

KETIDAKSANTUNAN BERBAHASA DALAM ULASAN DARING PELANGGAN *GOFOOD* DI KECAMATAN WIYUNG

Nur Tri Dwi Lestari

Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
nur.19044@mhs.unesa.ac.id

Agusniar Dian Savitri

Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
agusniarsavitri@unesa.ac.id

Abstrak

Ulasan daring pelanggan menampilkan penilaian langsung berupa tuturan positif dan negatif. Namun pelanggan sering kali menggunakan tuturan yang tidak santun. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan ketidaksantunan berbahasa dan pelanggaran maksim kesantunan dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung. Penelitian ini menggunakan teori ketidaksantunan berbahasa Culpeper, kemudian dianalisis dengan ketidaksantunan dalam ulasan daring menurut Feng dan Ren yang mengemukakan bahwa wujud ketidaksantunan berupa penyerangan 'wajah' tidak hanya terbatas pada citra diri seseorang, tetapi juga pada atribut dari suatu entitas seperti restoran. Penelitian ini juga menggunakan teori prinsip kesantunan Leech untuk menelaah pelanggaran maksim kesantunan dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung. Pendekatan penelitian menggunakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan suatu fenomena secara lengkap dan membuktikan ke dalam data yang akan diteliti. Sumber data dalam penelitian ini diambil dari ulasan daring pelanggan dalam layanan *GoFood* pada masing-masing dua restoran cepat saji nasional dan internasional di Kecamatan Wiyung dengan data penelitian berupa tuturan ketidaksantunan. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah metode simak dan teknik catat, sehingga membutuhkan instrumen pengumpulan data yaitu *human instrument*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode padan ekstralingual, maka dari itu membutuhkan instrumen analisis data, yaitu tabel analisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ulasan dengan ketidaksantunan langsung kategori positif dan negatif, serta ketidaksantunan tidak langsung implisit dan sarkasme. Keempat kategori tersebut ditemukan penunjuk kesalahan berdasarkan produk, pelayanan, harga, rasa, dan aroma. Terakhir adalah pelanggaran maksim kebijaksanaan, kedermawanan, penerimaan, kerendahan hati, kesetujuan, dan kesimpatian dalam tuturan ketidaksantunan ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung.

Kata Kunci: ketidaksantunan, ulasan daring, *GoFood*.

Abstract

Online customer reviews feature direct assessments in the form of positive and negative speech. However, customers often use impolite speech. This study aims to describe language impoliteness and violations of politeness maxims in online reviews of GoFood customers in Wiyung District. This study uses Culpeper's theory of language impoliteness, then analysed with the impoliteness in online reviews according to Feng and Ren who suggest that the form of impoliteness in the form of 'face' attacks is not only limited to a person's self-image, but also to the attributes of an entity such as a restaurant. This study also uses Leech's politeness principle theory to examine the violation of politeness maxims in online reviews of GoFood customers in Wiyung District. The research approach uses qualitative research which aims to describe or explain a phenomenon completely and prove into the data to be studied. The data sources in this study were taken from online reviews of customers in GoFood services at each of two national and international fastfood restaurants in Wiyung District with research data in the form of impoliteness utterances. The data collection method of this research is the listening method and note-taking technique, thus requiring a data collection instrument, namely a human instrument. The data analysis method used is the extralingual pairing method, so it requires a data analysis instrument, namely a data analysis table. The results of this study show reviews with positive and negative categories of direct impoliteness, as well as implicit indirect impoliteness and sarcasm. The four categories are found to be fault pointers based on product, service, price, flavour, and aroma. Finally, the violation of the maxims of tact, generosity, approbation, modesty, agreement, and sympathy in the impoliteness speech of GoFood customers' online reviews in Wiyung District.

Keywords: *impoliteness, online reviews, GoFood*

PENDAHULUAN

Ulasan dapat menggambarkan rasa kepuasan, bahkan kekecewaan pelanggan. Ungkapan rasa kepuasan atau kekecewaan pelanggan berkaitan dengan fungsi, bentuk produk dan layanan penjual sesuai ekspektasi mereka. Ulasan daring pelanggan dapat menjadi nilai produk yang tampak karena pelanggan telah memakai atau mengonsumsi produk tersebut. Sejalan dengan ulasan yang dapat menggambarkan ekspektasi pelanggan melalui tuturan dalam kolom komentar, rasa kepuasan atau kekecewaan juga dapat dicermati dari ulasan tersebut.

Ulasan daring produk makanan dapat ditemukan di media daring, baik melalui aplikasi *e-commerce* maupun layanan pesan-antar. Salah satu layanan pesan-antar makanan terpopuler yang berada pada peringkat kedua dari jasa pesan-antar makanan terbesar di dunia dan peringkat pertama jasa pesan antar makanan terbesar di Indonesia yaitu *GoFood* menampilkan berbagai ulasan daring pelanggan di setiap restoran.

Ulasan daring produk makanan menampilkan penilaian langsung pelanggan, bahkan dari tiap menu yang dipesan pelanggan karena adanya fitur peringkat dengan ikon bintang (*rating*) dan komentar. Fitur penilaian daring produk makanan mengandung ulasan positif dan negatif. Tuturan dalam ulasan pelanggan pada kolom komentar dapat menampilkan kepuasan maupun kekecewaan. Ulasan pelanggan menunjukkan tuturan penggunaan kata-kata pelanggan terhadap produk makanan yang dipesannya. Sayangnya, tuturan pelanggan dalam ulasan daring produk makanan sering menggunakan tuturan yang tidak santun.

Misalnya, salah satu ulasan daring pada restoran Gacoan, "*Pesanan minuman tidak sesuai yang dipesan, kalo mau ganti konfirmasi ke pembeli kalo emang yang dipesan gak ada.*" Ulasan tersebut menyatakan keluhan terhadap layanan pegawai yang dianggap kurang kompeten karena tidak mengonfirmasi terlebih dahulu.

Berdasarkan fenomena tersebut, permasalahan umum dalam penelitian ini mengidentifikasi bentuk ketidaksantunan berbahasa dan menemukan pelanggaran maksim kesantunan dalam ulasan daring pelanggan layanan *GoFood* di Kecamatan Wiyung. Lingkup penelitian ini ialah restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung. Tingginya minat pelanggan pada jenis restoran cepat saji membuat restoran jenis ini membuka banyak cabang di hampir seluruh daerah di Indonesia, khususnya Surabaya sehingga memudahkan akses pelanggan. Kecamatan Wiyung menjadi salah satu daerah yang sedang berkembang pesat di Surabaya. Hal ini karena Kecamatan Wiyung menjadi salah satu kawasan di daerah

Surabaya Barat yang ramai dan marak perkembangan hunian, fasilitas pendidikan, hiburan, dan restoran baru pada tiga tahun terakhir. Oleh sebab itu, pilihan layanan pesan-antar *GoFood* di Kecamatan Wiyung sangat lengkap, khususnya restoran cepat saji. Batasan objek penelitian yang diteliti berupa ulasan daring pelanggan dari masing-masing dua restoran cepat saji nasional dan internasional dalam layanan *GoFood*, yakni Gacoan, Hokben, KFC, dan *Burger King*.

