

**STRATEGI PERMINTAAN MAAF DALAM KLARIFIKASI FIGUR PUBLIK
KEPADA MASYARAKAT DI MEDIA SOSIAL**

Apology Strategy in Public Figure Clarification to The Community on Social Media

Naskah Dikirim: 24 Februari 2023; Direvisi: 27 Februari 2023; Diterima: 22 Mei 2023

Permas Adinda Chintawidy

Universitas Airlangga

permas.adinda.chintawidy-2021@fib.unair.ac.id

How to cite (in APA style):

Chintawidy, P. A. (2023). Strategi Permintaan Maaf dalam Klarifikasi Figur Publik kepada Masyarakat di Media Sosial. *Etnolingual*, 7(1), 21--40. <https://doi/10.20473/etno.v6i2.35947>

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan tindak tutur permintaan maaf dalam klarifikasi yang disampaikan figur publik melalui media sosial kepada masyarakat berdasarkan model strategi Cohen dan Olshtain (1981). Strategi yang digunakan kemudian dihubungkan dengan konteks sosial yang dipengaruhi oleh status sosial para figur publik sesuai dengan teori kesantunan Brown & Levinson (1987) yaitu kekuatan sosial, jarak sosial, dan beratnya pelanggaran. Sumber data penelitian ini adalah unggahan permintaan maaf melalui takarir pada akun Instagram pribadi tiga figur publik dalam ranah industri hiburan Indonesia sejak bulan sejak Januari hingga Juni 2022. Adapun figur publik yang dimaksud adalah IK, OSD, dan DC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga dari enam jenis strategi yang paling banyak digunakan oleh para figur publik, yaitu permintaan maaf langsung, permintaan maaf tidak langsung dalam bentuk memberikan penjelasan, dan permintaan maaf tidak langsung dalam bentuk menawarkan perbaikan. Selain itu, terdapat pula perbedaan status sosial sebagai salah satu bentuk konteks sosial berupa *achieved status* yang dimiliki para figur publik jika dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya. Akibatnya, ketika dihubungkan dengan tingkat kesantunan berdasarkan kekuatan sosial, dapat disimpulkan bahwa figur publik cenderung tidak menggunakan jenis strategi yang beragam saat meminta maaf kepada masyarakat dalam media sosial.

Kata kunci: Klarifikasi, permintaan maaf, figur publik, konteks sosial, Instagram

Abstract: This study aims to analyze the use of speech act of apology in clarifications conveyed by public figures on their social media to the public based on Cohen and Olshtain's (1981) strategy model. The strategy used is then related to the social context which is influenced by the social status of public figures according to Brown & Levinson's (1987) politeness theory, namely

social power, social distance, and severity of the offence. The data source for this study is apologies written by three Indonesian public figures in entertainment industry in captions on their personal Instagram accounts from January to June 2022. The public figures are IK, OSD, and DC. The results of the study indicate that there are three out of six types of strategies which are most often used by public figures, namely direct apologies, indirect apologies in the form of providing explanations, and indirect apologies in the form of offering repairs. In addition, there are also differences in social status as a part of social context in the form of achieved status owned by public figures when compared to society in general. As a result, when related to the level of politeness based on social power, it can be concluded that public figures tend not to use various types of strategies when apologizing to the public on social media.

Keywords: Clarifications, apologies, public figures, social context, Instagram

PENDAHULUAN

Figur publik merupakan figur atau sosok yang dikenal secara luas oleh masyarakat. Segala tindakan yang mereka lakukan akan menjadi perhatian dan memiliki pengaruh kepada masyarakat. Dua elemen utama yang melekat pada figur publik adalah popularitas dan hubungannya dengan kepentingan masyarakat (Huang, 2015). Oleh karena itu, figur publik diharapkan mampu menjadi teladan atau contoh bagi masyarakat. Saat ini, sebutan “figur publik” tidak hanya terbatas pada pemimpin atau pejabat publik. Contoh-contoh figur publik lainnya yang dikenal masyarakat adalah selebriti, aktor, penyanyi, atlet, aktivis, *influencer* di media sosial. Figur publik yang sedang mendapat banyak sorotan publik saat ini adalah para *influencer* di media sosial. Selain itu, tidak jarang bahwa para *influencer* juga merupakan pesohor di industri musik, pertelevisian, atau perfilman.

Peran internet dan media sosial yang semakin mendominasi dalam dunia teknologi dan informasi membuat interaksi antara figur publik dan audiensi atau masyarakat luas menjadi terasa lebih dekat. Segala hal yang mereka lakukan dapat dibagikan dengan mudah melalui unggahan di media sosial, sehingga hal ini dapat menarik minat masyarakat untuk mengikutinya. Fenomena ini merupakan perbedaan terbesar dari figur publik di era media sosial dan era tradisional, di mana para pengguna media sosial dapat berperan sebagai konten dan audiensi dalam waktu yang sama (Hearn & Schoenhoff, 2015). Fenomena ini juga membuat para figur publik yang sebelumnya dikenal melalui

film atau acara televisi, mulai membuat persona dalam media sosial dan membuat konten mereka masing-masing.

