

[SNP – 28]

## Praanggapan dan Tindak Tutur Meminta Maaf di Media Sosial

Lusi Lian Piantari<sup>1\*</sup>, Era Bawarti<sup>1</sup>, Aulia Azka Ariiba<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program studi Bahasa dan Kebudayaan Inggris, Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Budaya, Universitas Al Azhar Indonesia, Jalan Sisingamangaraja, Kompleks Masjid Agung al Azhar, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12110

Penulis untuk Korespondensi/Email: [lusi\\_lian@uai.ac.id](mailto:lusi_lian@uai.ac.id)

**Abstract** - Apologizing, which is one of the forms of speech acts, occurred because of the speakers' presupposition showing the knowledge of the speaker. The relationship between apologies, presuppositions, and speakers' knowledge is an interesting interaction phenomenon to be studied linguistically. This study aims to analyze the relationship between presuppositions that give rise to the knowledge possessed by the interaction actors and public apology strategies. This research uses the theory of presuppositions, types of knowledge, and apology speech act strategies in the pragmatics research framework. The research method used in this study is qualitative research involving classification, frequency counting, and qualitative analysis. These techniques are carried out to analyze the forms of presumption, types of knowledge, and speech act strategies of apologizing performed by interaction actors. The research data were taken from public apologies related to controversial issues carried out by public figures, which were uploaded to social media such as Instagram, Twitter, and TikTok. The apology data taken is in the form of written and video data. The results of the research data analysis are expected to illustrate the relationship between presumption and the emergence of apology speech act strategies. The study shows that the speakers' presuppositions and knowledge affect the pattern of apology speech act.

**Keywords:** *presupposition, speech acts, apology, social media*

**Abstrak** - Permintaan maaf yang merupakan salah satu bentuk tindak tutur memiliki terjadi karena adanya praanggapan dari penutur yang menunjukkan pengetahuan dari penutur. Keterkaitan antara permintaan maaf, praanggapan, dan pengetahuan penutur merupakan fenomena interaksi yang menarik untuk dikaji secara linguistik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara praanggapan (*presupposition*) yang memunculkan pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku interaksi dengan strategi permintaan maaf secara publik. Penelitian ini menggunakan teori praanggapan, tipe pengetahuan, dan strategi tindak tutur permintaan maaf dalam ancangan penelitian pragmatik. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang melibatkan pengklasifikasian, penghitungan frekuensi, dan analisis kualitatif. Teknik-teknik tersebut dilakukan untuk menganalisis bentuk-bentuk praanggapan, tipe pengetahuan, dan strategi tindak tutur meminta maaf yang dilakukan oleh pelaku interaksi. Data penelitian diambil dari permintaan maaf secara publik, terkait isu-isu kontroversial yang dilakukan oleh tokoh publik, yang diunggah di media sosial seperti *Instagram, Twitter, dan TikTok*. Data permintaan maaf yang diambil berbentuk data tulisan dan video. Hasil dari analisis data penelitian diharapkan dapat menggambarkan hubungan antara praanggapan dan pemunculan strategi tindak tutur permintaan maaf. Penelitian ini menunjukkan bahwa praanggapan dan pengetahuan penutur mempengaruhi pola-pola tindak tutur meminta maaf.

**Kata Kunci:** *praanggapan, tindak tutur, permintaan maaf, media sosial*

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi informasi masa kini, penggunaan media sosial sangat mempengaruhi bentuk-bentuk interaksi yang terjadi di antara pengguna bahasa, termasuk berubahnya ranah privat menjadi ranah publik. Hal-hal yang dulunya bersifat pribadi, saat ini menjadi publik. Siapa saja dapat berpartisipasi dalam interaksi yang terjadi di media sosial. Hal tersebut sangat memungkinkan terjadinya hal yang kurang menyenangkan seperti munculnya kesalahpahaman ataupun perbedaan persepsi yang menyebabkan sesuatu kejadian diketahui oleh publik secara luas. Kegaduhan yang muncul secara publik ini, pada akhirnya juga memunculkan permintaan maaf yang dilakukan secara publik. Permintaan maaf yang dulu merupakan peristiwa pribadi di lingkungan pribadi, kini menjadi hal publik.

