

PROSIDING PESTA EMAS PBSI PRANOWO 2013.pdf

by Pranowo Pran

Submission date: 14-Nov-2017 11:31AM (UTC+0700)

Submission ID: 879493487

File name: PROSIDING_PESTA_EMAS_PBSI_PRANOWO_2013.pdf (742.94K)

Word count: 5786

Character count: 37655

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL

**“Bahasa Indonesia
sebagai Pembentuk Sikap dan Perilaku Bangsa
untuk Menyongsong Generasi Emas”**



4 Memperingati Pesta Emas
Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Sanata Dharma

EDITOR:
Dr. Yuliana Setyaningsih, M.Pd.
Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL
“Bahasa Indonesia
sebagai Pembentuk Sikap dan Perilaku Bangsa
untuk Menyongsong Generasi Emas”

Editor:
Yuliana Setyaningsih
R. Kunjana Rahardi

Memperingati Pesta Emas
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 6–7 September 2013

Penulis:

- Abdul Syukur Ibrahim
- Pranowo
- I. Prptomomo Baryadi
- Novita Dewi
- R. Kunjana Rahardi
- B. Rahmanto
- Yuliana Setyaningsih
- B. Widharyanto
- Setya Tri Nugraha
- Irsasri



Penerbit
Universitas Sanata Dharma

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL

**“Bahasa Indonesia sebagai Pembentuk Sikap
dan Perilaku Bangsa untuk Menyongsong Generasi Emas”**

3
Copyright © 2013

Penerbit Universitas Sanata Dharma
Jl. STM Pembangunan (Mrican) 1A, Gejayan Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 513301, 515253;
Ext.1527/1513; Fax (0274) 562383
e-mail: publisher@usd.ac.id

Diterbitkan oleh:



Penerbit Universitas Sanata Dharma
Jl. STM Pembangunan (Mrican) 1A,
Gejayan Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 513301, 515253;
Ext.1527/1513; Fax (0274) 562383
e-mail: publisher@usd.ac.id

Editor:

Yuliana Setyaningsih
R. Kunjana Rahardi

Desain Sampul: Tim Penerbit
Tata Letak: Yohanes Galih

Cetakan Pertama
Xxx hlm.; 210 x 297 mm.
ISBN: 978-602-9187-59-5
EAN: 9-786029-187595



4
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra
Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Korpondensi:
Kampus I Universitas Sanata Dharma
Korpondensi:
Kampus 3 Universitas Sanata Dharma
Mrican, Tromol Pos 29, Yogyakarta - 55002;
Telp. 0274-513301 - Ext. 1330; Fax. 0274-
562383; E-mail: pbsid@usd.ac.id

3
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apa
termasuk fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar isi	v
Ancangan Kesemestaan Sociolinguistik dalam Pembelajaran Bahasa Era Globalisasi IT	1
Oleh Abdul Syukur Ibrahim	
Daya Bahasa dan Nilai Rasa Bahasa sebagai Penanda Kesantunan dalam Berkomunikasi	24
Oleh Pranowo	
Tindak Tutur Kekerasan	38
Oleh I. Praptomo baryadi	
Ekokritisme dalam Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia: Sebuah Usulan	51
Oleh Novita Dewi	
Pemartabatan Bahasa Jurnalistik Indonesia	57
Oleh R. Kunjana Rahardi	
<i>Story Telling</i> sebagai Wahana Pendidikan Karakter dalam Pembelajaran Sastra Indonesia	69
Oleh B. Rahmanto	
Metakognisi sebagai Keterampilan Melatih Siswa Berpikir Kritis dalam Pembelajaran Bahasa	78
Oleh Yuliana Setyaningsih	
Perspektif Baru dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Berdasarkan Kurikulum 2013	85
Oleh B. Widharyanto	
Stilistika-Pragmatika dalam Analisis Karya Sastra	95
Oleh Setya Tri Nugraha	
Kajian Intertekstual Puisi “Kusangka” Karya Amir Hamzah dan Puisi “Penerimaan” Karya Chairil Anwar	101
Oleh Irsasri	



DAYA BAHASA DAN NILAI RASA BAHASA SEBAGAI PENANDA KESANTUNAN DALAM BERKOMUNIKASI

Pranowo

*Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Universitas Sanata Dharma*

PENDAHULUAN

Seseorang yang berkomunikasi menggunakan bahasa tidak cukup hanya memperhatikan penggunaan unsur lingual. Unsur bahasa lain yang bersifat nonlingual juga ikut menentukan sampai tidaknya pesan. Ujaran “*Dingin sekali ruang ini.*” Jika dilihat dari unsur lingual yang digunakan untuk menyusun ujaran, pendengar cukup memahami bahwa ujaran itu berupa berita. Namun, jika dilihat dari unsur nonlingual berupa konteks (misalnya: *penuturnya seorang dosen yang sedang memberi kuliah merasa gelisah dengan kondisi udara yang dingin, sambil melihat AC di dinding*), ujaran tersebut sama sekali tidak ingin menyampaikan “berita” tetapi ingin menyampaikan “perintah secara tidak langsung”. Daya perintah ini ternyata tidak terkandung dalam unsur lingualnya tetapi terkandung dalam benak penutur yang dapat dilihat dari “konteks”. Seandainya penutur tidak mengucapkan ujaran seperti itu tetapi hanya “bersedekap tangan di dada sambil badannya menggigil” tetapi dengan konteks yang sama, juga dapat dipahami bahwa gerakan tersebut sudah mengandung “daya perintah” agar AC yang terlalu dingin itu dinaikkan suhunya. Dalam hal demikian, penutur tentu sudah memperhitungkan siapa mitra tuturnya.