Meskipun demikian, berbagai permasalahan yang melibatkan figur publik kerap mewarnai pemberitaan sehari-hari di berbagai media. Permasalahan yang muncul dalam pemberitaan terkait figur publik umumnya beragam, mulai dari masalah pribadi hingga kasus hukum yang mengharuskan mereka untuk mengikuti berbagai prosedur dari pihak berwajib. Akibatnya, masyarakat merasa kecewa dan dapat kehilangan rasa percaya terhadap figur publik tersebut. Untuk mengembalikan nama baik dan kepercayaan masyarakat, biasanya figur publik menyampaikan klarifikasi terkait masalah yang mereka hadapi melalui berbagai media, salah satunya adalah melalui unggahan di media sosial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring (2022), klarifikasi adalah penjernihan, penjelasan, dan pengembalian kepada apa yang sebenarnya. Pernyataan klarifikasi kemudian dilanjutkan dengan permintaan maaf yang ditujukan kepada pihak-pihak yang dirugikan dan masyarakat luas.

Permintaan maaf merupakan salah satu jenis tindak tutur yang sering digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Goffman (1971) mengatakan bahwa meminta maaf merupakan salah satu teknik perbaikan yang dapat digunakan untuk mengembalikan keharmonisan sosial antar masyarakat. Selain itu, Olshtain dan Cohen (1983) menjelaskan bahwa permintaan maaf adalah tindak tutur yang terjadi antara dua partisipan dimana salah satu partisipan mengharapkan atau merasa bahwa ia berhak atas kompensasi atau penjelasan sebagai akibat dari pelanggaran partisipan lain. Dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga unsur dalam sebuah permintaan maaf, yaitu penutur atau partisipan yang melakukan kesalahan dan meminta maaf, mitra tutur atau partisipan yang dimintai maaf, dan masalah atau pelanggaran yang terjadi.

Cara atau strategi yang digunakan dalam meminta maaf dapat berbeda-beda tergantung pada konteks yang melingkupi saat permintaan maaf terjadi. Secara spesifik, figur publik memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat sehingga status

sosialnya dianggap berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Menurut antropolog Ralph Linton dalam Soekanto (2010), terdapat dua jenis status sosial, yaitu *ascribed status* yang didapatkan sejak lahir, seperti jenis kelamin, ras, kasta, golongan, keturunan, suku, dan usia, dan *achieved status* yang didapatkan karena usaha dan kerja keras, seperti harta kekayaan, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Figur publik cenderung memiliki *achieved status* yang tinggi karena harta kekayaan dan pekerjaannya, sehingga hal ini dapat tercermin dalam tindak tuturnya, termasuk ketika meminta maaf. Dengan demikian, tindak tutur permintaan maaf yang disampaikan para figur publik melalui media sosial kepada masyarakat dapat diteliti lebih lanjut dengan menggunakan kajian linguistik. Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi tindak tutur permintaan maaf yang digunakan oleh figur publik dalam klarifikasi yang mereka sampaikan melalui media sosial, strategi tindak tutur permintaan maaf yang paling sering digunakan figur publik dalam klarifikasi, dan bagaimana strategi permintaan maaf figur publik tersebut jika dihubungkan dengan konteks sosial.

LANDASAN TEORI

Sosiopragmatik

Pada umumnya, tindak tutur dikenal sebagai salah satu konsep dalam pragmatik, yaitu ilmu yang mengkaji penggunaan bahasa sesuai dengan konteks. Wardhaugh dan Fuller (2015) menjelaskan bahwa pragmatik dianggap berbeda dengan sociolinguistik, namun terdapat beberapa konsep pragmatik yang bersinggungan dengan sociolinguistik. Hal ini dikarenakan konsep-konsep tersebut dapat memperlihatkan bagaimana identitas penutur dan hubungan antar penutur mempengaruhi perilaku kebahasaan, serta bagaimana perilaku tersebut ditafsirkan dalam suatu kelompok masyarakat (Wardhaugh, 2010; Wardhaugh & Fuller, 2015). Salah satu konsep pragmatik yang dimaksud adalah konsep tindak tutur. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dikategorikan sebagai kajian sosiopragmatik. Leech (1983) menjelaskan bahwa sosiopragmatik merupakan gabungan

antara pragmatik dan sosiologi, yaitu kajian pragmatik yang berkaitan dengan kondisi atau konteks sosial tertentu.

Teori Tindak Tutur

Tindak tutur adalah cara seseorang menjalankan fungsi sosial tertentu dalam berbicara atau menggunakan tuturan, seperti meminta maaf, mengeluh, meminta, memuji, dan mengucapkan terima kasih (Cohen, 2010). Lebih jauh lagi, fungsi sosial melalui tuturan-tuturan tersebut perlu diwujudkan sesuai dengan konteks sosial tertentu agar tujuan komunikasi dapat tercapai. Konteks sosial mencakup hubungan sosial antara penutur dan mitra tutur.

