

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan manusia, bahasa menjadi sarana yang esensial untuk berkomunikasi. Kridalaksana dalam Sutarman (2013, hlm. 2), bahasa (*langue*) dipahami sebagai suatu sistem lambang bunyi yang dimanfaatkan oleh anggota masyarakat untuk menjalin kerja sama, melakukan interaksi, serta menunjukkan identitas diri. Melalui bahasa, manusia tidak hanya menyampaikan informasi, namun juga mengekspresikan perasaan, pikiran, dan membentuk hubungan sosial. Menurut Aminuddin dalam Sutarman (2013, hlm. 2), bahasa adalah representasi dari realitas. Segala peristiwa yang terjadi di sekitar manusia ditangkap dan diolah dalam bentuk abstraksi bahasa, lalu disalurkan kepada orang lain melalui sarana bahasa. Dalam konteks kehidupan sehari-hari, bahasa tidak dapat lepas dari aktivitas komunikasi karena sudah menjadi sarana utama dalam pertukaran informasi antara satu individu dengan individu lainnya. Lebih dari sekedar alat untuk berkomunikasi, bahasa juga memiliki kekuatan untuk memengaruhi cara pandang dan persepsi publik. Bahasa dapat membingkai sebuah realitas, membentuk opini maupun memengaruhi tindakan seorang individu. Dalam konteks politik, bahasa seringkali dipergunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang bersifat peruasif dan manipulatif. Pelaku politik, media, sampai masyarakat umum memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh bahasa untuk membangun sebuah narasi, menguatkan legitimasi, ataupun menyuarakan penolakan terhadap suatu kebijakan. Salah satu wujud dari strategi kebahasaan tersebut adalah penggunaan eufemisme dan disfemisme.

Eufemisme dan disfemisme merupakan dua strategi linguistik yang sering digunakan untuk memengaruhi efek makna dari sebuah ungkapan. Eufemisme bertujuan untuk menyampaikan sesuatu yang dianggap sensitif, kasar, maupun

bermakna negatif. Sedangkan disfemisme, digunakan untuk memperburuk atau memperkasar makna dari suatu ungkapan yang dilakukan demi menimbulkan kesan tertentu, biasanya untuk menunjukkan kritik atau ketidaksetujuan atas suatu hal. Dengan adanya dua strategi ini mencerminkan bahwa bahasa bukanlah medium yang netral, melainkan sarana yang dipengaruhi oleh berbagai kepentingan dan tujuan komunikasi tertentu. Oleh karena itu, pemahaman mengenai penerapan eufemisme dan disfemisme dalam konteks sosial, khususnya dalam politik, menjadi hal yang sangat penting.

Seiring berkembangnya teknologi dan internet, cara berkomunikasi masyarakat juga semakin mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial, kini menjadi salah satu tempat ataupun *platform* bagi masyarakat untuk berinteraksi, menyuarakan pendapat dan membentuk opini secara luas dan terbuka. Jika dibandingkan dengan media konvensional yang berjalan satu arah dan cenderung lebih mudah dikontrol, media sosial memberikan ruang pada siapapun untuk dapat berdiskusi, termasuk berdiskusi mengenai isu-isu sosial dan politik. Kemudahan akses dan cepatnya penyebaran informasi telah menjadikan media sosial X (dulu dikenal sebagai Twitter) sebagai ruang penting dalam interaksi politik di era digital. Dalam penggunaannya di media sosial, bahasa yang digunakan pengguna cenderung mencerminkan sikap, keberpihakan, dan strategi komunikasi tertentu. Pilihan kata saat penggunaannya menyampaikan opini cenderung tidak netral, melainkan sarat akan muatan emosional dan ideologis. Terjadinya fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ajang komunikasi politik yang sangat dinamis, di mana bahasa yang digunakan tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan fakta, namun juga membingkai isu, membangun solidaritas bersama, bahkan menyindir pihak tertentu. Dalam konteks ini, penggunaan eufemisme dan disfemisme menjadi pilihan yang menonjol sebab memungkinkan individu menyampaikan kritik secara halus maupun langsung. Salah satu bukti nyata dari dinamika ini adalah kemunculan tagar #IndonesiaGelap di platform X. Tagar ini banyak digunakan oleh pengguna untuk menyuarakan kekecewaan, keresahan, dan kritik terhadap berbagai peristiwa politik di Indonesia yang

dianggap kontroversial. Dalam penggunaannya, banyak ditemukan ekspresi bahasa yang mengandung eufemisme dan disfemisme. Eufemisme digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan ketidakpuasan ataupun ketidaksetujuan secara halus, sinis, ataupun sarkastik, sedangkan disfemisme digunakan dengan lebih tajam untuk mengekspresikan penolakan bahkan kemarahan terhadap kebijakan yang dianggap mengada-ada. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pilihan bahasa memainkan peran signifikan dalam membentuk dan menyampaikan pandangan politik masyarakat di media sosial.