Permintaan maaf sudah menjadi perhatian banyak para peneliti dari berbagai bidang ilmu karena sifatnya yang mencakup berbagai perspektif, terutama sosial budaya seperti kajian lintas budaya, multikulturalisme, dan linguistik. Dari sudut pandang linguistik, permintaan maaf banyak dikaji melalui teori tindak tutur dan kesantunan. Pengamatan terhadap perilaku berbahasa meminta maaf menjadi sangat menarik dilihat dari sudut pandang strategi tindak tutur, teori muka, dan kesantunan. Brown dan Levinson [1] dalam kajiannya mengenai kesantunan, berpendapat bahwa permintaan maaf merupakan suatu tindakan yang mengancam muka. Walaupun demikian, yang menjadi lebih menarik untuk dikaji adalah bagaimana peran pengetahuan dan praanggapan yang dimiliki oleh para pelaku interaksi memunculkan permintaan maaf tersebut. Oleh karena itu, mulai muncul penelitian mengenai tindak tutur meminta maaf yang melibatkan pengetahuan dan praanggapan yang dimiliki oleh para pelaku interaksi. Navera dan Gustilo [2] menyatakan bahwa penutur dan pendengar tidak selalu memiliki latar belakang pengetahuan atau praanggapan yang sama pada saat terjadi permintaan maaf. Analisis aspek strategis dari tindak tutur permintaan maaf dan peran praanggapan dalam membuat permintaan maaf, akan mengungkap jenis pengetahuan yang dianggap dimiliki oleh para pelaku interaksi [3]. Pengetahuan yang dimiliki oleh seorang penutur dapat dapat didasarkan pada pengetahuan secara personal, antar personal, kelompok, maupun institusi [4]. Hal tersebut menjadi penting ketika permintaan maaf

dilakukan secara publik. menyatakan bahwa praanggapan memiliki fungsi persuasif karena dapat dianggap sebagai alat yang ampuh untuk mengomunikasikan informasi baru atau pengetahuan umum tentang sebuah nilai dan ideologi yang dimiliki oleh para pelaku interaksi [5,6].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kaitan antara praanggapan, pengetahuan pelaku interaksi, dan bentuk tindak tutur meminta maaf. Penelitian ini difokuskan pada permintaan maaf secara publik. Permintaan maaf publik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah permintaan maaf yang dilakukan oleh individu atau kelompok (selebritas dan pejabat publik) di tempat umum, yaitu media sosial, dan mencakup keterlibatan konteks peminta, pemberi ataupun penerima maaf. Penelitian ini menggunakan kategorisasi, penghitungan frekuensi, dan deskripsi kualitatif, terkait ketiga aspek yang disebutkan sebelumnya.

Tujuan penelitian dicapai melalui analisis data yang dilakukan dengan menjawab pertanyaan mengenai bagaimana strategi tindak tutur meminta maaf direalisasikan permintaan maaf secara publik dan bagaimana praanggapan mempengaruhi strategi permintaan maaf publik.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah permintaan maaf publik yang dilakukan oleh tokoh publik (selebritas atau pejabat publik) yang diunggah di media sosial, Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*. Alasan menggunakan keempat media sosial tersebut sebagai sumber data berbentuk wacana lisan dalam bentuk video maupun tulisan yang diunggah di media sosial. Pemilihan data dilakukan melalui hasil pencarian teratas di *Google* dan *trending topics* di *Twitter*. Alasan untuk pemilihan data dengan metode tersebut adalah, hasil teratas berdasarkan pencarian *Google* mencerminkan insiden terkini dan juga yang paling banyak dibicarakan oleh publik. Permintaan maaf yang diambil sebagai data adalah permintaan maaf yang ditulis atau disampaikan dalam Bahasa Indonesia oleh tokoh publik. Data diambil dari permintaan maaf Magdalena (seorang food vlogger terkenal), Virgoun (artis, penyanyi), Rebecca

Klopper (artis dan model). Tokoh publik dalam penelitian ini didefinisikan sebagai orang yang memiliki pengaruh dalam masyarakat (selebriti, politikus, pemimpin perusahaan, dll).