Secara umum, tindak tutur dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu tindak lokusi, ilokusi, dan perlokusi (Austin, 1962). Pertama, tindak lokusi adalah tindak tutur untuk menyampaikan sesuatu. Kedua, tindak ilokusi adalah tindak tutur untuk melaksanakan makna yang dimaksudkan dalam tuturan, sehingga tindak ilokusi mengacu pada tujuan atau konteks pernyataan. Ketiga, tindak perlokusi adalah tindak tutur yang merupakan akibat dari tindak ilokusi. Secara khusus, Searle (1976) mengembangkan teori tindak tutur dengan mengkategorikan lima jenis tindak ilokusi, yaitu representatif atau asertif (menyatakan, melaporkan, menegaskan), direktif (memberi perintah, mengajak, berdoa), komisif (berjanji, bersumpah, berkomitmen), ekspresif (berterima kasih, meminta maaf, mengucapkan selamat), dan deklaratif (mengesahkan, menunjuk, mengangkat). Dari kelima kategori tersebut, tindak tutur permintaan maaf termasuk ke dalam jenis tindak tutur ekspresif. Fungsi tindak tutur ekspresif adalah untuk menunjukkan sikap dan perasaan penutur.

Jenis-jenis Strategi Tindak Tutur Permintaan Maaf

Hingga saat ini, terdapat sejumlah model klasifikasi strategi permintaan maaf yang dirumuskan oleh beberapa peneliti. Namun demikian, klasifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi permintaan maaf Cohen dan Olshtain (1981).

Cohen dan Olshtain (1981) membagi strategi permintaan maaf menjadi permintaan

maaf langsung dan tidak langsung. Permintaan maaf langsung meliputi *Illocutionary Force Indicating Devices (IFID)* atau menggunakan kata kerja performatif dengan menggunakan ucapan langsung untuk menyatakan permintaan maaf, penyesalan, dan rasa malu, seperti “saya minta maaf”, “maafkan saya”, “saya menyesal”, atau “saya malu”. Sementara itu, permintaan maaf tidak langsung tidak selalu menyertakan *IFID* karena dapat dilakukan dengan menggunakan cara yang berbeda. Strategi permintaan maaf tidak langsung adalah sebagai berikut.

1. Mengambil tanggung jawab

- Menyalahkan diri sendiri secara eksplisit. Contoh: “Ini adalah kesalahan saya”.
- Menyatakan ketidaksengajaan. Contoh: “Saya tidak bermaksud demikian”.
- Menyatakan kekurangan diri. Contoh: “Saya lupa”.
- Mencela diri sendiri. Contoh: “Saya sangat bodoh!”
- Membenarkan pendengar. Contoh: “Kamu benar.”
- Menolak untuk mengakui kesalahan. Contoh: “Itu bukan salah saya.”
- Menyatakan kesalahan. Contoh: “Saya berbohong.”

2. Memberikan penjelasan. Contoh: “Jalanan sangat macet.”

3. Menawarkan perbaikan. Contoh: “Saya akan pesankan kopi yang baru.”

4. Menjanjikan tidak akan terulang lagi. Contoh: “Itu tidak akan terjadi lagi.”

5. Menunjukkan perhatian kepada pendengar. Contoh: “Apakah kamu baik-baik saja?”

Hubungan antara Permintaan Maaf dan Strategi Kesantunan

Konsep kesantunan dalam sosiolinguistik berasal dari pemikiran Goffman (1955, 1967) tentang konsep “*face*” atau muka yang digunakan dalam interaksi sosial (Wardhaugh, 2015). Kemudian, konsep ini dibahas oleh beberapa ahli bahasa, salah satunya adalah Brown dan Levinson (1978, 1987). Brown dan Levinson (1978) membangun teori kesantunan berdasarkan sebuah premis, yaitu adanya beberapa tindak tutur yang dapat mengancam muka. Brown dan Levinson (1987) mengatakan bahwa kesantunan adalah strategi dalam sebuah interaksi yang berfungsi untuk menunjukkan

kesadaran atas muka orang lain.

Secara spesifik, permintaan maaf termasuk ke dalam strategi kesantunan karena bertujuan untuk memelihara hubungan yang baik dan harmonis antar penutur dan mitra tutur. Permintaan maaf adalah upaya penutur untuk menebus tindakan sebelumnya yang mengganggu muka mitra tutur (Brown dan Levinson, 1978). Berdasarkan konsep muka Brown dan Levinson (1987), permintaan maaf dapat dikategorikan sebagai tuturan yang mengancam muka bagi penutur (*face-threatening act for the speaker*), namun menyelamatkan muka bagi mitra tutur (*face-saving act for the hearer*). Tuturan yang mengancam muka seringkali dipengaruhi oleh tiga faktor konteks sosial, yaitu kekuatan sosial, jarak sosial, dan beratnya pelanggaran (Brown & Levinson, 1987).

Penelitian Terdahulu

Terdapat tiga penelitian terkait strategi permintaan maaf figur publik yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Pertama, Budiono (2017) mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi dan kesahihan permintaan maaf penyanyi dangdut, ZG, atas tuduhan kasus penghinaan lambang negara karena pernyataannya dalam sebuah acara di salah satu stasiun televisi nasional. Hal tersebut disampaikan dalam sebuah konferensi pers, dan ditujukan kepada Presiden Joko Widodo dan masyarakat. Teori yang digunakan adalah Austin (1962), Searle (1976), dan Leech (1983) untuk mengkaji strategi dan kesahihan tindak tutur. Dari hasil penelitian, permintaan maaf yang digunakan ZG dikategorikan sebagai tuturan performatif eksplisit. Aspek-aspek yang ditemukan dalam pernyataan ZG adalah melakukan prosedur konvensional dengan penuh, meminta maaf secara langsung, mengaku bertanggung jawab atas tindakannya, memberikan penjelasan, dan menyatakan permintaan pengampunan. Oleh karena itu, permintaan maaf tersebut dianggap mematuhi kaidah strategi dan kesahihan.