Begitu juga dengan kadar nilai rasa. Setiap orang berkomunikasi pasti mengandung nilai rasa. Bahkan sampai komunikasi yang bersifat akademik pun, nilai rasa bahasa tidak dapat dihilangkan. Ujaran “*orang yang berbeda latar belakang budayanya sering sulit memahami tuturan orang lain*”. Pilihan kata “sering sulit” dapat memperhalus ujaran untuk menggantikan “tidak dapat”. Nilai rasa bahasa tidak mudah dikenali jika mitra tutur tidak berada dalam “dasar pemahaman yang sama”. Dasar pemahaman yang sama pada dasarnya adalah konteks. Dengan kata lain, pemahaman nilai rasa bahasa harus memperhatikan konteks.

Daya bahasa dan nilai rasa bahasa tidak dapat dikenali jika penutur dan mitra tutur tidak berada dalam “gelombang” komunikasi yang sama. Yang dimaksud dengan “gelombang komunikasi” yang sama adalah bahwa penutur dan mitra tutur (a) saling mengenal, (b) saling paham situasi, (c) saling paham watak dan kepribadiannya, (d) saling mengenal topik yang dibicarakan, (e) saling menguasai ragam bahasa yang digunakan, dan sebagainya (bandingkan dengan Dell Hymes, 1976). Jika gelombangnya berbeda, daya bahasa dan nilai rasa bahasa akan sulit ditangkap dan dirasakan oleh mitra tutur.

Daya bahasa dan nilai rasa bahasa seperti di atas dapat dijadikan penanda kesantunan dalam berkomunikasi. Memang, santun tidaknya komunikasi bukan hanya ditandai oleh adanya daya bahasa dan nilai rasa bahasa. Namun, dengan

digunakannya daya bahasa dan nilai rasa bahasa yang positif, komunikasi akan terasa lebih santun.

Ketika seseorang mengatakan “*Maaf, tas di samping Anda itu milik saya*”. Ujaran yang secara semantik bermakna berita sesungguhnya tidak bermaksud menyampaikan informasi tetapi mengandung **daya perintah** yang berkadar **nilai rasa halus**. Ujaran yang informasinya sama, ketika dikatakan dalam bentuk tuturan “*Ambilkan tas di samping Anda itu!*” mengandung **daya perintah langsung** dengan **nilai rasa kasar** karena pendengar merasa dirugikan oleh penutur dengan adanya perintah secara langsung. Jika komunikasi dapat memanfaatkan daya bahasa yang dapat membuat mitra tutur berkenan karena kadar nilai rasanya yang lebih halus, komunikasi demikian akan terasa lebih santun.

Pembahasan topik di atas akan dibahas dari aspek semantik dan pragmatik. Aspek semantik dimaksudkan untuk menerangkan makna kata yang terkandung dalam ujaran yang disusun berdasarkan unsur lingualnya. Sedangkan aspek Pragmatik digunakan untuk menerangkan maksud ujaran yang terkandung dalam unsur nonlingualnya. Berdasarkan uraian di atas, permasalahan utama yang dibahas dalam makalah ini adalah “bagaimanakah daya bahasa dan nilai rasa bahasa dapat menjadi penanda kesantunan dalam berkomunikasi?”

2 INDIKATOR KESANTUNAN BERBAHASA

Indikator kesantunan adalah penanda yang dapat dijadikan penentu apakah pemakaian bahasa Indonesia si penutur itu santun atukah tidak. Penanda-penanda tersebut dapat berupa unsur lingual maupun unsur non-lingual. Secara ringkas akan dibahas beberapa pendapat para ahli mengenai indikator kesantunan berbahasa dalam berkomunikasi.

Indikator Kesantunan Menurut Dell Hymes (1978)

Dell Hymes (1978) menyatakan bahwa ketika seseorang berkomunikasi hendaknya memperhatikan beberapa komponen tutur yang diakronimkan dengan istilah **SPEAKING**. Setiap huruf dalam akronim merupakan inisial dari istilah-istilah berikut.