Studi ketidaksantunan berhubungan dengan studi kesantunan serta orientasi masyarakat pada hal yang santun. Strategi ketidaksantunan Culpeper (2008: 36) mengambil dasar dari strategi kesantunan berdasarkan konsep keinginan wajah yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson (1983). Ketidaksantunan berbahasa adalah wujud perilaku yang dapat menimbulkan atau menyebabkan konflik sosial atau disharmoni sosial. Ketidaksantunan berbahasa Culpeper (2008: 36) mengklasifikasikan tuturan ketidaksantunan sebagai bentuk penyerangan 'wajah'.

Ketidaksantunan dapat ditemui dalam salah satu bentuk komunikasi dunia maya, yakni fitur ulasan daring. Ulasan daring pelanggan mencerminkan pengalaman belanja dan penggunaan produk konsumen pasca pembelian sehingga mengandung fakta. Tuturan penyerangan 'wajah' dalam ulasan daring memerlukan kategori khusus untuk menganalisis strategi ketidaksantunan yang digunakan pelanggan. Oleh sebab itu, ulasan daring negatif yang memuat ketidaksantunan dapat berarti 'kehilangan muka' penjual saat konsep dirinya diserang oleh pelanggan/pengulas. Konsep ini tidak hanya berdasar pada konsep diri seseorang, tetapi juga pada atribut dari suatu entitas seperti restoran, tempat individu 'menginventasikan' wajahnya. Ketidaksantunan Feng dan Ren (2020) memuat kategori khusus untuk menganalisis ulasan daring pelanggan. Studi yang telah dilakukan oleh Feng dan Ren (2020) tentang *Impoliteness in Negative Online Consumer Review: a Cross-language and Cross-sector Comparison* mengklasifikasikan ketidaksantunan dalam ulasan daring menjadi dua bentuk/strategi, yaitu ketidaksantunan langsung (*on-record impoliteness*) dan ketidaksantunan tidak langsung (*off-record impoliteness*). Adapun penjelasan terkait kedua bentuk/strategi tersebut sebagai berikut:

1. Ketidaksantunan langsung (*On-record impoliteness*) merupakan ulasan yang mengandung ketidaksantunan langsung, mengancam wajah positif atau negatif penjual secara langsung. Ketidaksantunan ini terdiri dari ketidaksantunan positif dan ketidaksantunan negatif.

- a. Kategori ketidaksantunan positif terdiri dari, a) ulasan yang mempertanyakan kualitas dan keaslian dari produk yang telah dibeli; b) ulasan yang mengkritik produk layanan, purna jual, atau logistik secara langsung, serta; c) ulasan yang menggunakan kata-kata tabu.
 - b. Ketidaksantunan negatif terdiri dari a) ulasan yang diekspresikan melalui rasa kekecewaan, kemarahan, dan kejengkelan, serta; b) ulasan yang menginginkan pelayanan lebih jauh, menanyakan bisnis, atau membuat pesanan.
2. Ketidaksantunan tidak langsung (*Off-record impoliteness*) yaitu ulasan yang mengandung ketidaksantunan tidak langsung secara implisit, melalui implikatur ulasan daring negatif pelanggan. Ketidaksantunan ini terdiri dari ketidaksantunan implisit dan sarkasme.
- c. Kategori ketidaksantunan implisit yakni, a) ulasan yang menyarankan untuk berhati-hati dalam membeli kepada pelanggan lain; b) ulasan yang menunjukkan keraguan dan masalah yang belum terselesaikan; c) ulasan yang menyalahkan produk, layanan, purna jual, atau logistik secara tidak langsung, dan; d) ulasan yang membandingkan produk atau layanan yang telah dibeli dengan tempat/restoran lain.
 - d. Sarkasme terdiri dari, a) ulasan yang menunjukkan candaan yang kurang baik tentang produk yang telah dibeli dalam bentuk pertanyaan retorik, serta; b) ulasan yang nampak baik di permukaan tapi dimaksudkan sebagai penyerangan citra perusahaan/ produk.

Prinsip kesantunan yang dikemukakan Leech (1983) terdiri dari enam maksim yang perlu diperhatikan agar tuturan dikategorikan santun (Rahardi, 2016: 58). Maksim merupakan kaidah kebahasaan yang mengutarakan keyakinan-keyakinan berdasarkan prinsip kerja sama dan prinsip kesopanan. Keenam maksim yang dikemukakan Leech, yaitu (a) maksim kebijaksanaan, (b) maksim kedermawanan, (c) maksim penerimaan, (d) maksim kerendahan hati, (e) maksim kesetujuan, dan (f) maksim kesimpatian. Pelanggaran maksim kesantunan digunakan untuk menganalisis makna ketidaksantunan yang terdapat dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung.

METODE

Penelitian mengenai ketidaksantunan berkaitan dengan metode penelitian kualitatif berdasarkan fenomena sosial, budaya, dan tingkah laku manusia. Jenis penelitian deskriptif berarti analisis dapat berupa penggambaran atau deskripsi. Penelitian ini akan mengumpulkan ulasan

daring berdasarkan ketidaksantunan berbahasa pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung. Hasil akhir penelitian akan dilaporkan dalam bentuk pembahasan yang memuat klasifikasi dan analisis data. Sumber data berupa ulasan daring pelanggan dalam layanan *GoFood* pada masing-masing dua restoran cepat saji nasional dan internasional yaitu Gacoan, Hokben, KFC, dan *Burger King* di Kecamatan Wiyung. Restoran cepat saji yang dipilih merupakan restoran baru yang dibuka sekitar 1-3 tahun di Kecamatan Wiyung. Data yang diteliti berupa tuturan ketidaksantunan sejak Oktober 2022 sampai 2023 ulasan daring pelanggan dalam layanan *GoFood* pada Gacoan, Hokben, KFC, dan *Burger King*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode simak dilanjutkan dengan teknik simak bebas libat cakap, dan teknik catat. Istilah menyimak tidak hanya digunakan pada penggunaan bahasa lisan, tetapi juga dapat digunakan pada penggunaan bahasa secara tertulis. Teknik simak bebas libat cakap, yaitu peneliti hanya berperan sebagai pengamat penggunaan bahasa oleh para informannya atau antar-penuturnya. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik lanjutan catat untuk mencatat data-data yang telah diperoleh kemudian diteliti. Teknik catat digunakan guna mentranskripsi tuturan berupa ulasan tertulis yang mengandung ketidaksantunan berbahasa.

Penelitian ini menggunakan *human instrument* sebagai kunci dalam pengumpulan data yang bertujuan untuk mengumpulkan data ketidaksantunan berbahasa dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung. Sebelum data dikumpulkan, data diambil dari ulasan-ulasan daring pelanggan dengan rating 1-3 pada restoran cepat saji Gacoan, Hokben, KFC, dan *Burger King*. Kemudian, data diklasifikasikan dalam tabel pengumpulan data. Adapun langkah-langkah atau prosedur dalam pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) membuka fitur layanan *GoFood* pada aplikasi Gojek,
- 2) memilih restoran cepat saji nasional dan internasional di Kecamatan Wiyung,
- 3) menyimak penggunaan bahasa dalam tuturan pelanggan restoran pada ulasan daring dari *rating* 1-3,
- 4) mencatat penggunaan bahasa pelanggan dalam ulasan daring pada empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung.