Data penelitian ini berbentuk tulisan dan video. Untuk video, permintaan maaf akan ditranskripsikan terlebih dahulu. Tidak ada elemen paralinguistik (intonasi suara, ekspresi wajah) yang akan dimasukkan sebagai variabel yang akan dianalisis. Permintaan maaf tersebut kemudian dibagi menjadi T-Unit (satu kalimat sama dengan satu T-Unit) untuk mengategorikan data dengan mudah. T-Unit ini selanjutnya disegmentasi ke dalam tabel yang dikategorikan untuk analisis yang lebih mudah. Tabel tersebut memuat informasi berikut: nomor Permintaan Maaf, informasi peminta maaf, nomor Unit-T, tipe strategi tindak tutur meminta maaf, praanggapan, dan tipe pengetahuan (personal, interpersonal, kelompok, institusional, nasional dan kultural). Pengetahuan pribadi adalah pengetahuan yang hanya dimiliki oleh peminta maaf; pengetahuan *interpersonal* adalah pengetahuan yang dibagikan oleh peminta maaf kepada orang-orang yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam permintaan maaf, seperti keluarganya dan orang yang meminta maaf; pengetahuan kelompok adalah saat peminta maaf meminta (inklusif) atau membagikan (eksklusif) pengetahuan kepada atau dengan sekelompok orang tertentu (misalnya penggemar, pendukung); pengetahuan kelembagaan mirip dengan kelompok dalam hal ini juga bisa bersifat inklusif atau eksklusif; pengetahuan nasional adalah pengetahuan tentang negara; dan pengetahuan budaya adalah pengetahuan yang melampaui batas geografis negara[8].

Setelah itu, penghitungan frekuensi dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama dengan melihat bentuk-bentuk tindak tutur, sebelum kemudian dijabarkan bagaimana strategi tindak tutur meminta maaf dimunculkan dalam permintaan maaf. Untuk pertanyaan penelitian nomor dua praanggapan yang muncul akan dijabarkan untuk melihat kaitannya dengan pengetahuan pelaku interaksi dan pemunculan tindak tutur permintaan maaf.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang telah dikumpulkan berasal dari media sosial: *Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube*. Permintaan maaf yang diambil sebagai data adalah

permintaan maaf secara publik dalam bentuk lisan dan tulisan.

Sumber data yang berhasil dikumpulkan adalah 19 permintaan maaf secara publik dalam bentuk tulisan dan lisan (video). Data tulisan dan video diambil dari *TikTok, Instagram, Twitter, dan Youtube* yang merupakan video permintaan maaf secara publik yang dilakukan oleh selebriti, *influencer*, dan pejabat pemerintah.

### Strategi tindak tutur meminta maaf

Untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama, dianalisis tahapan strategi meminta maaf yang dilakukan oleh para peminta maaf. Tahapan strategi meminta maaf yang ditemukan dalam data adalah: *explanation, denial, responsibility, remorse (guilt), dan reform (change)*. Strategi-strategi dalam tindak tutur ini biasanya dapat memunculkan makna-makna implisit (implikatur) [9] yang bertujuan untuk menyelamatkan muka peminta maaf [10,11]. Pada tahap *explanation*, penutur menjelaskan, biasanya secara detil, kejadian yang menyebabkan dia harus meminta maaf. Hal tersebut ditunjukkan oleh data di bawah ini yang diambil dari video permintaan maaf:

- (1) *Di sini saya akan menjelaskan yang ada dalam video, perpindahan satu rombongan yang dipindahkan dari satu hotel ke hotel lainnya. Yang sudah menyepakati dengan jemaah, untuk mendekati rombongan dengan masjid nabawi. Supaya koordinasi lebih mudah dengan jemaah.*

Tindak tutur meminta maaf ini diawali dengan penjelasan bahwa telah terjadi kesalahpahaman atas apa yang sudah disampaikan sebelumnya. Penutur pada konteks sebelumnya menyatakan bahwa telah terjadi penelantaran jamaah, Namun, melalui video meminta maaf ini, penutur telah mengklarifikasi dengan menjelaskan apa yang sesungguhnya terjadi. Pada data selanjutnya, juga dapat dilihat strategi meminta maaf yang didahului dengan *explanation*. Pada data ini, penutur menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi:

- (2) *Untuk isu masalah lagu, masalah yang paling utama adalah mengenai lagi Bukti yang memang saya ciptakan untuk istri saya, ibu dari anak-anak saya. Yang bisa saya katakan adalah semua karya yang saya ciptakan adalah karya yang jujur, karya yang saya rasakan.....Jika dalam berjalannya waktu rasa itu berubah, tidak serta merta membuat lagu*

tersebut menjadi sebuah kebohongan. Mengapa rasa itu berubah, alasan yang membuat rasa itu berubah...

- (3) *Di sini aku mau menjeaskan secara detail prosedur bagaimana kerja sama review sukarela itu dilakukan. Di mana tim MgDalenaf akan melakukan riset dan kurasi objektif terhadap umkm yang mau dituju...*

Pada data ini, penutur menjelaskan secara rinci apa yang melatar belakangi tindakannya yang dianggap sudah merugikan orang lain. Oleh karena itu tindak tutur meminta maafnya didahului oleh tahapan meminta maaf.

