

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.1 Manfaat Praktis	14
1.5 Ruang Lingkup	15
1.6 Tinjauan Pustaka	18
1.7 Landasan Teori	34
1.7.1 Teori Sosiopragmatik	34
1.7.2 Teori Tindak Tutur	36
1.7.3 Teori Kesantunan	39
1.7.4 Teori Pujian dan Respons Pujian	40
1.7.5 Teori <i>Computer-Mediated Discourse Analysis</i> (CMDA)	45
1.7.6 Teori Media Sosial sebagai Konteks Komunikasi Digital	46
1.8 Metode Penelitian	48
1.8.1 Sumber Data	48
1.8.2 Tahap Penyediaan Data	55
1.8.3 Tahap Analisis Data	59
1.8.4 Tahap Penyajian Hasil Analisis Data	71
1.9 Organisasi Penyajian	72
BAB II BENTUK-BENTUK KEBAHASAAN DALAM AKTIVITAS MEMUJI DAN MERESPONS PUJIAN DI FACEBOOK	
2.1 Tindak Tutur Pujian dalam Perspektif Pragmatik	76
2.2 Bentuk Kebahasaan Nonverbal	81
2.2.1 Ikon	82
2.2.2 <i>Statement</i> (Like)	88
2.2.2.1 Evolusi Desain dan Makna	88
2.2.2.2 Fungsi Komunikatif	89
2.2.2.3 Analisis Data Kuantitatif <i>Reactions</i>	90
2.3 Bentuk Kebahasaan Verbal	95
2.3.1 Kata	97
	viii

2.3.2 Frasa	102
2.3.2.1 Klasifikasi Gramatikal Frasa Pujian	104
2.3.2.2 Relasi Makna/Gaya Bahasa dalam Frasa Pujian	105
2.3.3 Kalimat	106
2.3.3.1 Kalimat Tunggal	109
2.3.3.1.1 Kalimat Tunggal dan Unsur Pujian (UPjn)	111
2.3.3.1.2 Kalimat Tunggal dan Unsur Sapaan (USpn)	112
2.3.3.1.3 Kalimat Tunggal dan Unsur Harapan (UHrp)	115
2.3.3.1.4 Kalimat Tunggal dan Unsur Kekaguman (UKgm)	117
2.3.3.1.5 Kalimat Tunggal dan Unsur Saran (USrn)	120
2.3.3.2 Kalimat Majemuk	123
2.3.3.2.1 Kalimat Majemuk Setara	123
2.3.3.2.1.1 Kalimat Majemuk Setara Pemilihan	128
2.3.3.2.1.2 Kalimat Majemuk Setara Penambahan	129
2.3.3.2.1.3 Kalimat Majemuk Setara Pertentangan	129
2.3.3.2.1.4 Kalimat Majemuk Setara Sebab Akibat	130
2.3.3.2.1.5 Kalimat Majemuk Setara Penguatan	130
2.3.3.2.2 Kalimat Majemuk Bertingkat	130
2.4 Perspektif Sosiopragmatik dalam Aktivitas Memuji dan Merespons Pujian di FB	134
2.4.1 Kata Tunggal sebagai Penanda Solidaritas dan Identitas Kolektif	134
2.4.2 Frasa sebagai Penguat Nilai Budaya dan Religiusitas	135
2.4.3 Kalimat Tunggal dengan Unsur Sapaan (USpn)	136
2.4.4 Kalimat Majemuk sebagai Wacana Kritik Sosial dan Harapan Kolektif	138
2.4.5 Bentuk Nonverbal (<i>Reactions</i>) sebagai Pernyataan Sosiopolitik	139
2.4.6 Kesimpulan Sosiopragmatik	140
2.5 Frekuensi Kemunculan Bentuk Pujian dan Respons Pujian	141
2.5.1 Unsur Nonkebahasaan	141
2.5.1.1 Ikon (Emoji)	142
2.5.1.2 <i>Statement/Like</i>	142
2.5.2 Unsur Kebahasaan	143
2.5.2.1 Kata	143
2.5.2.2 Frasa	144
2.5.2.3 Kalimat Tunggal	144
2.5.2.4 Kalimat Majemuk	144
2.6 Pujian Bernilai Negatif dalam Perspektif Pragmatik	145
2.7 Bentuk Respons Pujian	148
2.7.1 Penerimaan Langsung (<i>Acceptance</i>)	148
2.7.2 Penerimaan dengan Modesti/Kesederhanaan (<i>Acceptance with Downgrading</i>)	149
2.7.3 Penolakan Pujian (<i>Rejection</i>)	149
2.7.4 Pengalihan Pujian (<i>Deflection or Transfer</i>)	150
2.7.5 Respons Humor (<i>Humorous Response</i>)	150
2.8 Bentuk Sentimen dalam Pujian dan Responsnya	152