Teknik analisis data yang digunakan ialah metode padan ekstralingual. Menurut Mahsun (2005: 111) metode padan ekstralingual adalah metode menghubungkan-membandingkan makna unsur-unsur yang berada di luar bahasa, seperti konteks, tuturan, dan lain-lain. Teknik yang digunakan untuk menerapkan metode padan ini ialah teknik dasar pilah unsur penentu, yaitu tuturan bernuansa tidak santun dipilih dan dipisah sesuai unsur penentu. Langkah selanjutnya melakukan analisis bentuk ketidaksantunan berbahasa dan pelanggaran maksim

kesantunan pada penggunaan bahasa dalam tuturan ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung yang terdapat ketidaksantunan di dalamnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, maka klasifikasi penyajian data berupa tabel ketidaksantunan berbahasa dan pelanggaran maksim kesantunan dalam ulasan daring layanan *GoFood* di Kecamatan Wiyung. Sebanyak 100 data tuturan ulasan daring pelanggan dalam rentang waktu satu tahun dari restoran Gacoan, Hokben, KFC, dan *Burger King* di Kecamatan Wiyung yang terafiliasi layanan *GoFood*. Berikut ini deskripsi hasil analisis data.

1. Ketidaksantunan dalam Ulasan Daring Menurut Feng dan Ren

Tuturan ketidaksantunan ulasan daring pelanggan *GoFood* seperti yang dikemukakan oleh Feng dan Ren (2020) mengklasifikasikan dua jenis ketidaksantunan berdasarkan bentuk tuturannya, kemudian pada masing-masing jenis tuturan ada dua kategori/sub-strategi sesuai ketentuan ketidaksantunannya. Oleh sebab itu, hasil ketidaksantunan dalam ulasan daring memaparkan empat kategori/sub-strategi yaitu: ketidaksantunan langsung positif, ketidaksantunan langsung negatif, ketidaksantunan tidak langsung implisit, dan ketidaksantunan tidak langsung sarkasme. Jumlah keseluruhan tuturan dalam ulasan daring yang mengandung ketidaksantunan langsung (*on-record*) ditemukan sebanyak 59 data, sedangkan ketidaksantunan tidak langsung (*off-record*) sebanyak 41 data.

Bagian pertama ialah tuturan ketidaksantunan langsung (*on-record impoliteness*) kategori positif yang menunjukkan sebanyak 48 data. Tuturan ulasan daring pelanggan dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung menunjukkan lima bentuk kesalahan yaitu produk, harga, aroma, rasa, dan pelayanan. Berikut beberapa data untuk mewakili lima bentuk kesalahan dalam kategori ketidaksantunan langsung positif.

Tabel 1 Ketidaksantunan Langsung Positif

No	Tuturan	Kesalahan	Keterangan
1.	Pesanan saya tdk sesuai, psn es pocong dan es dikasih es sundel bolong (R1/GC/01)	produk	Es pocong diberi es sundel bolong
2.	MAHAL dan porsi sedikit. kemasan gak bagus masak	harga	Tidak sesuai porsi dan bentuk kemasan

	steorofom (R1/GC/04)		
3.	Chicken rol sama ekado gorengnya bau minyak tengik, parah udah berapa kali ga diganti minyaknya, ga seperti biasanya (R2/HB/10)	aroma	Tidak konsisten dan higienis
4.	spagheti supreme hambar.. ayamnya kecil dan hambar.. beda dari kfc lainnya (R3/KFC/12)	rasa	Tidak konsisten daripada cabang lain
5.	pesenannya kurang satu, pak gojeknya gak tau karna tidak membuka segel kemasan, restonya yang kurang memberikan pesanannya (R4/BK/07)	pelayanan	Tidak memperhatikan kelengkapan pesanan

Tuturan ketidaksantunan langsung positif mengategorikan tuturan yang (a) mempertanyakan kualitas dan keaslian produk, (b) mengkritik produk layanan atau logistik secara langsung, dan (c) menggunakan kata-kata tabu. Berdasarkan kategori tersebut, tuturan ketidaksantunan langsung positif menunjukkan tuturan yang blak-blakan, cenderung merendahkan tanpa memberikan solusi. Tuturan pengulas mengungkapkan sikap kecewa, marah, atau jengkel melalui kritik tajam yang merujuk langsung kesalahan penjual atau pihak restoran.

Pada data nomor 1 terdapat tuturan tidak santun pelanggan Gacoan yang sama-sama mengeluhkan kesalahan produk. Pelanggan pada data nomor 1 memesan es pocong, tetapi diberi es sundel bolong. Pelanggan mengkritik langsung kesalahan penjual dengan kalimat "pesanan saya tdk sesuai." Pada data nomor 2, pelanggan Gacoan mengeluhkan harga yang tidak sesuai porsi dan bentuk sterofoam. Pelanggan merendahkan produk dengan kata-kata "MAHAL...sedikit....gak bagus" untuk menunjukkan kesalahan langsung penjual. Lalu, pada data tuturan nomor 3 pelanggan Hokben memprotes aroma produk dengan ulasan yang tampak mengejek, seperti "bau minyak tengik." Pelanggan juga menyangsikan penggunaan bahan baku tidak konsisten dan higienis yang

tampak pada “*parah udah berapa kali ga diganti minyaknya.*” Selanjutnya, pelanggan KFC dalam data nomor 4 mengeluhkan tentang rasa. Pelanggan KFC mengeluhkan rasa yang hambar, sehingga tidak konsisten dibandingkan cabang lain. Pelanggan KFC tersebut mencela dengan kata-kata “*hambar dan kecil*”, kemudian merendahkan cabang KFC Wiyung dibandingkan cabang lain pada “*beda dari KFC lainnya.*” Pada data tuturan nomor 5 pelanggan *Burger King* memprotes tentang pelayanan. Pelanggan *Burger King* mengeluhkan pesanan yang kurang lengkap. Pelanggan tersebut mengecam kesalahan langsung penjual pada “*pesenannya kurang satu... restonya yang kurang memberikan pesannya.*” Pelanggan juga menyertakan kerugian pihak lain, yakni jasa kirim yang hanya bertugas mengantarkan pesanan untuk menunjukkan kesalahan penjual dengan kalimat “*pak gojeknya gak tau karna tidak membuka segel kemasan.*”

Berdasarkan analisis di atas, ketidaksantunan langsung positif menunjukkan keluhan langsung pelanggan terhadap kesalahan penjual dengan kritik tajam. Keluhan langsung dengan kritik tajam ditandai dengan penggunaan kata, klausa, atau kalimat seperti “*pesanan saya tdk sesuai*”, “*gak bagus*”, “*bau minyak tengik*”, “*gak enak*”, dan lain-lain. Ketidaksantunan dalam kategori ini ditunjukkan secara terang-terangan menyerang ‘wajah’ penjual atau pihak restoran.

Bagian kedua tuturan ketidaksantunan langsung (*on-record impoliteness*) kategori negatif menunjukkan sebanyak 11 data. Tuturan ulasan daring pelanggan dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung menunjukkan tiga bentuk kesalahan yaitu rasa, pelayanan, dan produk. Berikut beberapa data untuk mewakili tiga bentuk kesalahan dalam kategori ketidaksantunan langsung negatif.