Tahapan selanjutnya dari strategi tindak tutur meminta maaf adalah *denial* (penyangkalan). Pada tahapan ini, penutur yang meminta maaf seringkali tidak mengakui tindakannya yang merugikan orang lain atau menyatakan bahwa berita yang beredar tidak benar. Seperti yang ditunjukkan oleh data berikut:

- (4) *Kalau dikatakan menelantarkan jamaah itu tidak benar*

Pernyataan penyangkalan ini disampaikan oleh penutur yang mengklarifikasi berita dengan penelantaran jamaah. Setelah menyampaikan penjelasannya pada tahapan *explanation*.

Tahapan selanjutnya dari strategi meminta maaf ini adalah tahapan *responsibility*. Pada tahapan ini, penutur yang meminta maaf menyatakan pertanggung jawabannya terhadap tindakan atau pernyataannya yang telah merugikan pihak lain. Hal tersebut dapat dilihat pada data berikut:

- (5) *Permasalahan ini telah saya laporkan kepada polisi di bareskrim pada hari Senin tanggal 22 Mei 2023 untuk memperoleh penangannya. Untuk itu saya menyerahkan segala sesuatu tentang masalah ini kepada kepolisian.*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa peminta maaf menyatakan pertanggung jawabannya atas tindakannya yang telah meresahkan atau merugikan pihak lain.

Bentuk pertanggung jawaban juga ditunjukkan oleh data berikut:

- (6) *Dan saya tidak akan mengeluarkan satu kata pun yang tidak baik untuk siapapun karena saya tidak mau di masa depan anak saya*

*sampai melihat atau membaca bagaimana saya mengeluarkan kata-kata yang tidak baik untuk orang yang mereka sangat sayangi.*

Demikian pula dengan data berikut:

- (7) *Gua di sini banyak belajar dan menerima banyak perspektif dari orang-orang, 'Bim, ini harus dibenerin ini kata-katanya. 'Ya gua minta maaf, guys. Emang gua anak muda yang masih berapi-api gitu kan, gua minta maaf banget.*

Setelah tahapan *responsibility*, peminta maaf biasanya melanjutkan dengan tahapan *remorse* yang menunjukkan rasa bersalahnya. Hal tersebut, ditunjukkan oleh data berikut:

- (8) *yang terjadi pada saat saya menulis lagu tersebut. Jika dalam berjalannya waktu perasaan saya berubah, apa yang membuat rasa itu berubah biar saya saja yang tahu. Dan tidak perlu diungkapkan pada semua orang. yang jelas, perasaan saya itu, pernah ada dan sungguh-sungguh ada*

Dalam konteks yang menyertai munculnya pernyataan ini adalah pemunculan rasa bersalah dari penutur, setelah meminta maaf dan menjelaskan mengapa penutur melakukan hal yang dianggap merugikan pihak lain.

Setelah tahapan yang menunjukkan rasa bersalah, penutur biasanya menutup tahapan meminta maaf dengan mengeluarkan pernyataan yang menunjukkan keinginan untuk perubahan ke arah yang lebih baik atau tidak akan mengulangi tindakan tersebut. Hal tersebut muncul pada data berikut:

- (9) *Mudah-mudahan saya masih diberi kesempatan untuk memperbaiki kesalahan sehingga dapat menjadi manusia yang lebih baik lagi.*

### **Pra-anggapan dan permintaan maaf**

Kaitan antara praanggapan dan tindak tutur meminta maaf adalah dengan melihat pada tipe pengetahuan yang dimiliki oleh penutur.

Analisis pada data menunjukkan hasil sebagaimana ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Presentase pemunculan tipe pengetahuan dalam permintaan maaf

Tipe pengetahuan dalam permintaan maaf	Persentase
<i>Personal knowledge</i>	8%
<i>Interpersonal knowledge</i>	60%
<i>Group knowledge</i>	8%
<i>Institution knowledge</i>	24%

Presentase klasifikasi tipe pengetahuan dalam permintaan maaf sebagaimana tabel 1 diperoleh dari jumlah tuturan yang mengandung tiap-tiap jenis klasifikasi tipe pengetahuan tersebut kemudian dibandingkan dengan jumlah keseluruhan tuturan yang mengandung tipe pengetahuan.