2.8.1 Sentimen Positif	155
2.8.2 Sentimen Netral	156
2.8.3 Sentimen Negatif	157
2.9 Bentuk Emoji dalam Pujian dan Respons dalam FB	158
2.9.1 Emoji sebagai Penanda Sentimen Positif	158
2.9.2 Emoji sebagai Penghalus (<i>Softener</i>) dalam Respons	158
2.9.3 Emoji sebagai Penunjuk Intensitas Emosi	159
2.9.4 Emoji sebagai Penyampai Sarkasme atau Ironi	159
2.9.5 Analisis Emosional dan Sentimen Emoji dalam Pujian dan Respons	160
2.10 Bentuk Kebahasaan yang Dapat Mencirikan Masyarakat Tutur ICJ	162
2.11 Penutup	165

BAB III TOPIK-TOPIK PUJIAN DAN RESPONSNYA DALAM KOMUNITAS FACEBOOK

3.1 Pemetaan Topik-Topik Pujian di FB	168
3.1.1 Kontribusi terhadap Informasi Sosial	169
3.1.1.1 Tas	171
3.1.1.2 Uang	175
3.1.1.3 Dompot	179
3.1.1.4 Kacamata	183
3.1.1.5 Manual Peralatan Pertanian	185
3.1.2 Kepemimpinan dan Pengelolaan Komunitas	186
3.1.2.1 Penghijauan Jalan	188
3.1.2.2 Fasilitas Umum	190
3.1.2.3 Pemasangan CCTV	193
3.1.2.4 Pengawasan Remaja	196
3.1.3 Tindakan Sosial atau Bantuan kepada Sesama	199
3.1.3.1 Sepeda	200
3.1.3.2 Darah	203
3.1.3.3 Tambal Ban	205
3.1.3.4 Geber-Geber Motor	207
3.1.3.5 <i>Snake Rescue</i>	209
3.1.4 Ungkapan Humor atau Kelucuan Situasional	212
3.1.4.1 Jalan Berlubang	213
3.1.4.2 Tumpahan Oli	217
3.1.4.3 Permohonan Maaf	219
3.1.5 Pengingat Keselamatan	223
3.1.5.1 Operasi Knalpot	224
3.1.5.2 Peringatan Penunjuk Jalan	226
3.1.5.3 Jalan Berlubang/Bergelombang	229
3.1.5.4 Waspada Jalan Berair	232
3.2 Analisis Pola Interaksi Berdasarkan Topik	235
3.2.1 Kontribusi terhadap Informasi Sosial	235
3.2.2 Kepemimpinan dan Pengelolaan Komunitas	236
3.2.3 Tindakan Sosial atau Bantuan kepada Sesama	236
3.2.4 Ungkapan Humor atau Kelucuan Situasional	237