Tabel 2 Ketidaksantunan Langsung Negatif

No	Tuturan	Kesalahan	Keterangan
1.	rasanya beda dengan yang dulu. hambar, ada pahitnya... maaf ya.. sebagai instropeksi aja untuk jaga kualitas.. tetap semangat dan semoga sukses selalu (R1/GC/07)	rasa	Tidak konsisten
2.	entah kenapa terlalu banyak menu dan pegawai kurang,	pelayanan	Waktu pelayanan

	disini selalu antri dan pelayanan lambat sekali, dari sekian kali order hanya sesekali saja waktu pelayanan tepat, driver pun sering minta maaf walau keterlambatan bukan pihak mereka tapi mereka merasa bertanggung jawab atas keterlambatan pengiriman. Harus ada evaluasi nihh untuk hokben kitchen Menganti Wiyung (R2/HB/21)		
3.	Di dalam burger ada rambut panjang tolong diperhatikan dan seharusnya pelanggan diberi kompensasi (R4/BK/16)	produk	Tidak higienis

Tuturan ketidaksantunan langsung negatif mengategorikan tuturan yang (a) mengekspresikan rasa kekecewaan, kemarahan, dan kejengkelan; serta, (b) menginginkan pelayanan lebih jauh. Layanan yang diinginkan dapat berupa solusi atau saran pelanggan. Ketidaksantunan langsung negatif mengekspresikan kemarahan, kejengkelan, atau kekecewaan pelanggan, tetapi disertai solusi yang diharapkan pelanggan untuk perbaikan produk serta layanan berikutnya. Solusi berupa saran dalam tuturan ketidaksantunan langsung negatif membedakannya dengan ketidaksantunan langsung positif, meskipun masih menunjukkan kritik tajam pelanggan.

Tuturan tidak santun dalam data nomor 1 pelanggan Gacoan memprotes rasa produk. Pelanggan Gacoan mengeluhkan rasa yang hambar dan pait. Hal ini menunjukkan rasa dari resep produk yang tidak konsisten dengan kalimat, “*rasanya beda dengan yang dulu.*” Oleh sebab itu, pelanggan mengharapkan instropeksi penjual untuk menjaga kualitas produk, yaitu ditunjukkan pada “*sebagai instropeksi aja untuk jaga kualitas.*” Pada data

nomor 2 pelanggan Hokben mengeluhkan pelayanan. Pelanggan Hokben memprotes pelayanan yang lambat, sehingga tidak sesuai estimasi pengiriman dengan kalimat *“disini selalu antri dan pelayanan lambat sekali.”* Pelanggan juga menyertakan kerugian pihak jasa kirim yang merasa ikut bertanggung jawab terhadap kesalahan penjual dengan kalimat *“driver pun sering minta maaf walau keterlambatan bukan pihak mereka tapi mereka merasa bertanggung jawab atas keterlambatan pengiriman.”* Oleh karena itu, pelanggan juga menyarankan evaluasi penjual pada *“Harus ada evaluasi nihh untuk hokben kitchen Menganti Wiyung.”* Sebaliknya, pada data nomor 3 pelanggan *Burger King* mengeluhkan kesalahan produk. Pelanggan *Burger King* memprotes produk yang tidak higienis dengan kalimat *“di dalam burger ada rambut panjang.”* Selanjutnya, pelanggan meminta agar penjual memperhatikan kembali kebersihan dan memberikan kompensasi dari kesalahan penjual tersebut dengan kalimat *“tolong diperhatikan dan seharusnya pelanggan diberi kompensasi.”*

Berdasarkan analisis di atas, ketidaksantunan langsung negatif menunjukkan keluhan dengan kritik tajam tetapi disertai solusi atau saran agar penjual dapat memperbaiki kesalahannya. Tuturan yang mengandung solusi atau saran dalam kategori ini masih menunjukkan kata, klausa, dan kalimat seperti *“instropeksi untuk jaga kualitas”*, *“tolong diperhatikan”*, *“harus ada evaluasi nihh”*, dan *“seharusnya.”* Walaupun kategori ini masih menyerang secara terang-terangan ‘wajah’ penjual, pelanggan masih mengharapkan atau menyarankan perbaikan kesalahan kepada pihak restoran cepat saji.

Bagian ketiga ialah tuturan ketidaksantunan tidak langsung (*off-record impoliteness*) kategori implisit menunjukkan sebanyak 39 data. Tuturan ulasan daring pelanggan dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung menunjukkan empat bentuk kesalahan yaitu produk, rasa, pelayanan, dan harga. Berikut beberapa data untuk mewakili empat bentuk kesalahan dalam kategori ketidaksantunan tidak langsung implisit.

Tabel 3 Ketidaksantunan Tidak Langsung Implisit

No	Tuturan	Kesalahan	Keterangan
1.	Di gambar ada slada kenapa saat diorder tdk spt yg ditayang di gambar (R4/BK/23)	produk	Penyajian tidak sesuai
2.	Sepertinya salah level. biasanya level 3 gak begitu pedes, tapi ini	rasa	Tidak konsisten

	kayak level 9 (R1/GC/08)		
3.	burgernya sudah dingin padahal amat dekat rumah, biasanya beli di mcd itu lebih jauh tapi masih panas (dari rute gojeknya cepet dan sesuai) i'm so sorry to say that (R3/KFC/04)	pelayanan	Waktu pelayanan
4.	enakan yg beli di idm (baca: indomaret) point (R4/BK/25)	harga	Harga dibandingkan dengan produk bisnis ritel

Tuturan ketidaksantunan tidak langsung implisit mengategorikan tuturan yang (a) menyarankan untuk berhati-hati dalam membeli produk kepada pelanggan lain, (b) menunjukkan keraguan dan masalah yang belum terselesaikan, (c) menyalahkan produk, layanan, atau logistik secara tidak langsung, (d) membandingkan produk atau layanan yang telah dibeli dengan tempat lain. Tuturan ketidaksantunan tidak langsung menunjukkan keluhan atau protes yang tidak langsung menyebutkan kesalahan penjual. Pelanggan tidak secara blak-blakan atau tidak terang-terangan menyatakan kritiknya.

Pada tuturan tidak santun data nomor 1 pelanggan *Burger King* mengeluhkan kesalahan produk. Pelanggan *Burger King* secara tidak langsung mengeluhkan penyajian yang tidak sesuai tampilan gambar di aplikasi dengan mempertanyakan perbedaan visual dan kenyataan produk. Tuturan yang dinyatakan pelanggan tersebut yaitu *“kenapa saat diorder tdk spt yg ditayang di gambar.”* Selanjutnya, pada data nomor 2 pelanggan Gacoan mengeluhkan rasa produk yang tidak konsisten. Pelanggan Gacoan secara tidak langsung meragukan rasa produk yang tidak seperti biasanya dengan kalimat *“sepertinya salah level.”* Pelanggan KFC dalam data nomor 3 secara tidak langsung memprotes pelayanan penjual. Pelanggan KFC secara tidak langsung mengeluhkan waktu pelayanan yang lambat karena produk yang dibeli telah dingin dengan kalimat, *“burgernya sudah dingin padahal amat dekat rumah.”* Pelanggan membandingkan jarak pengiriman dengan kompetitor lain yang jaraknya lebih jauh, tetapi produk masih panas pada kalimat *“biasanya beli di mcd itu lebih jauh tapi masih panas (dari rute gojeknya cepet dan sesuai).”* Pada data nomor 4 pelanggan *Burger King* secara tidak langsung mengeluhkan harga produk dengan membandingkan produk milik bisnis ritel

yang juga menjual produk sejenis. Keluhan tersebut dinyatakan dengan kalimat “*enakan yg beli di idm.*” Harga produk bisnis ritel yang menjual produk sejenis, seperti ayam goreng tentu lebih murah daripada restoran cepat saji.