Kedua, Syartanti dan Pidada (2021) mengungkap strategi dan kesahihan permintaan maaf penyanyi GA atas kasus video asusila. Pernyataan maaf tersebut ditujukan kepada masyarakat dan disampaikan dalam sebuah konferensi pers. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa pernyataan permintaan maaf GA belum memenuhi strategi permintaan maaf menurut teori strategi tindak tutur permintaan maaf Olshtain & Cohen (1983). Hal ini disebabkan tidak ditemukannya strategi “berjanji tidak akan mengulangi lagi” dalam teori tersebut. Akan tetapi, pernyataan permintaan maaf GA telah memenuhi syarat kesahihan minimal menurut Holmes (1990), yaitu adanya pernyataan GA yang menunjukkan bahwa ia percaya bahwa tindakan itu merugikan dirinya, dan ia bertanggung jawab atas tindakannya itu.

Ketiga, Abudin dan Sundari (2021) meneliti strategi tindak tutur permintaan maaf empat figur publik di media sosial Indonesia yang terdiri dari *YouTuber* dan *influencer/beauty blogger*. Data berupa video permintaan maaf diambil dari *YouTube* pada tahun 2020. Data diidentifikasi dan dikategorikan berdasarkan teori strategi permintaan maaf Murphy (2014). Dari penelitian ini, dapat dikatakan bahwa para figur publik tersebut mengungkapkan permintaan maaf melalui tiga kategori, yaitu eksplisit, konvensional tidak langsung, dan non-konvensional tidak langsung. Lebih lanjut lagi, strategi permintaan maaf yang paling banyak digunakan adalah penggunaan penjelasan, cerita, dan alasan.

Ketiga penelitian di atas berfokus pada pengelompokan jenis strategi permintaan maaf figur publik dari ranah industri hiburan dengan menggunakan teori tindak tutur, dan dua di antaranya menghubungkan hasil pengelompokan tersebut dengan penentuan kesahihan permintaan maaf. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan mengelompokkan jenis strategi permintaan maaf yang kemudian dihubungkan dengan konteks sosial yang melekat pada figur publik, khususnya figur publik dari ranah industri hiburan. Konteks sosial dapat berupa budaya dari suatu kelompok masyarakat, situasi sosial, dan status sosial (Budiawan, 2015). Selain itu, perbedaan ragam bahasa (lisan dan tulisan) yang menjadi obyek penelitian ini pun berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis dan menafsirkan data guna mengeksplorasi sikap, perilaku, dan pengalaman sekelompok masyarakat tertentu (Dawson, 2002). Kelompok masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para figur publik. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan sesuai dengan fakta-fakta yang ditemukan (Gay, 1987). Lalu, sumber data yang digunakan adalah permintaan maaf dari tiga orang figur publik Indonesia yang ditujukan kepada masyarakat selama bulan Januari hingga Juni 2022, yaitu IK, OSD, dan DC. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan dokumen karena data yang dianalisis berupa teks elektronik dalam media sosial *Instagram* (Rose dkk., 2020). Data diambil dari pernyataan permintaan maaf tertulis dalam foto dan takarir yang diunggah ke akun *Instagram* pribadi masing-masing.

Setelah data dikumpulkan, tahapan analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut; (1) membaca ulang informasi mengenai ketiga orang figur publik tersebut dan permasalahan yang mereka hadapi dari berbagai sumber berita, (2) mengidentifikasi dan mengelompokkan data tersebut sesuai jenis-jenis strategi tindak tutur permintaan maaf Cohen dan Olshtain (1981), (3) menghitung jumlah kemunculan jenis-jenis strategi tindak tutur permintaan maaf untuk mengetahui strategi yang dominan digunakan, (4) membahas jenis-jenis strategi tersebut yang dihubungkan dengan konteks sosial berupa status sosial para figur publik dengan menggunakan teori kesantunan Brown dan Levinson (1987), dan (5) mengambil kesimpulan.

PEMBAHASAN

Setelah mengumpulkan dan menganalisis data, hasil dan pembahasan akan di dipaparkan dalam bagian ini. Hasil analisis akan dibahas satu per satu untuk setiap figur publik. Pemaparan hasil kemudian akan dilanjutkan dengan pembahasan.

Strategi Tindak Tutur Permintaan Maaf yang Digunakan Figur Publik

1. IK

IK adalah seorang *content creator* dan *influencer* di *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok* asal Medan yang terkenal karena gaya hidupnya yang mewah. Ia juga diketahui memiliki beberapa usaha, termasuk bisnis *trading* yang membawanya ke kasus hukum. Pihak polisi menetapkan IK sebagai tersangka tindak pidana penipuan dalam kasus investasi bodong pada sebuah aplikasi pada bulan Februari 2022. Ia kemudian memberikan klarifikasi dan meminta maaf melalui foto yang memuat tulisan klarifikasi dan permintaan maaf, serta takarir dalam unggahan foto tersebut dalam akun *Instagram* pribadinya.