Mengingat pentingnya peran bahasa dalam membentuk opini publik di media sosial, diperlukan kajian yang mendalam mengenai bentuk dan fungsi strategi kebahasaan seperti eufemisme dan disfemisme. Pemahaman mengenai strategi ini dapat membantu bagaimana bahasa tidak hanya digunakan sebagai ekspresi, namun juga sebagai strategi komunikasi dalam menyampaikan kritik politik. Dalam konteks ini, pendekatan semantik menjadi relevan untuk digunakan sebagai alat untuk menganalisis makna tersirat dibalik pilihan kata dalam *tweet*, terutama yang berkaitan dengan isu sensitif seperti kritik terhadap pemerintah. Penelitian ini akan secara khusus mengkaji penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam *tweet* bertagar #IndonesiaGelap, dengan menggunakan pendekatan semantik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk eufemisme dan disfemisme yang digunakan, juga memahami fungsi komunikatifnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi kebahasaan yang digunakan masyarakat untuk menyampaikan sikap mereka terhadap kondisi politik di Indonesia. Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi kebahasaan di era studi digital. Selain sebagai sumbangan akademik, penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam pengelolaan komunikasi digital yang lebih bijaksana dan bertanggung jawab. Di tengah pesatnya arus informasi dan opini di media sosial, pemahaman mengenai strategi bahasa seperti eufemisme dan disfemisme sangat penting untuk memastikan komunikasi publik tetap etis, kritis, dan tidak terjerumus dalam disinformasi ataupun ujaran kebencian. Dengan demikian,

kebebasan berkespresi di ruang digital dapat tetap terjaga, sambil tetap memperhatikan tanggung jawab sosial dalam berkomunikasi.

Adapun untuk Penelitian terkait eufemisme dan disfemisme telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti dalam berbagai bentuk kajian kebahasaan. Seiring berkembangnya media sosial sebagai ruang interaksi publik, banyak studi yang mulai memanfaatkan platform digital tersebut sebagai sumber data untuk mengamati fenomena kebahasaan yang muncul, termasuk penggunaan eufemisme dan disfemisme. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk-bentuk pelunakan maupun pengkasaran bahasa masih menjadi isu yang relevan untuk ditelaah, terutama dalam kaitannya dengan dinamika komunikasi masyarakat masa kini. Meskipun kajian mengenai topik ini telah dilakukan sebelumnya, setiap konteks sosial, budaya, dan politik yang melatarbelakangi penggunaan bahasa di media sosial dapat menghadirkan temuan yang berbeda, sehingga penelitian lanjutan tetap memiliki urgensi untuk dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sampurna, Sinaga, dan Auzar (2023) berjudul *Eufemisme dalam Tayangan Youtube E-Talkshow tvOne* mengkaji bentuk dan fungsi eufemisme yang digunakan dalam tayangan politik di kanal YouTube. Penelitian ini menemukan bahwa eufemisme digunakan sebagai strategi komunikasi yang bertujuan untuk menjaga citra narasumber, menghindari konflik, serta menyesuaikan dengan nilai kesantunan dalam masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ruang publik seperti talkshow politik, eufemisme berperan penting dalam membingkai isu sensitif agar terdengar lebih netral atau dapat diterima audiens.