Berdasarkan analisis di atas, ketidaksantunan tidak langsung implisit menunjukkan keluhan yang tidak dinyatakan secara terang-terangan terhadap kesalahan penjual. Implisit dalam kategori ini berbanding terbalik dengan kategori ketidaksantunan langsung positif. Tuturan pelanggan ditunjukkan dengan kata, klausa, atau kalimat yang mengandung keraguan, perbandingan dengan pihak/resto lain, atau keluhan yang samar-samar diungkapkan seperti penjelasan kondisi produk tidak sesuai ekspektasi pelanggan.

Bagian keempat ialah tuturan ketidaksantunan tidak langsung (*off-record impoliteness*) kategori sarkasme. Kategori ketidaksantunan tidak langsung sarkasme menunjukkan sebanyak 2 data. Tuturan ulasan daring pelanggan kategori sarkasme hanya ditemukan di dua data dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung yang keduanya menunjukkan bentuk kesalahan produk.

Tabel 4 Ketidaksantunan Tidak Langsung Sarkasme

No	Tuturan	Kesalahan	Keterangan
1.	saya pesennya beef yakiniku, kenapa yang dateng beef teriyaki ya.. hehehe.. (R2/HB/12)	produk	Beef yakiniku diberi beef teriyaki
2.	ayamnya imut imut (R3/KFC/11)	produk	Ukuran produk kecil

Tuturan ketidaksantunan tidak langsung sarkasme mengategorikan tuturan yang (a) menunjukkan candaan yang kurang baik tentang produk yang telah dibeli dalam bentuk pernyataan retoris, dan (b) nampak baik di permukaan tapi dimaksudkan sebagai penyerangan citra restoran atau produk. Pelanggan menunjukkan kekurangan produk atau kesalahan penjual dengan kata-kata yang bersifat ambigu atau candaan yang bermakna ejekan. Tuturan tidak santun dalam data nomor 1 pelanggan Hokben mengeluhkan kesalahan produk disertai pertanyaan retoris dengan kalimat “*saya pesennya beef yakiniku, kenapa yang dateng beef teriyaki ya.*” Kata tanya /*kenapa*/ bersifat retoris untuk menunjukkan kesalahan penjual yang memberikan produk tidak sesuai pesanan. Tawa di akhir kalimat yang dinyatakan dengan “*hehehe.*” dapat diartikan sebagai ejekan. Sebaliknya, pada data nomor 2 pelanggan KFC mengeluhkan ukuran produk yang kecil dengan menggunakan kata “*imut.*”

Ungkapan tersebut diartikan sebagai bentuk candaan yang bersifat merendahkan produk.

Berdasarkan analisis di atas, kategori ketidaksantunan tidak langsung sarkasme mengandung candaan atau kata-kata ambigu yang merendahkan atau mengancam ‘wajah’ penjual. Walaupun kategori ini sedikit ditemukan dalam ulasan daring pelanggan, khususnya ranah makanan, pelanggan dapat bermaksud santun tetapi secara tidak langsung merendahkan penjual atau pihak restoran.

2. Pelanggaran Maksim Kesantunan Leech

Tuturan ketidaksantunan merupakan tuturan yang melanggar ketentuan kesantunan. Syarat tuturan dianggap santun apabila memenuhi ketentuan/maksim kesantunan. Sebaliknya, tuturan ketidaksantunan mengandung pelanggaran maksim kesantunan. Menurut Leech (dalam Rahardi, 2016: 58), terdapat enam maksim kesantunan yakni (a) maksim kebijaksanaan, (b) maksim kedermawanan, (c) maksim penerimaan, (d) maksim kerendahan hati, (e) maksim kesetujuan, dan (f) maksim kesimpatian. Analisis mengenai pelanggaran maksim kesantunan yang membedakannya dengan analisis strategi ketidaksantunan ditujukan untuk mengetahui makna-makna tuturan yang tidak santun dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung. Berikut temuan hasil analisis pelanggaran maksim kesantunan Leech dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung.

Berdasarkan jumlah data terbanyak yakni sebagai berikut: pelanggaran maksim penerimaan 36 data, pelanggaran maksim kesetujuan 25 data, pelanggaran maksim kedermawanan 17 data, pelanggaran maksim kebijaksanaan 11 data, pelanggaran maksim kerendahan hati 6 data, dan pelanggaran maksim kesimpatian 5 data. Berikut beberapa contoh penjelasan hasil analisis pelanggaran pada keenam maksim kesantunan dalam tuturan ketidaksantunan ulasan daring pelanggan layanan *GoFood* di Kecamatan Wiyung.

2.1 Pelanggaran Maksim Kebijaksanaan

Pada bagian ini ditemukan 11 data pelanggaran maksim kebijaksanaan ulasan daring pelanggan *GoFood* dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung. Berikut ini beberapa contoh pelanggaran maksim kebijaksanaan dalam ulasan daring.

Tuturan 1

lama bgt sejam baru jadi udah keburu nggak laper, tolong ditingkatkan lagi pelayanannya (R1/GC/02)

Tuturan pelanggan Gacoan tersebut melanggar maksim kebijaksanaan karena pada “*lama bgt sejam baru jadi*” pelanggan merendahkan waktu pelayanan penjual. Selanjutnya, pada “*tolong ditingkatkan lagi*”

bermakna pelanggan menyuruh penjual untuk meningkatkan layanannya sesuai estimasi waktu.

Tuturan 2

ga crispy sama sekali (R3/KFC/01)

Pada tuturan tersebut pelanggan KFC tidak memberikan pilihan kepada penjual apakah ayam pesannya *crispy* atau tidak. Hal ini membuat ulasan keluhan ayam yang tidak *crispy* mengandung pelanggaran maksim kebijaksanaan.

Tuturan 3

burgernya sudah dingin padahal amat dekat rumah, biasanya beli di mcd itu lebih jauh tapi masih panas (dari rute gojeknya cepet dan sesuai) i'm so sorry to say that (R3/KFC/04)

Tuturan tersebut melanggar maksim kebijaksanaan karena pada “*padahal amat dekat rumah*” pelanggan KFC memaksakan jarak pengiriman dengan kondisi produk yang seharusnya masih hangat. Pada “*biasanya beli di mcd itu lebih jauh tapi masih panas*” pelanggan membandingkan jarak pengiriman dan kondisi produk dengan kompetitor produk sejenis. Hal tersebut bermakna pelanggan menekankan layanan yang kurang cepat daripada restoran lain, sehingga melanggar maksim kebijaksanaan.

Berdasarkan hasil analisis di atas, pelanggaran maksim kebijaksanaan mengandung tuturan yang bermakna merendahkan, memaksa, menyuruh, dan tidak memberikan pilihan kepada penjual untuk memperbaiki kesalahannya. Pelanggan memaksimalkan kerugian dan meminimalkan keuntungan pihak restoran. Sikap tersebut telah melanggar maksim kebijaksanaan.

2.2 Pelanggaran Maksim Kedermwanaan

Pada bagian ini ditemukan 17 data pelanggaran maksim kedermwanaan ulasan daring pelanggan *GoFood* dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung. Berikut ini beberapa contoh pelanggaran maksim kedermwanaan dalam ulasan daring.

Tuturan 1

Lama bgt sejam baru jadi udah keburu nggak laper, tolong ditingkatkan lagi pelayanannya (R1/GC/02)

Tuturan pelanggan Gacoan tersebut melanggar maksim kedermwanaan karena pada “*Lama bgt sejam baru jadi*” pelanggan tidak ingin dirugikan akibat pelayanan yang lama. Kerugian tersebut membuat pelanggan tidak lagi merasa laper.