- 1) (S) *Setting and Scene* (latar) mengacu pada tempat dan waktu terjadinya komunikasi.
- 2) (P) *Participants* (Peserta) mengacu pada orang yang terlibat dalam komunikasi (O1 dan O2)
- 3) (E) *Ends* (tujuan komunikasi) mengacu pada tujuan yang ingin dicapai dalam berkomunikasi.
- 4) (A) *Act Sequence* (pesan yang ingin disampaikan) mengacu pada bentuk dan pesan yang ingin disampaikan. Bentuk pesan dapat disampaikan dalam bahasa tulis misalnya berupa permintaan, sedangkan isi pesan adalah wujud permintaannya.
- 5) (K) *Key* (kunci) mengacu pada pelaksanaan percakapan. Maksudnya, bagaimana pesan itu disampaikan kepada mitra tutur (cara penyampaian).
- 6) (N) *Norms* (norma) yaitu pranata sosial kemasyarakatan yang mengacu pada norma perilaku partisipan dalam berkomunikasi.
- 7) (G) *Genres* (ragam, register) mengacu pada ragam bahasa yang digunakan, misalnya ragam formal, ragam santai dsb.

Dengan kata lain, ketika seseorang berkomunikasi, agar mencerminkan kesantunan pemakaian bahasa, ketika berbahasa hendaknya mau memperhatikan komponen-komponen tutur tersebut. Namun, atas dasar komponen tutur tersebut belum dapat dipakai sebagai satu-satunya penanda kesantunan dalam pemakaian bahasa Indonesia. Beberapa penanda lain masih dapat ditemukan dalam pemakaian bahasa Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa setiap bahasa yang berbeda, di samping memiliki kesamaan (sifat universal) terdapat juga sifat khas yang tidak dimiliki oleh bahasa lain (keunikan).

Indikator Kesantunan Menurut Grice (2000)

Beberapa indikator kesantunan berbahasa Indonesia dapat diidentifikasi atas dasar pendapat para ahli maupun atas dasar data penelitian yang dianalisis oleh peneliti. Indikator yang sudah dikemukakan oleh para ahli antara lain Grice (2000). Grice (2000: 362) menyatakan bahwa santun tidaknya pemakaian bahasa dapat ditandai dengan beberapa hal sebagai berikut.

- 1) Ketika berbicara harus mampu menjaga martabat mitra tutur agar tidak merasa dipermalukan.
- 2) Ketika berkomunikasi tidak boleh mengatakan hal-hal yang kurang baik mengenai diri mitra tutur atau orang atau barang yang ada kaitannya dengan mitra tutur.
- 3) Tidak boleh mengungkapkan rasa senang atas kemalangan mitra tutur.
- 4) Tidak boleh menyatakan ketidaksetujuan dengan mitra tutur sehingga mitra tutur merasa jatuh harga dirinya.
- 5) Tidak boleh memuji diri sendiri atau membanggakan nasib baik atau kelebihan diri sendiri.

Indikator Kesantunan Menurut Leech (1983)

Penanda lain dikemukakan oleh Leech (1983). Leech memandang prinsip kesantunan sebagai “peranti” untuk menjelaskan mengapa penutur sering bertutur secara tidak langsung (*indirect*) dalam mengungkapkan maksudnya. Penutur biasanya menggunakan implikatur. Implikatur adalah apa yang tersirat dan suatu ujaran. Jika kita bedakan “apa yang dikatakan” (*what is said*) dan “apa yang dikomunikasikan” (*what is communicated*), implikatur termasuk yang dikomunikasikan.

Namun, meskipun tidak harus menggunakan implikatur, tuturan dapat dikatakan santun, jika ditandai dengan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Tuturan dapat memberikan keuntungan kepada mitra tutur (maksim kebijaksanaan “*tact maxim*”).
- 2) Tuturan lebih baik menimbulkan kerugian pada penutur (maksim kedermawanan “*generosity maxim*”).
- 3) Tuturan dapat memberikan pujian kepada mitra tutur (maksim pujian “*praise maxim*”).
- 4) Tuturan tidak memuji diri sendiri (maksim kerendahan hati).
- 5) Tuturan dapat memberikan persetujuan kepada mitra tutur (maksim kesetujuan “*agreement maxim*”).
- 6) Tuturan dapat mengungkapkan rasa simpati terhadap yang dialami oleh mitra tutur (maksim simpati “*sympathy maxim*”).
- 7) Tuturan dapat mengungkapkan sebanyak-banyaknya rasa senang pada mitra tutur (maksim pertimbangan “*consideration maxim*”).

Indikator Kesantunan Menurut Pranowo (2005)

Indikator lain dikemukakan oleh Pranowo (2005) bahwa agar komunikasi dapat terasa santun, tuturan ditandai dengan hal-hal berikut.

- 1) Perhatikan suasana perasaan mitra tutur sehingga ketika bertutur dapat membuat hati mitra tutur berkenan (*angon rasa*).
- 2) Pertemukan perasan Anda dengan perasaan mitra tutur sehingga isi komunikasi sama-sama dikehendaki karena sama-sama diinginkan (*adu rasa*).
- 3) Jagalah agar tuturan dapat diterima oleh mitra tutur karena mitra tutur sedang berkenan di hati (*empan papan*).
- 4) Jagalah agar tuturan memperlihatkan rasa ketidakmampuan penutur dihadapan mitra tutur (sifat rendah hati).
- 5) Jagalah agar tuturan selalu memperlihatkan bahwa mitra tutur diposisikan pada tempat yang lebih tinggi (sikap hormat).
- 6) Jagalah agar tuturan selalu memperlihatkan bahwa apa yang dikatakan kepada mitra tutur juga dirasakan oleh penutur (sikap *tepa selira*).