Sementara itu, Novianti, Priyadi, dan Saman (2023) dalam penelitiannya yang berjudul *Eufemisme dan Disfemisme dalam Talk Show Catatan Demokrasi TV One* meneliti penggunaan kedua gaya bahasa tersebut dalam diskusi politik televisi. Penelitian ini menemukan bahwa eufemisme kerap digunakan oleh narasumber untuk menjaga kredibilitas dan citra politik, sedangkan disfemisme muncul dalam bentuk sindiran atau kritik tajam terhadap pihak tertentu, terutama ketika membahas isu kontroversial. Penelitian ini

menekankan bahwa pilihan bahasa dalam media massa sangat dipengaruhi oleh kepentingan ideologis dan tujuan komunikasi dari para pembicara.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Satria dan Indarti (2023) berjudul *Eufemisme dan Disfemisme dalam Film Bebas 2019* menganalisis bentuk-bentuk eufemisme dan disfemisme dalam dialog antar tokoh dalam film. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan eufemisme dalam film lebih menekankan pada pelunakan makna terkait isu tabu seperti seksualitas dan kematian, sementara disfemisme muncul dalam bentuk umpatan dan ekspresi kemarahan yang memperkuat karakterisasi tokoh. Meskipun beda konteks dengan media sosial, penelitian ini tetap relevan karena memperlihatkan bagaimana eufemisme dan disfemisme digunakan sebagai alat ekspresif untuk menyampaikan sikap dan emosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana bentuk eufemisme dan disfemisme yang digunakan dalam *tweet* bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X?
2. Bagaimana fungsi eufemisme dan disfemisme dalam *tweet* bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk eufemisme dan disfemisme yang digunakan dalam *tweet* bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X.
2. Untuk menganalisis fungsi eufemisme dan disfemisme dalam *tweet* bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat dalam penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang linguistik, khususnya dalam kajian semantik terkait penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam komunikasi digital. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya yang meneliti strategi kebahasaan dalam topik politik di media sosial.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademis: Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian bagi mahasiswa, dosen, atau peneliti yang tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai penggunaan bahasa dalam media sosial.
- b. Bagi masyarakat umum: Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang bagaimana bahasa digunakan sebagai alat dalam membentuk opini publik terkait politik di media sosial, sehingga masyarakat dapat lebih kritis dalam menerima dan menyampaikan informasi.

1.5 Anggapan Dasar

Berikut ini adalah anggapan dasar dalam penelitian ini:

1. Eufemisme dan disfemisme merupakan strategi kebahasaan yang digunakan untuk membentuk opini dalam komunikasi politik di media sosial. Anggapan ini didasarkan pada teori semantik yang menyatakan bahwa pemilihan kata dapat memengaruhi makna dan persepsi publik terhadap suatu isu.
2. Tagar di media sosial berfungsi sebagai penanda wacana dan dapat merepresentasikan kecenderungan bahasa yang digunakan oleh penggunanya. Dengan adanya tagar seperti #IndonesiaGelap, pengguna media sosial cenderung mengikuti pola komunikasi tertentu dalam menyampaikan kritik politik, termasuk melalui eufemisme dan disfemisme.

3. Penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap memiliki pola tertentu yang dapat dianalisis secara linguistik. Artinya, terdapat kecenderungan dalam bentuk, fungsi, dan konteks penggunaan eufemisme serta disfemisme yang dapat dikategorikan dan dianalisis secara ilmiah.

1.6 Definisi Operasional

1. Eufemisme merupakan bentuk penggunaan bahasa yang menggantikan kata atau frasa dengan ungkapan yang lebih halus atau sopan untuk menghindari kesan negatif, kasar, atau menyinggung dalam kritik politik di media sosial X. Dalam penelitian ini, eufemisme akan diidentifikasi berdasarkan pilihan kata dan konteks penggunaannya dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap.
2. Disfemisme adalah bentuk penggunaan bahasa yang menggantikan kata atau frasa dengan ungkapan yang lebih kasar, merendahkan, atau memperburuk kesan suatu hal dalam kritik politik di media sosial X. Dalam penelitian ini, disfemisme akan diidentifikasi berdasarkan pilihan kata dan konteks penggunaannya dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap.
3. Kritik Politik di Media Sosial menyampaikan pendapat yang bersifat kritis terhadap kebijakan, tokoh, atau kondisi politik suatu negara yang disampaikan melalui media sosial X. Kritik ini dapat menggunakan berbagai strategi kebahasaan, termasuk eufemisme dan disfemisme.
4. Tagar #IndonesiaGelap merupakan sebuah tagar yang digunakan oleh pengguna media sosial X untuk membahas isu-isu sosial, ekonomi, atau politik di Indonesia, khususnya dalam konteks kritik terhadap pemerintahan atau kondisi negara. Dalam penelitian ini, tagar ini digunakan sebagai sumber data untuk menganalisis penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam kritik politik.