Tuturan 2

porsi chicken teriyakinya semakin berkurang (R2/HB/08)

Tuturan pelanggan Hokben tersebut melanggar maksim kedermwanaan karena pada “*pori...semakin berkurang*”, pelanggan tidak ingin dirugikan. Produk

yang dipesan dinilai semakin sedikit daripada biasanya.

Tuturan 3

saya pesan cheeseburger supreme sama cheeseburger biasa.. tapi isi sama semua padahal keterangannya yang supreme dapat beef rasher (R4/BK/13)

Tuturan pelanggan *Burger King* tersebut juga bermakna pelanggan yang tidak ingin dirugikan. Hal ini dapat dilihat pada “*isi sama semua padahal keterangannya yang supreme dapat beef rasher*” yang menyatakan kesalahan produk tidak sesuai dengan pesanan.

Berdasarkan hasil analisis di atas, pelanggaran maksim kedermwanaan memuat tuturan yang bermakna pelanggan tidak mau dirugikan. Pelanggan memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian pada dirinya. Sikap tersebut telah melanggar maksim kedermwanaan.

2.3 Pelanggaran Maksim Penerimaan

Pada bagian ini ditemukan 36 data pelanggaran maksim penerimaan ulasan daring pelanggan *GoFood* dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung. Berikut ini beberapa contoh pelanggaran maksim penerimaan dalam ulasan daring.

Tuturan 1

pesanan minuman tidak sesuai yang dipesan, kalo mau ganti konfirmasi ke pembeli kalo emang yang dipesan gak ada (R1/GC/11)

Tuturan tersebut melanggar maksim penerimaan karena pada “*pesanan minuman tidak sesuai*” pelanggan Gacoan menyalahkan pesanan yang tidak sesuai. Selanjutnya, pelanggan menekankan penjual untuk konfirmasi pesanan yang ingin diubah apabila produk tidak ada.

Tuturan 2

rasa ayamnya agak aneh, semacam tidak fresh. beda ama waktu beli dine in (R2/HB/15)

Tuturan pelanggan Hokben tersebut mengancam secara tidak langsung kemampuan penjual dalam menjaga kualitas produknya. Hal ini terlihat pada agak aneh dan tidak fresh. Pelanggan membandingkan kondisi tersebut dengan keadaan saat makan di restoran Hokben, yakni kalimat “*beda ama waktu beli dine in.*”

Tuturan 3

pesannya apa, datangnya apa... sampe bingung burger yang datang ini yang mana.. tolong lain kali lebih diperhatikan ya... kali ini kecewa banget. Nama sebesar Burger King (R4/BK/03)

Tuturan tersebut melanggar maksim penerimaan karena pada “*sampe bingung burger yang datang ini yang mana*” pelanggan *Burger King* mengejek

kesalahan produk yang tidak sesuai pesanan, hingga pelanggan dengan bingung produk yang dipesan. Pada “*Nama sebesar Burger King*” pelanggan menekankan ejekan dengan menggunakan ketenaran produk.

Berdasarkan analisis di atas, pelanggaran maksim penerimaan mengandung tuturan yang bermakna menyalahkan, mengejek, mengecam secara langsung maupun tidak langsung sikap dan kemampuan penjual. Pelanggan meminimalkan penghargaan atau pujian kepada pihak penjual/restoran cepat saji. Sikap tersebut melanggar maksim penerimaan.

2.4 Pelanggaran Maksim Kerendahan Hati

Pada bagian ini ditemukan 6 data pelanggaran maksim kerendahan hati ulasan daring pelanggan *GoFood* dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung. Berikut ini beberapa contoh pelanggaran maksim kerendahan hati dalam ulasan daring.

Tuturan 1

padahal sudah ada catatan nasi dan acar minta yang banyak, malah dikasih standar semuanya terutama di acar ya yang sedikit banget. Kecewa (R2/HB/13)

Tuturan pelanggan Hokben tersebut melanggar maksim kerendahan hati karena pada “*padahal sudah ada catatan... minta yang banyak, malah dikasih standar ... sedikit banget*” pelanggan menganggap diri lebih penting dengan meminta penjual memperhatikan catatan pesannya. Pelanggan menginginkan tambahan porsi, sedangkan penjual memberikan porsi standar.

Tuturan 2

WOYYY BAN99999SAADD!!! BARU KALI INI SAYA KECEWA MARAH NGAMUK DI GOFOOD HOKBEN, SAYA ORDER PAKET B DAN MISO RAMEN MALAH DIKIRIM PAKET LAIN YANG SAMA PERSIS DAN SAYA TIDAK SUKA DENGAN LAUKNYA!!! KALIAN KALAU MENU HABIS YA JANGAN DITERIMA ORDERANNYA, DI CANCEL SAJA SUPAYA SAYA BISA PESAN MAKANAN LAIN, BUKAN GINI CARANYA WOYYY!!! SAYA SAMPEIN TOKO SITU NANTI AWAS LOH YA!!! ASLI BARU KALI INI SAYA NGAMUK CUMA GARA2 ORDER GOFOOD!!! BAJINGGG (R2/HB/20)

Tuturan pelanggan Hokben tersebut menunjukkan kesombongan atau arogansi yang melanggar maksim kerendahan hati. Hal ini terlihat pada penggunaan huruf kapital, kata-kata kasar, dan banyaknya tanda seru [!] untuk menekankan kemarahannya. Selain itu, pada “*SAYA SAMPEIN TOKO SITU NANTI AWAS LOH YA!!!*” menyatakan sikap pelanggan yang mengancam akan mendatangi restoran tersebut.

Tuturan 3

Seharusnya kualitas tetap terjaga, yg kami pesan kemarin nggak bagedlah... (R3/KFC/17)

Tuturan pelanggan KFC tersebut menganggap dirinya lebih penting karena telah menjelek-jelekkan produk dengan kalimat “*yg kami pesan kemarin nggak bagedlah.*” Pelanggan menyangsikan kualitas produk dengan menekankan ekspektasi yang menurutnya tidak sesuai kenyataan.

Berdasarkan analisis di atas, pelanggan maksim kerendahan hati menunjukkan tuturan yang bermakna sombong dan menganggap diri lebih penting. Pelanggan memaksimalkan kejelekan atau kerendahan pada pihak restoran cepat saji. Sikap ini melanggar maksim kerendahan hati.

2.5 Pelanggaran Maksim Kesetujuan

Pada bagian ini ditemukan 25 data pelanggaran maksim kesetujuan ulasan daring pelanggan *GoFood* dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung. Berikut ini beberapa contoh pelanggaran maksim kesetujuan dalam ulasan daring.

Tuturan 1

sepertinya salah level. biasanya level 3 gak begitu pedes, tapi ini kayak level 9 (R1/GC/08)

Tuturan pelanggan Gacoan tersebut melanggar maksim kesetujuan. Hal ini terlihat pada “*biasanya level 3 gak begitu pedes, tapi ini kayak level 9*” pelanggan menganggap produk yang dipesan semestinya tidak terlalu pedas. Namun, pesanan yang diterima terlalu pedas sehingga menyalahkan layanan yang tidak konsisten.

Tuturan 2

Porsi kurang standar (sedikit) lebih banyak porsinya di hokben cabang lain (R2/HB/17)

Tuturan pelanggan Hokben tersebut melanggar maksim kesetujuan karena pada “*lebih banyak porsinya di hokben cabang lain*” pelanggan memaksakan kehendak sesuai standar. Pelanggan membandingkan porsi makanan dengan cabang lain yang menurutnya lebih banyak.