3.2.5 Peningkat Keselamatan	237
3.3 Topik yang Menimbulkan Pujian Positif dan Negatif	238
3.3.1 Topik yang Menimbulkan Pujian Positif	238
3.3.2 Topik yang Berpotensi Menimbulkan Pujian Negatif atau Respons Ambivalen	239
3.3.3 Refleksi Terhadap Variasi Respons	240
3.4 Catatan	241
BAB IV STRATEGI MAKRO DAN MIKRO UNTUK MEMUJI DAN MERESPONS PUJIAN DI FACEBOOK	243
4.1 Strategi Memuji dan Merespons Pujian	243
4.1.1 Strategi Makro dalam Pujian dan Responsnya	244
4.1.1.1 Norma Sosial dan Budaya dalam Pujian	246
4.1.1.1.1 Pengaruh Budaya dalam Pemberian Pujian	246
4.1.1.1.2 Kesopanan dan Etika dalam Pujian	247
4.1.1.1.3 Hierarki Sosial dan Pengaruh Status dalam Pujian	247
4.1.1.1.4 Dampak Media Sosial pada Norma Pujian	248
4.1.1.2 Peran Gender dan Status Sosial dalam Pujian dan Responsnya	248
4.1.1.2.1 Gender dalam Pemberian dan Respons Pujian	249
4.1.1.2.1.1 Pujian terhadap Perempuan	249
4.1.1.2.1.2 Pujian terhadap Laki-Laki	249
4.1.1.2.2 Status Sosial dalam Pemberian dan Respons Pujian	250
4.1.1.2.2.1 Pujian dari Individu Berstatus Lebih Tinggi	250
4.1.1.2.2.2 Pujian dari Individu Berstatus Setara atau Lebih Rendah	251
4.1.1.2.3 Identitas Digital Pengguna dan Strategi Pujian	251
4.1.1.3 Interaksi Gender dan Status Sosial di Media Sosial	252
4.1.1.4 Pengaruh Media Sosial sebagai Platform	252
4.1.1.4.1 Fitur Teknologi yang Mempermudah Pemberian Pujian	253
4.1.1.4.1.1 "Like" dan Emoji Reaksi	253
4.1.1.4.1.2 Komentar Teks	254
4.1.1.4.2 Dinamika Keterlibatan dan Validasi Sosial	254
4.1.1.4.2.1 Pujian sebagai Validasi Sosial	255
4.1.1.4.2.2 Dampak Pengaruh Algoritma Platform	255
4.1.1.4.2.3 Pengaruh Media Sosial terhadap Respons terhadap Pujian	255
4.1.1.4.2.4. Pembentukan Identitas Diri dan Citra Digital	257
4.1.2 Strategi Mikro dalam Tindak Tutur Memuji dan dan Merespons Pujian	257
4.1.2.1 Pilihan Kata dalam Pujian dan Responsnya	258
4.1.2.1.1 Pujian Positif vs. Pujian Berlebihan	258
4.1.2.1.2 Variasi Leksikal Berdasarkan Topik Pujian	259
4.1.2.1.3 Konteks Percakapan yang Berhubungan dengan Pujian	260
4.1.2.1.4 Teknik Mengelola Respon terhadap Pujian	260
4.1.2.1.5.1 Merendah	260
4.1.2.1.5.2 Menerima Pujian Secara Langsung	261
4.1.2.2 Strategi Grafemik untuk Ekspresivitas	261
4.1.2.3 Penggunaan Emoji sebagai Penguat Pragmatis	263

4.1.2.4 Strategi Sintaksis dalam Respons Pujian	264
4.1.2.5 Modifikasi Berdasarkan Faktor Demografis	264
4.1.2.6 Kontekstualisasi Temporal dan Spasial	265
4.1.2.7 Implementasi Strategi Mikro dalam Berbagai Konteks	265
4.1.2.8 Efektivitas Strategi Mikro	266
4.2 Pola Interaksi Antarpenerut	266
4.2.1 Pola Inisiasi dan Respons Berjenjang	269
4.2.2 Pola Berdasarkan Jenis Relasi Sosial	269
4.2.2.1 Pola Interaksi Simetris	270
4.2.2.2 Pola Interaksi Asimetris	270
4.2.3 Pola Manajemen Wajah (<i>Face Management</i>)	270
4.2.3.1 Strategi <i>Positive Face</i>	270
4.2.3.2 Strategi <i>Negative Face</i>	271
4.2.4 Pola Pembelajaran Sosial (<i>Social Learning</i>)	271
4.2.4.1 Pola Imitasi	271
4.2.4.2 Pola Koreksi Halus	271
4.2.5 Pola Berdasarkan Jenis Konten	272
4.2.5.1 Konten Bantuan Darurat	272
4.2.5.2 Konten Pencapaian Personal	272
4.2.5.3 Konten Informasi Rutin	272
4.2.6 Pola Temporal Interaksi	272
4.2.6.1 Pola Respons Cepat	272
4.2.6.2 Pola Respons Tertunda	273
4.2.7 Pola Jejaring Sosial	273
4.2.7.1 Pola Hubungan Terpusat (<i>Centralized</i>)	273
4.2.7.2 Pola Hubungan Terdistribusi (<i>Distributed</i>)	273
4.2.8 Pola Eskalasi dan De-eskalasi	273
4.2.9 Pola Pembentukan Identitas Kolektif	274
4.2.10 Pola Adaptasi Teknologi	274
4.2.10.1 Pola Multimodal	274
4.2.10.2 Pola <i>Platform-specific</i>	274
4.3 Pemilihan Strategi	275
4.3.1 Faktor Penentu Pemilihan Strategi	282
4.3.1.1 Faktor Identitas Personal	282
4.3.1.2 Faktor Relasional	282
4.3.1.3 Faktor Budaya dan Norma Lokal	283
4.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Strategis	283
4.3.2.1 Penilaian Awal	283
4.3.2.2 Pemilihan Strategi Makro Berdasarkan Matriks Keputusan	284
4.3.3 Pengaruh Media Digital terhadap Pemilihan Strategi	284
4.4 Aplikasi Strategi dalam Merespons Pujian	285
4.5 Dampak Pemilihan Strategi	287
4.6 Catatan	290