Selain itu, indikator di atas juga dapat dilihat melalui pemakaian kata-kata tertentu sebagai pilihan kata (diksi) yang dapat mencerminkan rasa hormat, misalnya:

- 1) Gunakan kata “tolong” untuk meminta bantuan orang lain.
- 2) Gunakan frasa “terima kasih” sebagai penghormatan atas kebaikan orang lain.
- 3) Gunakan kata “maaf” untuk tuturan yang diperkirakan dapat menyinggung perasaan orang lain.
- 4) Gunakan kata “berkenan” untuk meminta kesediaan orang lain melakukan sesuatu.
- 5) Gunakan kata “beliau” untuk menyebut orang ketiga yang dinilai lebih dihormati.
- 6) Gunakan kata “Bapak/Ibu” untuk menyebut orang kedua dewasa.

Dengan indikator seperti itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi dapat dikatakan santun jika penutur mampu menjaga harkat dan martabat dirinya di hadapan mitra tutur sehingga mitra tutur tidak tersinggung dengan tuturannya. Inilah hakikat berbahasa secara santun.

2 Cara Menyampaikan Maksud

Beberapa cara menyampaikan maksud agar tuturan dapat dikatakan santun dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) *Rasa nrima* (menerima keadaan seperti adanya). *Rasa nrima* adalah sikap reseptif yang diperlihatkan oleh penutur karena menghadapi kenyataan yang sudah tidak mungkin lagi untuk dilanjutkan dalam menyampaikan maksud. Seandainya penutur memaksakan kehendak untuk melanjutkan komunikasinya kemungkinan justru akan menimbulkan konflik atau terjadi disharmoni antara penutur dengan mitra tutur.
- 2) Sikap *ngalah* demi rasa solidaritas. Sikap *ngalah* diperlihatkan oleh penutur terhadap mitra tutur untuk menjaga rasa kebersamaan. Kadang-kadang seseorang memiliki prinsip yang sebenarnya lebih rasional dan dapat diterima akal sehat. Namun, mitra tutur sering berkeras kepala untuk mempertahankan prinsip yang diyakininya. Menghadapi mitra tutur seperti itu, seseorang sering mengalah agar tidak terjadi konflik antara penutur dan mitra tutur.

- 3) Sikap *ngalah* demi rasa hormat. Sikap *ngalah* diperlihatkan oleh penutur karena ingin menghormati mitra tutur. Dalam budaya timur kadang-kadang orang kecil yang justru harus menjaga kesantunan (terutama kepada orang lain yang lebih memiliki kekuasaan). Sebaliknya, orang yang memiliki kekuasaan cenderung boleh “melanggar kesantunan” (Saya tidak mau tahu, pokoknya harus). “Orang yang paling tidak berdaya adalah orang yang harus paling bertanggung jawab terhadap kesantunan”, berarti orang yang tidak memiliki kekuasaan.
- 4) Sikap tenggang rasa. Sikap ini diperlihatkan oleh penutur terhadap mitra tutur untuk menjaga perasaan agar mitra tutur tidak merasa terancam atas tuturan penutur.
- 5) Sikap “*empan papan*” (menyesuaikan diri dengan waktu dan tempat). Sikap ini diperlihatkan oleh penutur terhadap mitra tutur karena penutur melihat kesesuaian bertuturnya dengan waktu dan tempat terjadinya.

DAYA BAHASA DAN NILAI RASA BAHASA

Daya bahasa adalah kekuatan bahasa yang digunakan dalam komunikasi untuk mengungkapkan pikiran atau perasaan. Dalam berkomunikasi, pikiran maupun perasaan diungkapkan dengan bahasa yang berbeda. Jika bahasa itu dipakai untuk mengungkapkan pikiran, unsur yang dominan dalam bahasa adalah pola pikir, logika, konsep, acuan, makna, dan maksud. Dengan demikian, ketika seseorang mengungkapkan pikirannya modus yang muncul adalah modus berita, tanya, perintah, dan seruan. Meskipun bahasa dipakai untuk mengungkapkan pikiran, di dalamnya tetap mengandung daya bahasa dan nilai rasa bahasa. Begitu juga, ketika bahasa dipakai untuk mengungkapkan perasaan, modus yang muncul sama dengan ketika digunakan untuk mengungkapkan pikiran, yaitu modus berita, tanya, perintah, dan seruan. Adapun jenis nilai rasa bahasa yang muncul tidak terbatas, seperti rasa senang, benci, bersyukur, bahagia, gembira, kecewa, iri, dengki. Semua ini karena daya bahasa dan nilai rasa bahasa digunakan dalam fungsi komunikatif.