Tuturan 3

pelayanannya lama ya, namanya fast food harusnya langsung jadi dan selalu ready ya ini harus nunggu 1 jam-an kasian drivernya harus nunggu lama (R3/KFC/14)

Tuturan tersebut melanggar maksim kesetujuan karena pada “*namanya fast food harusnya langsung jadi dan selalu ready ya*” pelanggan KFC memaksakan kehendak sesuai standar layanan restoran cepat saji. Pelanggan menginginkan pelayanan yang cepat dan kesediaan produk yang lengkap agar produk maupun layanan sesuai pesanan.

Berdasarkan analisis di atas, pelanggaran maksim kesetujuan mengandung tuturan yang bermakna

pemaksaan kehendak sesuai standar. Pelanggan meminimalkan ketidakcocokan dengan menetapkan standarnya. Sikap tersebut telah melanggar maksim kesetujuan.

2.6 Pelanggaran Maksim Kesimpatian

Pada bagian ini ditemukan 5 data pelanggaran maksim kesimpatian ulasan daring pelanggan *GoFood* dari empat restoran cepat saji di Kecamatan Wiyung. Berikut ini beberapa contoh pelanggaran maksim kesimpatian dalam ulasan daring.

Tuturan 1

Rasa kurang biasa aja (R4/BK/01)

Tuturan pelanggan *Burger King* telah melanggar maksim kesimpatian. Pelanggan menyatakan sikap antipati dengan merendahkan rasa produk yang menurutnya kurang, bahkan biasa saja.

Tuturan 2

gk enak nyesal gk mau pesan lagi (R4/BK/06)

Tuturan pelanggan *Burger King* tersebut melanggar maksim kesimpatian. Hal ini karena pelanggan secara langsung menyatakan sikap antipati dengan mengkritik rasa produk yang menurutnya tidak enak dan penyesalan agar tidak membeli lagi

Tuturan 3

enakan yg beli di idm point (R4/BK/25)

Tuturan pelanggan *Burger King* tersebut juga menunjukkan sikap antipati yang melanggar maksim kesimpatian. Pelanggan membandingkan produk sejenis dengan bisnis ritel, tanpa menunjukkan secara langsung kesalahan produk.

Menurut analisis di atas, pelanggaran maksim kesimpatian menunjukkan tuturan yang bermakna antipati atau sinis. Pelanggan minimalkan rasa simpati dengan merendahkan tanpa menunjukkan kesalahan yang jelas atau saran kepada pihak restoran. Sikap tersebut telah melanggar maksim kesimpatian.

Berdasarkan kajian pustaka dan hasil penelitian yang diperoleh, maka pada bagian ini akan dijelaskan pembahasan mengenai hasil penelitian yang bertujuan untuk menguraikan ketidakbantunan berbahasa dan pelanggaran maksim kesantunan ulasan daring pelanggan restoran cepat saji dalam layanan *GoFood*.

Dalam hasil penelitian ketidakbantunan berbahasa ulasan daring pelanggan menurut Feng dan Ren (2020) terdapat tuturan berdasarkan bentuknya yang dibagi menjadi dua jenis, yaitu langsung (*on-record*) dan tidak langsung (*off-record*). Tuturan ini berkaitan dengan cara pelanggan menyampaikan keluhannya sesuai bentuk kesalahan yang dilakukan penjual atau dalam hal ini pihak restoran cepat saji layanan *GoFood* di Kecamatan Wiyung.

Pada ketidakbantunan langsung positif ditemukan lima bentuk kesalahan yang dikeluhkan pelanggan: produk,

harga, aroma, rasa, dan pelayanan. Sebaliknya, pada ketidakbantunan langsung negatif terdapat tiga bentuk kesalahan dalam keluhan pelanggan: rasa, pelayanan, dan produk. Sehubungan dengan ketidakbantunan tidak langsung terdapat dua kategori yang membedakan jenis tuturan, yakni implisit dan sarkasme. Pada ketidakbantunan tidak langsung implisit ditemukan empat bentuk kesalahan dalam keluhan pelanggan: produk, rasa, pelayanan, dan harga. Lain halnya dengan ketidakbantunan tidak langsung sarkasme yang hanya memunculkan satu bentuk kesalahan yang dikeluhkan pelanggan yaitu produk.

Berdasarkan jumlah datanya, ketidakbantunan langsung positif menjadi kategori yang paling dominan dengan 48 data, kemudian ketidakbantunan tidak langsung implisit 39 data, ketidakbantunan langsung negatif 11 data, dan ketidakbantunan tidak langsung sarkasme 2 data. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan lebih banyak menyampaikan keluhan berupa ulasan dengan tuturan tidak santun secara terang-terangan atau blak-blakan. Tuturan tersebut cenderung merendahkan karena mengungkapkan sikap kemarahan, kejengkelan, atau kekecewaan dengan kritik tajam. Sebaliknya, beberapa pelanggan menyampaikan keluhan dengan tidak blak-blakan atau tidak terang-terangan menyatakan kritiknya, meskipun masih terdapat kata atau kalimat yang bermakna mencela kesalahan penjual. Namun, beberapa pelanggan lain juga menyatakan keluhan secara terang-terangan disertai solusi dengan mengharapkan perbaikan kesalahan penjual. Solusi ditunjukkan agar penjual dapat mengevaluasi produk, layanan, atau kinerjanya. Adapun sedikit pelanggan yang menyampaikan keluhannya dengan kata-kata candaan, ambigu, atau pertanyaan retorik bermakna merendahkan.

Berdasarkan bentuk kesalahannya, keluhan yang paling banyak ditemukan dari keempat kategori tersebut adalah produk. Keluhan terhadap produk mendominasi ketidakbantunan baik yang disampaikan secara langsung (*on-record*) maupun tidak langsung (*off-record*). Pelanggan menyampaikan kekecewaan, kemarahan, kejengkelan pada setiap kategori dengan cara yang berbeda-beda sesuai ketentuan. Keterangan yang menjelaskan kesalahan terhadap produk meliputi pesanan yang tidak sesuai dan bentuk/ukuran produk. Selanjutnya, keluhan mengenai rasa dan pelayanan menjadi bentuk kesalahan yang juga muncul di tiga kategori ketidakbantunan. Keluhan tersebut muncul berkaitan dengan rasa yang tidak konsisten, waktu pelayanan, dan pesanan yang kurang lengkap. Keluhan harga muncul pada kategori ketidakbantunan langsung positif dan ketidakbantunan tidak langsung implisit. Keluhan harga meliputi ketidaksesuaian porsi dengan harga dan bentuk kemasan, serta membandingkan produk sejenis dengan

milik bisnis ritel. Sebaliknya, keluhan mengenai aroma hanya muncul pada ketidaksantunan langsung positif.

Restoran cepat saji nasional Gacoan dan Hokben didominasi kategori ketidaksantunan langsung positif sebanyak 28 data. Hal tersebut menunjukkan pelanggan pada restoran cepat saji lokal lebih banyak menyampaikan keluhan secara terang-terangan atau blak-blakan dengan kritik tajam atau mengancam 'wajah' penjual. Sebaliknya, restoran cepat saji internasional KFC dan *Burger King* didominasi ketidaksantunan tidak langsung implisit sebanyak 23 data. Pelanggan restoran cepat saji internasional lebih suka menyampaikan protes atau kritik dengan tidak terang-terangan mengancam 'wajah' penjual.

