapkan bahwa masyarakat diberi kebebasan untuk berkomentar di dunia maya sebagai media berdiskusi dan menyampaikan pendapat.

Dari uraian yang telah dijelaskan, penelitian mengenai strategi tindak tutur komplain berbasis gender yang dilakukan ini tentu merupakan penelitian yang baru dan belum pernah dilakukan sebelumnya. Bentuk-bentuk strategi tindak tutur komplain yang ditemukan memiliki sifat atau nilai rasa tersendiri apabila dikaitkan dengan salah satu latar belakang sosial penuturnya, yakni gender. Selanjutnya, sosial media *twitter* yang berfokus pada akun @jokowi dipilih sebagai latar penelitian karena memiliki banyak data berupa cuitan-sebutan (*tweet-mention*) dan tidak membatasi pihak-pihak mana saja yang berhak menyampaikan cuitan kepada akun tersebut. Hal ini kemudian dimanfaatkan dengan mudah oleh warganet Indonesia sebagai pengguna *twitter* untuk menyampaikan bermacam-macam cuitan keluhan atas fenomena pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja. Deretan tagar berupa aksi penolakan Undang-Undang Cipta Kerja yang bertengger dalam daftar tren populer di Indonesia, menjadi bukti banyaknya keluhan yang dihasilkan oleh warganet. Dengan kata lain, peristiwa pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja memberikan kesempatan untuk menemukan cuitan-cuitan bernada keluhan yang dibuat oleh warganet Indonesia terhadap akun *twitter* @jokowi. Selama kurun waktu dua hari, yakni pada 5 sampai 6 Oktober 2020, warganet yang datang dari berbagai latar belakang sosial, budaya, ekonomi, usia, maupun gender, terus menghasilkan cuitan keluhan yang ditujukan kepada akun *twitter* Presiden Jokowi. Cuitan keluhan yang diunggah oleh masing-masing penutur memiliki beragam pola dan isi jika ditinjau dari jenis strategi keluhan serta karakteristik kebahasaan yang dikandung di dalamnya. Cuitan-cuitan itulah yang kemudian akan digolongkan dan

dikaji lebih dalam menggunakan jenis strategi tutur komplain yang dikaitkan dengan aspek karakteristik kebahasaan berbasis gender.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah digambarkan, maka dapat ditentukan bahwa permasalahan yang ingin dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Bagaimanakah bentuk-bentuk strategi tindak tutur komplain antara warganet laki-laki dan perempuan terhadap akun *twitter* @jokowi?
2. Bagaimanakah perbedaan strategi tindak tutur komplain antara warganet laki-laki dan perempuan terhadap akun *twitter* @jokowi?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk strategi tindak tutur komplain antara warganet laki-laki dan perempuan terhadap akun *twitter* @jokowi.
2. Untuk menjabarkan perbedaan strategi tindak tutur komplain antara warganet laki-laki dan perempuan terhadap akun *twitter* @jokowi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini digolongkan menjadi dua jenis, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis

Dalam bidang keilmuan khususnya kebahasaan, penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian terhadap pengembangan ilmu linguistik yang berkaitan dengan studi gender.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat mengenai bentuk-bentuk kebahasaan antara laki-laki dan perempuan dalam peristiwa komplain pada sosial media. Dengan adanya wawasan baru ini, pihak-pihak tertentu pada bidang pemerintahan juga diharapkan dapat memberikan efek yang positif terhadap masyarakat terkait dengan objek utama penelitian.

1.5 Operasionalisasi Konsep

Sebuah penelitian yang dilakukan harus mengandung istilah-istilah khusus atau tidak bersifat umum. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pemahaman konsep yang sesuai dengan tema penelitian dan agar tidak terjadi kesalahpahaman penafsiran.

Sesuai dengan judul penelitian yakni “Strategi Tindak Tutur Komplain Berbasis Gender terhadap Akun *Twitter* @jokowi”, maka konsep-konsep yang dioperasionalkan yaitu sebagai berikut.

1. Strategi tindak tutur dalam penelitian ini adalah strategi yang mencakup berbagai cara warganet *twitter* untuk memperkuat tindak tutur dalam isi cuitan komplainnya terkait permasalahan pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja.
2. Tindak tutur komplain dalam penelitian ini adalah berbagai jenis tindakan komplain yang terdapat dalam isi cuitan warganet *twitter* untuk mengungkapkan ekspresi ketidaksetujuan, ketidaksenangan, dan perasaan negatif lain yang dialami terkait permasalahan pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja.
3. Strategi tindak tutur komplain dalam penelitian ini merupakan delapan bentuk strategi tindak tutur yang berpotensi mengancam muka dan bertujuan untuk memperkuat penyampaian isi cuitan komplain terkait permasalahan pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja, oleh warganet *twitter* terhadap akun *twitter* Presiden Jokowi, yaitu @jokowi.
4. Bahasa dan gender dalam penelitian ini merupakan prinsip dan enam karakteristik kebahasaan yang dimiliki oleh perempuan. Penggunaan bahasa dalam cuitan warganet *twitter* yang menggunakan strategi tindak tutur komplain dikaitkan dengan keenam aspek prinsip bahasa dan gender.
5. Akun *twitter* @jokowi merupakan akun media sosial *twitter* resmi yang dimiliki oleh Presiden Republik Indonesia, yaitu Ir. H. Joko Widodo.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas empat bab yang masing-masing babnya memiliki subbab-subbab bahasan tertentu.

Bab I merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, sistematika pembahasan, dan rencana jadwal penelitian.

Bab II merupakan kerangka teori yang terdiri atas dua subbab yakni landasan teori dan tinjauan pustaka berupa penelitian-penelitian terdahulu dengan tema atau konsep yang serupa.

Bab III merupakan metode penelitian yang berisi data dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan metode penyajian hasil analisis data

Bab IV merupakan pembahasan dan hasil analisis data. Bagian ini berisi pembahasan mengenai penggolongan cuitan komplain terhadap akun *twitter* @jokowi berdasarkan bentuk strategi tindak tutur komplain, serta hubungan terhadap latar belakang perbedaan gender antara laki-laki dengan perempuan.

Bab V merupakan penutup yang berisi simpulan dan saran.