Dari sekian banyak modus dalam berbahasa, baik untuk mengungkapkan pikiran maupun perasaan semuanya mengandung daya bahasa dan nilai rasa bahasa. **Daya bahasa** adalah kekuatan bahasa untuk menyampaikan makna, informasi, atau maksud sehingga pendengar/pembaca mampu memahami dan menangkap segala makna, informasi, atau maksud penutur/penulis (Pranowo, 2009). Tuturan “*Untuk apa kamu berkarya jika hasilnya tidak mampu menebar kebajikan buat orang banyak?*” (Dalam Konteks: disampaikan penutur ketika sedang memberi pengarahan kepada para peneliti agar hasil penelitiannya menghasilkan produk yang dapat dimanfaatkan untuk masyarakat) mengandung “daya perintah” agar para peneliti mau menghasilkan produk melalui penelitiannya sehingga bermanfaat bagi masyarakat.

Begitu juga, ketika seseorang mengatakan “*Jika memang tidak mau diajak bekerja sama baik-baik, ya sudah tumpas saja ke akar-akarnya*” (dalam konteks: disampaikan oleh seorang pimpinan kepada anak buahnya ketika dia mendapat laporan bahwa ada sekelompok orang yang ingin menghambat program pembangunan). Tuturan “*tumpas saja ke akar-akarnya*” mengandung daya ancaman yang sangat siriis kepada orang lain.

Adapun nilai rasa bahasa adalah kadar perasaan yang terdapat dalam makna atau maksud yang diungkapkan oleh penutur atau penulis sehingga efeknya dapat

dirasakan oleh pendengar atau pembaca sesuai dengan yang diinginkan oleh penutur atau penulis (bandingkan dengan Poerwadarminta, 1967).

Contoh di atas, yaitu “*Untuk apa kamu berkarya jika hasilnya tidak mampu menebar kebajikan buat orang banyak?*” Meskipun modulusnya berupa kalimat tanya tetapi kadar nilai rasanya terkesan ‘mengingatkan’. Begitu juga, contoh ketika seseorang mengatakan “*Maaf, berapa banyak orang yang datang dalam seminar minggu lalu?*” Meskipun kalimat itu modulusnya berupa pertanyaan, tetap ada kandungan nilai rasa bahasanya. Hal itu nampak dengan digunakannya kata “maaf” terkesan ada unsur nilai rasa “kehati-hatian” karena khawatir jika orang yang ditanya tidak berkenan dengan pertanyaan itu. Jadi, Di samping nilai rasa bahasa, pemakaian bahasa juga mengandung makna dan maksud.

Nilai rasa dalam makna digunakan untuk menyampaikan maksud penutur atau penulis. Kata “tewas” dalam kalimat “*Suami isteri itu **mati** tertabrak kereta api*” mengandung makna “meninggal karena kecelakaan, pembunuhan, dll.”. Nilai rasa yang terkandung dalam kata **mati** dipersepsi mengandung “nilai rasa kasar” karena kata mati biasa dipakai untuk binatang . Maksud penggunaan kata ‘mati’ menunjukkan bahwa penutur atau penulis tidak memiliki rasa empati kepada kedua korban (bandingkan dengan kata: **meninggal** yang dipersepsi lebih halus).

Daya bahasa dan nilai rasa bahasa terdapat dalam hampir semua register, seperti register artikel, esai, iklan, karya sastra (seperti puisi, cerpen, novel, drama, dsb.), pidato, dsb. Namun, daya bahasa dan nilai rasa bahasa setiap register berbeda-beda. Misalnya, register iklan lebih banyak mengandung daya persuasi dengan berbagai macam cara mempersuasi. Begitu juga, nilai rasa bahasa setiap register juga berbeda-beda. Misalnya, nilai rasa bahasa dalam acara dialog interaktif di televisi lebih variatif nilai rasa bahasanya.

Pemakaian Daya Bahasa

Penggunaan bahasa dalam berkomunikasi pada dasarnya adalah menyampaikan pesan. Penyampaian pesan dapat dilakukan dengan menyampaikan informasi, menolak, membujuk, mengkritik, memberikan tanggapan, melakukan negosiasi, membantah, menyindir, dan sebagainya. Oleh karena itu, agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh pembaca atau pendengar secara efektif, penutur atau penulis dapat memanfaatkan daya bahasa seefektif mungkin (Pranowo,2009:129).

Setiap orang dapat berbahasa tetapi tidak setiap orang dapat memanfaatkan daya bahasa untuk mengefektifkan komunikasi. Setiap bunyi, setiap kata, setiap kalimat, setiap wacana sebenarnya mengandung daya bahasa. Daya bahasa dapat digali melalui berbagai aspek bahasa (seperti bunyi, bentuk kata, kalimat, pilihan kata, struktur, maupun aspek pemakaian bahasa seperti implikatur, tindak tutur, praanggapan, dan sebagainya). Namun, bahasa hanya akan keluar dayanya jika dipakai secara tepat dan kontekstual.