Pelanggaran maksim kesantunan menjadi pokok bahasan kedua setelah ketidaksantunan berbahasa. Menurut Leech (dalam Rahardi, 2016: 58), terdapat enam maksim kesantunan yakni (a) maksim kebijaksanaan, (b) maksim kedermawanan, (c) maksim penerimaan, (d) maksim kerendahan hati, (e) maksim kesetujuan, dan (f) maksim kesimpatian. Berdasarkan hasil analisis, pelanggaran maksim kesantunan dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* di Kecamatan Wiyung pelanggaran maksim penerimaan mendominasi jumlah data dengan total 36 data, pelanggaran maksim kesetujuan sebanyak 25 data, pelanggaran maksim kedermawanan sebanyak 17 data, pelanggaran maksim kebijaksanaan sebanyak 11 data, pelanggaran maksim kerendahan hati sebanyak 6 data, dan pelanggaran maksim kesimpatian sebanyak 5 data.

Berdasarkan jumlah data tersebut, pelanggaran maksim penerimaan menunjukkan bahwa pelanggan lebih banyak menyalahkan, mengecam secara tidak langsung, dan mengejek kesalahan penjual atau pihak restoran cepat saji. Selanjutnya, pada pelanggaran maksim kesetujuan mengungkapkan bahwa pelanggan juga memaksakan kehendak sesuai standar. Tuturan ketidaksantunan yang melanggar maksim kedermawanan menyatakan sikap pelanggan lainnya yang tidak ingin dirugikan. Selain itu, beberapa pelanggan juga menunjukkan pelanggaran maksim kebijaksanaan dengan tuturan bermakna merendahkan, menyuruh, memaksa, dan tidak memberikan pilihan. Pada pelanggaran maksim kerendahan hati, pelanggan juga menganggap diri lebih penting dan kesombongan. Namun, sedikit pelanggan yang menyatakan sikap antipati dalam pelanggaran maksim kesimpatian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kategori ketidaksantunan langsung positif mendominasi bentuk kesalahan sebanyak lima data. Selain itu, penunjukan kesalahan yang paling banyak muncul berupa kesalahan produk. Hasil rumusan masalah kedua didominasi oleh pelanggaran maksim penerimaan dengan kategori menyalahkan, mengecam secara tidak langsung, dan

mengejek kesalahan penjual atau pihak restoran cepat saji. Pelanggaran maksim kesimpatian dengan kategori antipati menjadi yang paling sedikit muncul.

SIMPULAN

Hasil penelitian ketidaksantunan berbahasa dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* menunjukkan bahwa terdapat dua strategi ketidaksantunan berdasarkan bentuk tuturannya, kemudian pada masing-masing jenis tuturan ada dua kategori sesuai ketentuan ketidaksantunannya. Oleh sebab itu, hasil ketidaksantunan dalam ulasan daring memaparkan empat kategori yaitu: ketidaksantunan langsung positif menunjukkan sebanyak 48 data, ketidaksantunan langsung negatif sebanyak 11 data, ketidaksantunan tidak langsung implisit sebanyak 39 data, dan ketidaksantunan tidak langsung sarkasme sebanyak 2 data. Berdasarkan kategori tersebut, ketidaksantunan langsung positif yang paling banyak memunculkan bentuk kesalahan yakni produk, harga, aroma, rasa, dan pelayanan. Kategori ketidaksantunan langsung negatif ditemukan bentuk kesalahan berupa produk, rasa, dan pelayanan. Kategori ketidaksantunan tidak langsung implisit memunculkan bentuk kesalahan berupa produk, rasa, pelayanan, dan harga. Selanjutnya, kategori ketidaksantunan tidak langsung sarkasme hanya ditemukan bentuk kesalahan berupa produk. Bentuk kesalahan produk menjadi keluhan yang mendominasi keempat kategori ketidaksantunan. Sebaliknya, keluhan mengenai aroma hanya muncul pada ketidaksantunan langsung positif.

Pelanggaran maksim kesantunan dalam ulasan daring pelanggan *GoFood* terdiri dari 6 (enam) kategori dengan jumlah data yaitu: pelanggaran maksim kebijaksanaan sebanyak 11 data, pelanggaran maksim kedermawanan sebanyak 17 data, pelanggaran maksim penerimaan sebanyak 36 data, pelanggaran maksim kerendahan hati sebanyak 6 data, pelanggaran maksim kesetujuan sebanyak 25 data, dan pelanggaran maksim kesimpatian sebanyak 5 data. Berdasarkan jumlah datanya, pelanggaran maksim penerimaan mendominasi keenam kategori pelanggaran maksim dengan tuturan yang bermakna menyalahkan, mengecam secara tidak langsung, dan mengejek kesalahan penjual atau pihak restoran cepat saji. Sebaliknya, pelanggaran maksim kesimpatian menjadi yang paling sedikit dengan kategori antipati.

DAFTAR RUJUKAN

Anjani, Nenti. (2022). *Fenomena Ketidaksantunan Berbahasa dalam Tuturan Warganet pada Komentar Instagram @Lambeturah_Official*. [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Islam Sultan Agung Semarang

- Culpeper, Jonathan. (2008). "Reflections on *Impoliteness*, Relational Work and Power". *Impoliteness in Language – Studies on its Interplay with Power and Practice* in Bousfield, D & Locher (eds.). Mouton de Gruyter
- Feng, Wei dan Wei Ren. (2020). "Impoliteness in Negative Online Consumer Review: A Cross-language dan Cross-sector Comparison". *Journal Intercultural Pragmatics*, 17(1), 1-25. <https://doi.org/10.1515/ip-2020-0001>
- Lai, Xiaoyu. (2017). "Impoliteness in English and Chinese Online Diners. Review". *Journal of Politeness Research*, 15(2), 293-322. <https://doi.org/10.1515/pr-2017-0031>
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia Press. Terjemahan M. D. Oka. 1983. *The Principles of Pragmatics*. London: Longman Group UK
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rahardi, Kunjana dkk. 2016. *Pragmatik: Fenomena Ketidaksantunan Berbahasa*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Ramadhana, Ahada. (2020, 22 Juli). "5 Fakta Menarik GoFood, Kini Miliki 500 Ribu Merchant yang Mayoritas UMKM". *Akurat.co*. <https://www.akurat.co/keuangan/1302219045/5-Fakta-Menarik-GoFood-Kini-Miliki-500-Ribu-Merchant-yang-Mayoritas-UMKM> diakses pada 10.17 senin 13/11/2023
- Rinaja, A. F. dkk. (2022). "Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth and Price Consciousness Terhadap Minat Beli di Shopee". *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. IX No. 3
- Salim, Mabruri Pudyas. (2022, 15 Desember). "Profil PT Gojek Indonesia, Sejarah, Alamat Kantor, dan Produk Layanannya". *Liputan6.com*. dari <https://www.liputan6.com/hot/read/5154461/profil-pt-gojek-indonesia-sejarah-alamat-kantor-dan-produk-layanannya> diakses pada 11.06 senin 13/11/2023
- Wikara, B. P. S. dan Ulfah Hidayati. (2023). "Motif dan Pola Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan di Kalangan Mahasiswa di Yogyakarta". *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6 No 1. <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i1.19244>
- Yuliani, P. A. dkk. (2021). "Strategi Ketidaksopanan dalam Tindak Ujar pada Kolom Ulasan Pengguna Situs Berita Yahoo Jepang". *Jurnal Education and Development*, Vol. 9 No. 3