BAB V RELASI SOSIAL DAN GENDER DALAM PEMILIHAN BENTUK DAN STRATEGI PUJIAN DI MEDIA SOSIAL	293
--	-----

5.1	Pendahuluan	293
5.2	Relasi Sosial dan Pilihan Strategi Pujian	294
5.2.1	Relasi Dekat dan Strategi Pujian Positif	294
5.2.2	Relasi Jauh dan Strategi Tidak Langsung	295
5.2.3	Pujian dalam Hubungan Hierarkis	296
5.3	Konstruksi Gender dalam Strategi dan Respons Pujian	297
5.3.1	Pujian oleh Penutur Perempuan	297
5.3.2	Pujian oleh Penutur Laki-laki	298
5.4	Interseksionalitas Relasi Sosial dan Gender	298
5.4.1	Pujian Lintas Gender dalam Relasi Jauh	299
5.4.2	Pujian dalam Relasi Dekat Lintas Gender	299
5.5	Multimodalitas dan Pujian Visual di Media Sosial	300
5.5.1	Emoji dan Strategi Pujian	300
5.5.2	Stiker dan Visualisasi Humor	300
5.5.3	Strategi Respons Pujian Berdasarkan Gender	301
5.5.4	Humor, Ironi, dan Pujian Terselubung	302
5.6	Penutup	302
BAB VI PENUTUP		
6.1	Kesimpulan	305
6.2	Kebaruan Penelitian	306
6.3	Implikasi dan Saran	307
6.3.1	Implikasi Teoretis	308
6.3.2	Implikasi Praktis	308
6.3.3	Saran untuk Penelitian Mendatang	309
6.4	Kontribusi untuk Pengembangan Masyarakat	309
DAFTAR RUJUKAN		310
DAFTAR LAMAN		317

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penahapan Pembahasan	74
Tabel 2.1	Aneka Emoji dalam FB	84
Tabel 2.2	Perbedaan Emotikon dan Emoji	88
Tabel 2.3	Aneka <i>Reactions</i> dalam Like Status FB dan Kuantitasnya	91
Tabel 2.4	Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kata	97
Tabel 2.5	Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Frasa	103
Tabel 2.6	Contoh Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat	106
Tabel 2.7	Contoh Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat Tunggal	110
Tabel 2.8	Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat Tunggal dan Unsur Sapaan	112
Tabel 2.9	Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat Tunggal dan Unsur Harapan	115
Tabel 2.10	Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat Tunggal dan Unsur Kekaguman	118
Tabel 2.11	Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat Tunggal dan Unsur Saran	120
Tabel 2.12	Contoh Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat Majemuk Setara	123
Tabel 2.13	Contoh Tuturan Pujian dan Respons Pujian dalam FB Berbentuk Kalimat Majemuk Bertingkat	131
Tabel 2.14	Frekuensi Kemunculan Bentuk Pujian	145
Tabel 2.15	Aspek dan Kategori Respons dan Sentimen	152
Tabel 2.16	Aspek dan Sifat Respons dan Sentimen	154
Tabel 2.17	Skor Sentimen dalam Memuji dan Merespons Pujian	155
Tabel 2.18	Sentimen dan Kategori Respons FB	157
Tabel 2.19	Fungsi Emoji dalam FB	159
Tabel 2.20	Daftar Emoji sebagai Penguat Sentimen Pujian dan Responsnya	160
Tabel 3.1	Topik Penemuan Tas	171
Tabel 3.2	Topik Penemuan Uang	175
Tabel 3.3	Topik Penemuan Dompot	179
Tabel 3.4	Topik Penemuan Kacamata	184
Tabel 3.5	Topik Penemuan Manual Peralatan Pertanian	185
Tabel 3.6	Topik Penghijauan Jalan	188