Sudaryanto (1981) mengidentifikasi bahwa bunyi memiliki makna tertentu. Pada tataran bunyi, bunyi /i/ memiliki makna yang dapat menggambarkan keadaan yang dipersepsi sebagai sesuatu yang kecil pada suatu benda, seperti kata “kerikil”, “cukil”, “muskil”, “kandhil”“kutil”, dan sebagainya. Namun, sebelum kata-kata yang mengandung bunyi /i/ dipakai dalam suatu konteks tuturan tertentu, daya bahasanya belum muncul. Begitu pula dengan bunyi /o/. Bunyi /o/ mengandung daya yang berkadar makna kata yang relatif besar, seperti kata-kata dalam bahasa Jawa “pothol”,

“kempol”, “ambrol”, “mrojol”, “mbrodhol”, “bodhol”, dan sebagainya. Di samping dapat memunculkan daya bahasa yang berimajinasi dengan “besar”, bunyi /o/ juga dapat memunculkan daya bahasa “kuat”, seperti “katrol,”dongkol”, “benjol”, “afdol”, “gerombol”, dan sebagainya.

Daya bahasa juga dapat digali melalui tataran bentukan kata. Kata-kata yang tidak berafiks justru memiliki daya bahasa yang lebih kuat ketika dipakai dibandingkan dengan kata berafiks. Misalnya, kata “babat” lebih kuat daya bahasanya dibandingkan dengan kata membabat dalam konteks kalimat “Perambah hutan itu babat babis semua pohon yang berdiameter 10 cm ke atas”. Kata asal “babat” terasa lebih kuat daya bahasanya dibandingkan dengan kata berafik “membabat”. Selain kata kata asal, kata majemuk kadang juga memiliki daya bahasa yang lebih kuat daripada kata asal. Misalnya kata majemuk “kuda lumping” dalam konteks “Penunggang kuda lumping itu kesurupan lantasi makan beling”. Kata majemuk “kuda lumping” memiliki daya bahasa yang sangat kuat dibandingkan dengan frasa “penunggang kuda”.

Daya bahasa juga dapat muncul dalam tataran struktur. Struktur kalimat tertentu memiliki daya yang berbeda ketika disusun dengan struktur yang berbeda. Contoh struktur kalimat yang memunculkan daya bahasa adalah sebagai berikut:

- a) Polisi menembak mahasiswa ketika berdemonstrasi.
- b) Mahasiswa tertembak polisi ketika berdemonstrasi.
- c) Ketika berdemonstrasi, mahasiswa tertembak polisi.
- d) Mahasiswa ditembak polisi ketika berdemonstrasi.

Struktur kalimat (a) “polisi menembak mahasiswa” memiliki daya bahasa bahwa “polisi” menjadi pelaku yang sengaja melakukan tindakan menembak. Struktur (d) “mahasiswa ditembak polisi” memperlihatkan daya bahasa bahwa mahasiswa melakukan tindakan tertentu hingga harus ditembak. Struktur (b) “mahasiswa tertembak polisi” yang ditempatkan di awal kalimat memperlihatkan daya bahasa bahwa peristiwa /tertembak/ lebih penting daripada peristiwa /berdemonstrasi/. Struktur (c) “mahasiswa tertembak polisi” ditempatkan pada akhir struktur memperlihatkan bahwa polisi secara tidak sengaja melakukan suatu tindakan ketika mahasiswa sedang melakukan suatu tindakan yang lain (demonstrasi). Efek (perlokusi) dari keempat struktur tersebut berbeda-beda.

Daya bahasa pada wacana dapat muncul ketika kesatuan makna mengungkapkan kesatuan pesan. Pesan yang terungkap dari kesatuan makna muncul dalam bentuk wacana. Berikut ini adalah contoh kalimat dalam bahasa Jawa yang menggunakan daya bahasa. “*Yen isih gelem apik karo aku, mbok coba kowe ameng-ameng nyang omahe diajak omong-omong kanthi alus. Yen isih angel amang-amangen ben duwe rasa wedi. Dene nek wis disabarke nganggo cara ngono isih tetep mbeguguk, kondhoa nek aku (ng)amuk bisa tak tumper kelor.*”

Wacana di atas memiliki daya yang sangat kuat untuk menyampaikan pesan. Wacana menggunakan pilihan kata yang tepat dalam setiap kalimatnya, seperti “ameng-ameng” disusul “omong-omong”, “amang-amang”, dan “(ng)amuk” memiliki daya bahasa yang sangat kuat bagi pendengarnya. Daya bahasa itu muncul karena adanya perbedaan vokal dalam setiap kata. Lebih terasa kuat lagi ketika setiap masing kata memang memiliki makna yang berdeda dan memperlihatkan adanya gradasi dari kata yang sangat biasa ke kata yang memiliki makna afeksi yang sangat kuat, yaitu *(ng)amuk*.