- (1) “*Tujuan awal saya membuat konten-konten tersebut hanya untuk berbagi pengalaman saya secara pribadi. Namun saat ini saya menyadari ada banyak orang yang merasa dirugikan akibat konten-konten tersebut.*”
- (2) “*Pada kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan permohonan maaf kepada para pihak yang merasa dirugikan karena konten-konten binary option yang pernah saya upload. Sebagai warga negara yang baik, saya akan tetap kooperatif dan mengikuti proses hukum yang ada untuk menyelesaikan permasalahan ini. Terima kasih.*”

Data (1) dan (2) diambil dari permintaan maaf dalam foto yang diunggah IK. Tuturan pertama dalam data (1) menunjukkan permintaan maaf secara tidak langsung yang digunakan IK dengan memberikan penjelasan, serta diikuti dengan pengakuan atau pernyataan kesalahan bahwa konten terkait *bisnis trading* yang ia bagikan di akun media sosialnya telah merugikan banyak orang pada tuturan berikutnya. Data (2) berisi permintaan maaf kepada pihak-pihak terkait yang terkena dampak dari kasus ini dengan menggunakan jenis permintaan maaf langsung dengan menggunakan *Illocutionary Force Indicating Devices (IFID)* yang ditandai oleh kata kerja performatif dalam bentuk formal, yaitu “*saya menyampaikan permohonan maaf*”. Terdapat pula permintaan maaf berupa menyalahkan diri secara eksplisit “*... kepada para pihak yang merasa dirugikan karena*

konten-konten binary option yang pernah saya upload”.

Selain itu, terdapat pula jenis permintaan maaf tidak langsung dengan menawarkan perbaikan, yaitu “*saya akan tetap kooperatif dan mengikuti proses hukum yang ada*”. Dalam data (2), IK juga menyebut dirinya “*sebagai warga negara yang baik*”. Hal ini menegaskan bahwa IK menunjukkan keseriusannya dalam mengikuti proses hukum atas kasusnya tersebut. IK mengakhiri permintaan maafnya dengan menggunakan tindak ilokusi ekspresif lainnya, yaitu mengucapkan terima kasih.

- (3) “*Sekali lagi mohon maaf ya kalau teman-teman merasa dirugikan karena konten-konten yang pernah saya upload.*”
- (4) “*Tentunya saya tidak akan menghindari dari masalah ini. Saya akan tetap kooperatif untuk menyelesaikan persoalan ini dan mengikuti aturan serta proses hukum yang ada dengan baik.*”

Data (3) dan (4) diambil dari takarir foto dalam unggahan yang sama seperti pada data sebelumnya. Berbeda dengan dua data sebelumnya, takarir ini berisi permintaan maaf yang ditujukan secara umum kepada para pengikutnya di *Instagram* yang ditandai dengan sebutan “*teman-teman*”. Data (3) menunjukkan adanya permintaan maaf langsung berupa *IFID* yang ditandai dengan kata kerja performatif dalam bentuk santai atau *casual* “*sekali lagi mohon maaf ya*”. Sama seperti pada data sebelumnya, IK juga menyalahkan diri sendiri secara eksplisit sebagai bentuk permintaan maaf secara tidak langsung, yaitu “*kalau teman-teman merasa dirugikan karena konten-konten yang pernah saya upload*”. Sementara itu, seluruh tuturan dalam data (4) menunjukkan jenis permintaan maaf tidak langsung dengan menawarkan perbaikan.

Dari kedua permintaan maaf yang disampaikan IK dalam unggahan foto dan yang tertulis pada takarirnya, dapat disimpulkan bahwa IK menggunakan bahasa yang lebih formal pada permintaan maafnya yang ditujukan kepada pihak yang terdampak langsung oleh kasus ini. Ia juga menyatakan bahwa dirinya adalah warga negara yang baik. Tuturan ini dapat pula menegaskan posisinya sebagai figur publik dan ia wajib bertanggung jawab

dengan mematuhi segala proses hukum yang sudah ditetapkan. Sedangkan, tuturan permintaan maaf yang ditujukan secara umum pada pengikutnya di *Instagram* cenderung menggunakan bahasa yang lebih santai atau kasual.

2. OSD

OSD mengawali karirnya sebagai aktris yang membintangi beberapa judul film. Saat ini, ia lebih dikenal sebagai ustadzah dan *content creator* di *Instagram* dan *YouTube*. OSD ramai diberitakan oleh media pada awal Februari 2022 sejak potongan video ceramahnya menjadi viral karena dianggap menormalisasi Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT). Atas kejadian tersebut, OSD memberikan klarifikasi dan permintaan maaf melalui takarir pada unggahan video yang berisi kelanjutan dari potongan video tersebut dalam akun *Instagram*-nya.

(5) *“Terima kasih atas perhatian dan kasih sayangnya. Tentu saya sangat menolak kekerasan dalam rumah tangga.”*

Data (5) merupakan klarifikasi OSD yang diawali dengan jenis tindak ilokusi ekspresif lain, yaitu mengucapkan terima kasih, kepada pengikutnya di *Instagram* dan masyarakat pada umumnya. Lalu, ia menegaskan bahwa ia menyangkal tuduhan yang dijatuhkan kepadanya.