Tabel 3.7	Topik Fasilitas Umum	190
Tabel 3.8	Topik Pemasangan CCTV	194
Tabel 3.9	Topik Pengawasan Remaja	197
Tabel 3.10	Topik Penemuan Sepeda	201
Tabel 3.11	Topik Keperluan Darah	203
Tabel 3.12	Topik Tambal Ban	206
Tabel 3.13	Topik Geber-geber Motor	207
Tabel 3.14	Topik <i>Snake Rescue</i>	210
Tabel 3.15	Topik Jalan Berlubang	213
Tabel 3.16	Topik Tumpahan Oli	217
Tabel 3.17	Topik Permohonan Maaf	219
Tabel 3.18	Topik Operasi Knalpot	224
Tabel 3.19	Topik Peringatan Penunjuk Jalan	226
Tabel 3.20	Topik Jalan Berlubang/Bergelombang	229
Tabel 3.21	Topik Waspada Jalan Berair	232
Tabel 3.22	Frekuensi Kemunculan Topik Pujian	235
Tabel 4.1	Contoh Implikasi Strategi Makro dalam Memuji dan Merespons	246
Tabel 4.2	Contoh Implikasi Strategi Mikro dalam Memuji dan Merespons	259
Tabel 4.3	Perbedaan Kontributif vs. Responsif	268
Tabel 4.4	Contoh Pemilihan Strategi	284

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Tahap Penyediaan Data	64
Bagan 1.2	Tahap Analisis Data	70
Bagan 2.1	Bentuk Respons Pujian	151
Bagan 4.1	Strategi Makro dalam Memuji dan Merespons Pujian dalam FB	276
Bagan 4.2	Strategi Mikro dalam Memuji dan Merespons Pujian dalam Facebook	278

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh-contoh Emoji	83
Gambar 2.2	Contoh-contoh Stiker	84
Gambar 2.3	Contoh-contoh Emoji 14.0 dalam <i>Reactions</i> dalam Tombol Like	89
Gambar 2.4	Contoh-contoh Emoji dalam Tombol Like Pra-14.0	89
Gambar 2.5	Contoh Emoji <i>Care</i> dalam Tombol Like	89

DAFTAR SINGKATAN

ATM	<i>Automatic Teller Machine/Anjungan Tunai Mandiri</i>
BImp	Bentuk Imperatif
CA	<i>Conversation Analytics</i>
CCTV	Closed-Circuit Television
CMC	<i>Computer Mediated Communication</i>
CR	<i>Compliment Respons</i>
CuDA	<i>Cultural Discourse Approach</i>
DCT	<i>Discourse Completion Task</i>
FB	<i>Facebook</i>
FTA	<i>Face-Threatening-Art/</i>
HP	<i>Handphone</i>
ICJ	Info Cegatan Jogja
Ind	Indonesia
Jw	Jawa
KCr	Keterangan Cara
Ket	Keterangan
KK	Kartu Keluarga
KPeny	Keterangan Penyerta
KTpt	Keterangan tempat
KTuj	Keterangan Tujuan
KWIC	<i>Key Word in Context</i>
KWkt	Keterangan Waktu
NIK	Nomor Induk Kependudukan
O	Objek
P	Predikat
Pel	Pelengkap
PJR	Patroli Jalan Raya
PKL	Pedagang Kaki Lima
POLRI	Kepolisian Negara Republik Indonesia
S	Subjek
SBLC	Simak Bebas Libat Cakap
STNK	Surat Tanda Nomor Kendaraan
TNI	Tentara Nasional Indonesia
UHrp	Unsur Harapan
UKgm	Unsur Kekaguman
UMf	Unsur Permaafan
UPhg	Unsur Penghargaan
UPjn	Unsur Pujian
USpn	Unsur Sapaan
USrn	Unsur Saran
WA	Whatsapp