Data penelitian menunjukkan pengetahuan tersebut sangat berkaitan dengan pranggapan yang digunakan oleh penutur dalam meminta maaf. Hal tersebut dapat dilihat pada data berikut:

**(a) Personal Knowledge**

(10) *Aku memohon maaf pada mutualanku, pejuang utbk-snbt, fans kpop jika aku pernah salah kata I hope I can be a better person from now on. It's less than 24 hours pengumuman snbt, semoga kita semua mendapatkan hasil yg terbaik.Aamiin...*

**(b) Interpersonal Knowledge**

(11) *Dengan ini saya membuat statement lewat video tentang apa yang terjadi, tentang saya dan keluarga yang beredar di masyarakat luas.*

(12) *Saya memohon maaf terutama nama-nama yang ikut terseret*

(13) *Beberapa waktu yang lalu, masyarakat dihebohkan oleh video. Pada kesempatan ini saya RK meminta maaf yang sebesar-besarnya kepada masyarakat Indonesia atas kegaduhan tersebut. dalam hal ini saya memohon maaf kepada keluarga saya, rekan kerja, dan klien-klien yang sudah mau bekerja sama dengan saya memohon maaf kepada keluarga saya, rekan kerja, dan klien-klien yang sudah mau bekerja sama dengan saya*

**(c) Group Knowledge**

(14) *Halo saya magdalena, dengan rendah hati saya mau minta maaf atas yang akhirnya memberikan kesan negatif dan salah penafsiran banyak pihak di media sosial akhir-akhir ini. Tentu saja itu semua*

*tidak mewakili bagaimana aku dan tim dalam 8 tahun*

**(d) Institution Knowledge**

(15) *Di sini saya akan menjelaskan video, perpindahan satu rombongan yang dipindahkan dari satu hotel ke hotel lainnya [mewakili institusi]. Yang sudah menyepakati dengan jemaah, untuk mendekati rombongan dengan masjid nabawi. Supaya koordinasi lebih mudah dengan jemaah. Kalau dikatakan menelantarkan jemaah tidak benar*

**KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penutur permintaan maaf yang dilakukan secara publik menggunakan jenis-jenis pengetahuan *personal*, *interpersonal*, *group*, dan *institution*.

Pranggapan digunakan oleh penutur dalam melakukan permintaan maaf karena adanya *common knowledge* antara partisipan dalam interaksi. Penelitian mengenai tindak tutur yang muncul di media sosial memerlukan kajian yang lebih mendalam dalam mengenai interaksi yang dimediasi dan interaksi digital. Diperlukan adanya korpus linguistik berbahasa Indonesia sebagai *database* dan juga adanya pendekatan secara multidisiplin, terutama linguistik dan komunikasi, untuk penelitian mengenai permintaan maaf yang dilakukan secara publik.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada LP2M Universitas Al Azhar yang telah mendanai penelitian ini melalui Skema *Competitive Research Grant* Tahun 2023

**REFERENSI.**

[1] Brown P and Levinson S. Politeness. London: Cambridge University Press;1987. Maybin J. Language, struggle and voice: the Bakhtin/Volosinov writings," in Discourse Theory and Practice: A Reader. London: Sage Publications; 2002.

[2] Navera J.A.C. and Gustilo L. Knowledge types and presuppositions. An Analysis of strategic aspects of public apologies. Pragmatics. 2022; 32:2 pp 274-298. Available from <https://doi.org/10.1075/prag.20043>

- [3] Saarinen T. Persuasive presuppositions in OECD and EU higher education policy documents. *Discourse Studies*.2008;10:341-359, Available from <https://doi.org/10.1177/1461445608089915>
- [4] Kampf Z. Public (non) apologies: the discourse of minimizing responsibility. *Journal of Pragmatics*. 2009;41: 2257-2270. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.11.007>
- [5] Zhanghong X, Yanan L. A pragmatic study of apologies posted on weibo by chinese celebrities. *International Journal of Literature and Arts*. 2020; 8 (2): 52–61. Available from <https://doi.org/10.11648/j.ijla.20200802.14>
- [6] Pomerantz A. Agreeing and disagreeing with assessments: some features of preferred and dispreferred turn shapes. Cambridge: Cambridge University Press;1984.
- [7] Thomas J. Meaning in interaction: an Introduction to pragmatics. London: Longman;1997.
- [8] Ruth P.Saying ‘Sorry’: corporate apologies posted on twitter. *Journal of Pragmatics*. 2014; 62:30-45. Available from <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.12.003>
- [9] Wilson D, Sperber D, Inference and Implicature. in *Pragmatics: A Reader*. London: Oxford University Press;1999.
- [10] Clyde A S. When are public apologies ‘successful’? focus on British and French apology press uptakes. *Journal of Pragmatics*. 2015; 84: 139.
- [11] Josh C. Sorry sorries: image repair after regretted apologies. *Public Relation Review*.2016; 42: 353–358. Available from <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.01.002>