Daya bahasa dapat pula digali melalui sinonim kata. Kata satu dengan yang lain memiliki daya bahasa yang berbeda-beda, seperti kata “mati” atau “meninggal” memiliki daya bahasa yang bersifat netral. Adapun kata “mampus”, “tewas”, “gugur”, dan sebagainya memiliki daya bahasa yang lebih spesifik. Kata “mampus” memiliki daya bahasa negatif yang di dalamnya mengandung rasa dendam dan penuh kepuasan karena orang lain yang dibencinya tidak dapat berbuat apa-apa lagi seperti ketika masih hidup. Kata “gugur” memiliki daya bahasa yang hormat dengan subjek karena kematiannya terjadi untuk membela kebenaran sehingga perlu mendapatkan penghormatan.

Dari uraian di atas, dapat diidentifikasi bahwa daya bahasa dapat muncul pada seluruh tataran bahasa, yaitu bunyi, kata, kalimat, maupun wacana. Sedangkan cara menculikan daya bahasa dapat menggunakan asonansi maupun aliterasi, pilihan kata, kata asal, kata majemuk, sinonim, penekanan struktur kalimat, gaya bahasa, dan struktur wacana.

Jika berbagai daya bahasa di atas dapat digali dan digunakan secara tepat, komunikasi akan terasa lebih santun. Apalagi jika daya bahasa yang digunakan benar-benar dipilih yang dapat mengefektifkan komunikasi. Dengan kata lain, pemakaian daya bahasa dalam berkomunikasi dapat menjadikan tuturan lebih santun.

Pemakaian Nilai Rasa Bahasa

Menurut Poerwadarminta (1967: 34-35), nilai rasa adalah kadar rasa yang tercantum dalam isi kata itu. Rasa atau perasaan maksudnya ialah sekalian gerakan hati, segala yang terasa dalam batin; seperti sedih, senang, suka, duka, benci, mengejek, menghina, hormat, segan, dan sebagainya. Nilai rasa bersifat subjektif dan perorangan, bergantung pada suasana, tempat, dan masa. Nilai rasa merupakan pernyataan hormat, sopan-santun, pergaulan, penilaian baik buruk, dan perasaan perorangan lain-lain.

Nilai rasa bahasa belum banyak diungkap melalui penelitian. Namun demikian, nilai rasa bahasa sudah banyak digunakan oleh *copy writer*, penyair, novelis, orator dan bahkan orang kebanyakan ketika mereka berkomunikasi. Untuk mengungkapkan gagasan agar maksud dapat sampai sampai dan dapat dipahami oleh mitra tutur, penutur memilih kata, menggunakan ungkapan, menggunakan struktur kalimat tertentu sehingga harkat dan martabat penutur tetap terjaga dan akibatnya efek komunikatif yang timbul tidak menyinggung perasaan mitra tutur.

Bagi seorang *copy writer*, penggunaan bahasa bertujuan agar produk berupa barang atau jasa dapat diterima konsumen dan akhirnya konsumen membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Berbagai cara seorang *copy writer* dalam membujuk atau mempengaruhi konsumen, misalnya menggunakan “permainan bahasa” sehingga kesan yang terdengar atau terbaca dapat mengubah *mainmap* yang sudah memfosil dalam benak pendengar atau pembaca. Misalnya iklan susu bendera berunyi “Susu saya susu bendera”. Sebenarnya kalimat tersebut secara struktural sangat sederhana. Namun, karena frasa “susu saya” membawa imajinasi pendengarnya pada payudara, frasa tersebut menjadi sangat sensitif pada telinga pendengar. Karena sensitivitas telinga pendengar berimajinasi pada payudara, oleh seorang *copy writer* digiring pada suatu produk kemasan susu merk “Bendera”. Dengan demikian, permainan bahasa seperti itu mampu “menjerat” telinga pendengar untuk membeli susu merk Bendera.

Begitu juga iklan “Aku dan kau suka Dancow” adalah permainan bunyi /k/ yang berulang pada kata /aku/, /kau/, dan /Dencow/. Meskipun suku kata pada kata terakhir

keras, menyambut Sekar, anaknya pertama yang baru pulang dari mengaji di rumah Ustadzah Yayah.

"Makanya, Sekar, kamu belajar ngaji yang baik. Biar moralmu baik. Agar kalau besok-besok kamu jadi pejabat, kamu nggak jadi maling!"

Seakan tahu kepada siapa ucapan ibunya ditujukan, cepat Sekar menukas, "Ah, kalau pejabat bukan maling, Bu. Tapi korupsi!" "Ah, itu kan hanya istilah!" teriak Bu Marni. "Tapi hakekatnya sama saja, maling! Banyak duit dari hasil maling aja sombong!"

Mendengar teriakan Bu Marni, Pak Cokro tak tahan. Ia tahu, teriakan itu ditujukan kepadanya. Buru-buru Pak Cokro bangkit dari duduk dan segera menutup pintu pagar depan rumahnya rapat-rapat.