(6) *“Mohon maaf lahir batin atas kesalahan dalam menyampaikan.”*

Data (6) menunjukkan permintaan maaf secara langsung dengan menggunakan *IFID* dengan ditandai kata kerja performatif *“mohon maaf lahir batin”* yang diikuti dengan permintaan maaf tidak langsung berupa pernyataan kesalahan, yaitu *“...atas kesalahan dalam menyampaikan”*.

(7) *“Dan semoga Allah mengampuni saya dalam setiap kesalahan-kesalahan saya. Mohon doa agar Allah membimbing setiap ucap hingga kedepannya mendatangkan maslahat.”*

Data (7) tidak menunjukkan adanya tindak tutur permintaan maaf yang termasuk ke dalam jenis tindak ilokusi ekspresif. Akan tetapi, jenis tindak ilokusi yang digunakan

adalah tindak tutur direktif yang berfungsi untuk berdoa dan mengajak (Searle, 1976). Dalam hal ini, OSD berdoa agar ia diampuni atas kesalahannya dan mengajak pengikutnya di *Instagram* dan masyarakat untuk mendoakannya.

(8) “*Insyallah saya akan terus belajar, memperbaiki diri dan menyampaikan dengan lebih baik ke depannya. Mohon bimbingan juga dari sahabat-sahabat semua.*”

Tuturan pertama dalam data (8) menunjukkan adanya permintaan maaf tidak langsung dengan menawarkan perbaikan. Permintaan maaf ini lalu dilanjutkan dengan tindak tutur direktif pada tuturan kedua berupa ajakan kepada pengikutnya di *Instagram* dan masyarakat pada umumnya untuk membimbingnya.

Dari permintaan maaf yang disampaikan oleh OSD, dapat disimpulkan bahwa ia banyak menggunakan tindak ilokusi jenis lain, yaitu tindak tutur direktif, selain menggunakan tindak tutur ekspresif permintaan maaf langsung dan tidak langsung. Hal ini dikarenakan status sosialnya sebagai seorang ustadzah sehingga dalam tindak tuturnya ia banyak menyebutkan Tuhan dan mengajak mitra tutur untuk membantunya menjadi lebih baik.

3. DC

DC mengawali karirnya sebagai seorang mentalis di Indonesia. Saat ini, ia lebih dikenal sebagai pembawa acara dan *content creator* di *YouTube* dan *Instagram*. Salah satu episode siniar miliknya yang ditayangkan di *YouTube* pada bulan Mei 2022 menjadi viral dan ramai diperbincangkan ketika ia mengundang pasangan sesama jenis sebagai narasumber. Hal ini menimbulkan perdebatan di kalangan masyarakat, sehingga ia memberikan klarifikasi dan meminta maaf.

(9) “*Seperti biasa ketika gaduh di medsos, saya minta maaf. Kebetulan masih dalam suasana bulan Syawal.*”

Data (9) menunjukkan bahwa DC menggunakan permintaan maaf langsung berupa *IFID* dalam bentuk kata kerja performatif “*saya minta maaf*”. Ia juga mengawali permintaan maafnya dengan memberikan penjelasan terkait alasannya meminta maaf,

“Seperti biasa ketika gaduh di medsos, ...”.

(10) *“Sejak awal saya bilang tidak mendukung kegiatan LGBT. Saya hanya melihat mereka sebagai manusia, hanya membuka fakta bahwa mereka ada di sekitar kita, dan saya PRIBADI merasa tidak berhak men-judge mereka. Mereka menyimpang, saya paham dan saya tidak mendukung hal itu. Tapi fenomena itu nyata dan ada di sekitar kita. Itu yang saya bahas. Masalah kenapa saya undang mereka, kenapa judulnya gitu, dll. Kita bahas semua di video ini.”*

Seluruh tuturan dalam data (10) merupakan permintaan maaf secara tidak langsung dengan memberikan penjelasan. DC menyatakan pandangannya terhadap kaum LGBT dan alasannya mengundang narasumber tersebut dalam siniarnya.

(11) *“Sekali lagi mohon maaf buat semua pihak yang terimbas akan hal ini termasuk mereka. I’m taking down the video. But I still believe they are human. Hope they will find a better way. Sorry for all.”*

Terdapat pengulangan pada permintaan maaf secara langsung yang ditemukan pada tuturan pertama dan terakhir dalam data (11) yaitu *“sekali lagi mohon maaf”* yang ditujukan pada pihak terkait yang terkena dampak langsung dari pernyataannya dan masyarakat pada umumnya, dan *“sorry for all”* (*“maaf untuk semuanya”*). Kemudian, tuturan kedua dalam data tersebut menunjukkan bahwa DC menawarkan perbaikan sebagai bentuk permintaan maaf secara tidak langsung. *“I’m taking down the video.”* (*“Saya menghapus videonya”*). Tuturan ketiga melanjutkan permintaan maaf DC dalam bentuk tindak langsung dengan memberikan penjelasan, *“But I still believe they are human. Hope they will find a better way.”* (*“Tapi saya yakin mereka juga manusia. Semoga mereka mendapatkan jalan yang lebih baik”*). Dengan demikian, selain meminta maaf secara langsung, DC juga banyak memberikan penjelasan sebagai strategi permintaan maaf tidak langsung dalam pernyataannya.

Frekuensi Kemunculan Strategi Tindak Tutur Permintaan Maaf

Tabel 1.

Frekuensi Kemunculan Strategi Permintaan Maaf (Cohen dan Olshain, 1981)

No.	Strategi Permintaan Maaf	IK	OSD	DC	Total
1.	Permintaan Maaf Langsung (<i>Illocutionary Force Indicating Device</i>)	2	1	3	7
2.	Permintaan Maaf Tidak Langsung				
	a. Mengambil tanggung jawab				
	- Menyalahkan diri sendiri secara eksplisit.	2	-	-	2
	- Menyatakan ketidaksengajaan	-	-	-	-
	- Menyatakan kekurangan diri	-	-	-	-
	- Mencela diri sendiri	-	-	-	-
	- membenarkan pendengar	-	-	-	-
	- Menolak untuk mengakui kesalahan	-	-	-	-
	- Menyatakan kesalahan	1	1	-	2
	b. Memberikan penjelasan	1	-	5	6
	c. Menawarkan perbaikan	3	1	1	5
	d. Menjanjikan tidak akan terulang lagi	-	-	-	-
	e. Menunjukkan perhatian kepada pendengar	-	-	-	-

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis strategi tindak tutur permintaan maaf yang paling banyak digunakan oleh ketiga figur publik adalah permintaan maaf langsung, yang diikuti oleh tiga jenis permintaan maaf tidak langsung, yaitu memberikan penjelasan, menawarkan perbaikan, dan mengambil tanggung jawab dalam bentuk menyalahkan diri sendiri secara eksplisit dan menyatakan kesalahan. Terdapat kesamaan pada temuan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya (Abudin & Sundari, 2021), yaitu strategi “memberikan penjelasan” yang menjadi strategi permintaan maaf tidak langsung yang paling banyak digunakan oleh para figur publik.

Akan tetapi, jika dibandingkan dengan temuan penelitian Budiono (2017) dan Syartanti dan Pidada (2021), jenis strategi permintaan maaf yang ditemukan dalam penelitian ini tidak seberagam itu. Hal ini disebabkan data berupa pernyataan permintaan maaf yang digunakan dalam dua penelitian tersebut lebih panjang dan menggunakan

ragam bahasa formal karena analisis difokuskan pada permintaan maaf seorang figur publik yang disampaikan dalam situasi formal, yaitu konferensi pers. Adapun data dalam penelitian ini diambil dari pernyataan beberapa figur publik dalam media sosial berupa tuturan yang disampaikan dalam ragam bahasa lisan dan informal oleh para figur publik tersebut sesuai dengan persona yang dibangun dalam media sosialnya.

Strategi Permintaan Maaf Figur Publik Berdasarkan Konteks Sosial

Sebagaimana yang telah disampaikan pada bagian pendahuluan dalam penelitian ini, figur publik cenderung memiliki status sosial yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Hal ini dikarenakan status sosial berupa *achieved status* yang mereka miliki, seperti harta kekayaan, jenis pekerjaan, dan popularitas. Status sosial merupakan salah satu bagian dari konteks sosial. Dalam teori kesantunan Brown & Levinson (1987), tuturan yang mengancam muka, seperti meminta maaf, sering kali dipengaruhi oleh tiga faktor konteks sosial, yaitu kekuatan sosial, jarak sosial, dan beratnya pelanggaran. Selain itu, konteks sosial dapat berupa budaya dari suatu kelompok masyarakat, situasi sosial, dan status sosial (Budiawan, 2015). Oleh karena itu, strategi permintaan maaf yang digunakan para figur publik dapat dihubungkan dengan faktor-faktor tersebut, dan status sosial juga merupakan bagian dari konteks sosial.

Dengan demikian, terdapat tiga dari enam jenis strategi permintaan maaf Cohen dan Olshtain (1981) yang paling banyak digunakan ketiga figur publik kepada masyarakat dalam media sosial. Dari ketiga pernyataan permintaan maaf yang menjadi data dalam penelitian ini, para figur publik cenderung menggunakan permintaan maaf langsung yang diikuti dengan permintaan maaf tidak langsung berupa penjelasan dan perbaikan sebagai upaya untuk menetralkan suasana. Permintaan maaf sebagai salah satu bentuk strategi kesantunan juga dapat bertujuan untuk memelihara hubungan yang baik dan harmonis antar figur publik (penutur) dan masyarakat atau para pengikutnya di media sosial (mitra tutur). Akan tetapi, jika dihubungkan dengan konteks sosial, dapat dikatakan bahwa para figur publik yang memiliki kekuatan sosial lebih tinggi daripada masyarakat pada

umumnya yang disebabkan oleh *achieved status*, cenderung tidak menggunakan jenis strategi permintaan maaf yang beragam. Maka dari itu, berdasarkan dari hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa saat penutur dengan status sosial tinggi meminta maaf melalui media sosial kepada mitra tutur dengan status sosial lebih rendah, ia cenderung menggunakan sedikit cara atau strategi dalam menyampaikannya.

SIMPULAN

Penelitian ini merupakan suatu kajian sosiopragmatik yang menganalisis penggunaan tindak tutur berdasarkan konteks sosial dan status sosial penuturnya. Peneliti menganalisis strategi permintaan maaf yang disampaikan oleh tiga figur publik, yaitu IK, OSD, dan DC, melalui pernyataan tertulis pada foto dan takarir pada foto yang diunggah ke akun *Instagram* pribadi masing-masing dengan menggunakan model strategi Cohen dan Olshtain (1981). Hasil penelitian menunjukkan bahwa para figur publik menggunakan tiga dari enam jenis strategi, yaitu permintaan maaf langsung yang diikuti dengan permintaan maaf tidak langsung dalam bentuk memberikan penjelasan dan menawarkan perbaikan. Berdasarkan konteks sosialnya, figur publik memiliki status sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, jika dihubungkan dengan kekuatan sosial sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi konteks sosial (Brown & Levinson, 1987), dapat dikatakan bahwa para figur publik (status sosial lebih tinggi) cenderung tidak menggunakan strategi yang beragam saat meminta maaf kepada masyarakat (status sosial lebih rendah) dalam media sosial.

Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menggunakan model strategi tindak tutur permintaan maaf lainnya. Selain itu, dapat pula meneliti jenis tindak ilokusi lain, misalnya berterima kasih, mengajak, menolak atau menerima ajakan, yang digunakan oleh figur publik dalam berbagai media, seperti konferensi pers, video, atau media sosial dan dihubungkan dengan konteks sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abudin, B., & Sundari, H. (2021). Exploring apology strategy by Indonesian public figures: A pragmatic study in social media. *Deiksis*, 13(2), 122-133. DOI: 10.30998/deiksis.v13i2.7627
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. New York: Oxford University Press.
- Budiawan, R. Y. S. (2015, November). Kajian sosiopragmatik daya pragmatik tindak tutur pada baleho Partai Politik Nasional Demokrat (Nasdem) Yogyakarta. Dalam S. Haryanto (Ed.), *Prosiding Seminar Nasional PRASASTI II "Kajian Pragmatik dalam berbagai Bidang"* (pp. 406-412).
- Budiono, S. (2017). Strategi dan kesahihan tindak tutur meminta maaf penyanyi dangdut Zaskia Gotik dalam kasus pelecehan lambang negara. *Sirok Bastra (Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan Kantor Bahasa Kepulauan Bangka Belitung)*, (5)1, 49-55.
- Brown, P., & Levinson, S. (1978). Universals in language usage: Politeness phenomena. In E. Goody (Ed.), *Questions and politeness: Strategies in social interaction* (pp. 56-310). Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some language universals in language use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cohen, A. D. (2010). Coming to terms with pragmatics. Dalam N. Ishihara & A. D. Cohen (Eds.), *In teaching and learning pragmatics: Where language and culture meet* (pp. 3-20). New York: Routledge.
- Cohen, A. D., & Olshtain, E. (1981). Developing a measure of sociocultural competence: The case of apology. *Language Learning*, (31)1, 113-134. doi:10.1111/j.1467-1770.1981.tb01375.x.
- Dawson, C. (2007). *A practical guide to research methods: A user-friendly manual for mastering research techniques and projects (3rd edition)*. Oxford: Howtobooks Ltd.
- Gay, L. R. (1987). *Educational research competencies for analysis and application (3rd*

- ed.). London: Merrill Publishing Company.
- Goffman, E. (1971). *Relations in public: Microstructure of the public order*. Harmondsworth: Penguin.
- Hearn, A., & Schoenhoff, S. (2015). From celebrity to influencer; tracing the diffusion of celebrity value across the data stream. Dalam P. D. Marshall & S. Redmond (Eds.), *A companion to celebrity*, (pp. 194-212). New Jersey: John Wiley and Sons, Ltd.
- Holmes, J. (1990). *Language in society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huang, Y. (2015). Discussion on the influence of public figures in the dissemination of public service advertising. Dalam P. Perry & A. Moore, dkk. (Eds.), *International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE)* pp. (343-346). <https://doi.org/10.2991/icadce-15.2015.79>
- Klarifikasi. 2022. Pada KBBI Daring. Diambil 2 Juli 2022, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/klarifikasi>
- Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Murphy, J. (2014, April). Revisiting the apology as a speech act: the case of parliamentary apologies. *Journal of Language and Politics*, (14)2, 175–204. <http://doi.org/10.1075/jlp.14.2.01mur>
- Olshtain, E. & Cohen, A. D. (1983). Apology: A speech act set. Dalam N. Wofson & E. Judd. *Sociolinguistics and language acquisition*. Rowley: Newbury House Publishers.
- Rose, H., McKinley, J., & Bafooe-Djan, J. B. (2020). *Data collection research methods in applied linguistics*. London & New York: Bloomsbury Academic.
- Searle, J. R. (1976). A classification of illocutionary Acts. *Language in Society*, (5)1, 1-23. doi:10.1017/s0047404500006837.
- Soekanto, S. (2010). *Sosiologi: Suatu pengantar*. Jakarta: Rajawali.
- Syartanti, N. I., & Pidada, I. A. P. (2021, Mei). Strategi dan kesahihan pernyataan permintaan maaf gisel atas kasus video asusila: kajian pragmatik. Dalam Yanti & C.

Manara (Eds.), *Prosiding Konferensi Linguistik Tahunan (KOLITA) 19* (pp. 282–286).

Wardhaugh, R. (2010). *An introduction to sociolinguistics*. United Kingdom: Blackwell Publishers.

Wardhaugh, R., & Fuller, J. M. (2015). *An introduction to sociolinguistics: Seventh Edition*. West Sussex: John Wiley and Sons, Inc.