Kutipan di atas adalah bukan realita sejati, tetapi realita imajiner yang dibangun oleh penulis. Namun, harus disadari bahwa realita imajiner tidak berarti berangkat dari "dunia kosong". Realita imajiner adalah dunia rekaan yang bertolak dari realita sejati. Untuk membangun dunia imajiner tidak dapat menyampaikan pesan seperti realita sejati. Jika hal ini dilakukan tentu bukan cerpen atau karya fiksi melainkan berita. Tokoh Bu Marni, Pak Cokro adalah tokoh-tokoh fiktif yang tidak ada dalam dunia nyata. Meskipun, nama Cokro, dan Marni dapat ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

Nilai rasa bahasa dalam kutipan novel di atas nampaknya ingin memberi pesan bahwa kehidupan manusia itu berputar. Pada saat sedang berada di atas hendaknya mau menengok ke bawah agar ketika berada di bawah tidak merasa teraniaya hidupnya.

Bagi seorang orator, penggunaan bahasa tidak sekedar komunikatif tetapi setiap kata, struktur kalimat, ungkapan, gaya bahasa adalah perangkat komunikasi untuk membangun nilai rasa agar citra dan kepercayaan pendengar kepada pembicara terjaga dan pesan yang disampaikan dapat membentuk pola pikir sehingga mengubah sikap dan perilaku seperti yang diinginkan oratornya. Perhatikan kutipan teks terjemahan bebas pidato Obama ketika berkampanye pada putaran terakhir untuk membela diri atas kritikan lawan politiknya karena kurang menjalin hubungan dengan pemerintah Israel.

Saya memang jarang mengunjungi Israel. Apa lagi mengunjungi Israel untuk menggalang dana guna membiayai kampanye Presiden. Amerika sudah kaya untuk hal seperti itu sehingga tidak perlu minta bantuan Israel.

Kutipan pidato Obama di atas ternyata memiliki nilai rasa bahasa yang sangat halus untuk mengalahkan lawan politiknya. Ungkapan Obama sangat halus tetapi berisi "sindiran" yang sangat tajam bahwa lawan politiknya berkunjung ke Israel tidak untuk membangun hubungan bilateral kedua negara tetapi untuk "mengemis bantuan dana untuk membiayai kampanye". Tim sukses Obama nampaknya memang memiliki kelihaihan untuk mencari informasi kelemahan lawan sebagai "peluru". Sementara itu, Obama tahu persis kapan peluru itu harus ditembakkan sehingga lawan politiknya tidak berkutik. Ternyata dengan sindiran halus itu, reputasi Obama meningkat pesat.

Kandungan nilai rasa bahasa yang terdapat diberbagai penggunaan bahasa di atas dapat digali melalui berbagai cara. Tentu, penggalian nilai rasa bahasa seperti itu sangat bergantung kepekaan, kreativitas, dan kemahiran peneliti pemakaian bahasa.

Makna selalu terkandung di dalam kata atau kalimat, sedangkan nilai rasa atau maksud terkandung dalam benak penutur atau mitra tutur. Nilai rasa bahasa dapat muncul dalam berbagai kata isi (*content words*) tetapi tidak pada kata tugas (*function words*). Perhatikan contoh di bawah ini.

Kata/Kalimat	Makna	Maksud	Nilai rasa
Papan reklame di jalan biasanya berukuran besar-besar (A)	Satuan ukuran yang lebih dari biasanya	Memberi pesan yang lebih dari yang seharusnya	Reklamena terlalu besar
Gadis mungil itu sangat lincah ketika membawakan lagu di panggung (A).	Satuan ukuran yang kurang dari ukuran yang normal	Terkandung maksud kecil tetapi tetap proporsional	Kecil tetapi tetap indah
Sebagian daerah Sleman berada di kaki gunung Merapi (N).	Bagian bawah gunung	Bukan daerah datar	Dataran tinggi
Dia ngamuk menyelesaikan pekerjaan yang masih tersisa (V).	Bekerja keras	Bekerja keras	Kerja lebih giat dari biasanya
Apakah kamu ada waktu luang hari ini?	Orang kedua tunggal	Mungkin maksudnya akan mengajak pergi atau minta tolong.	Hubungan antara penutur dengan mitra tutur sederajat, atau teman akrab.

Jika digunakan secara tepat dalam komunikasi, nilai rasa bahasa dapat dipersepsi mencerminkan watak dan kepribadian seseorang atau menimbulkan kesan tertentu pada mitra tutur. Persepsi seorang penutur terhadap tuturan yang dihasilkan akan mencerminkan watak dan kepribadiannya. Misalnya:

- *Dia pernah saya tolong untuk mendapatkan pekerjaan, tetapi setelah bekerja justru merasa menjadi bos, dan akhirnya dipecat dan sekarang hidup menggelandang seperti pengemis.*

Kata dipecat, menggelandang, pengemis bagi penutur adalah ungkapan untuk melampiaskan kekecewaan pada subjek yang dibicarakan. Jika mitra tutur mampu menangkap pesan yang dimaksud oleh penutur, kata-kata tersebut mengandung nilai rasa yang dapat dipersepsi kasar karena ada unsur kekecewaan penutur kepada subjek yang dibicarakan. Nilai rasa pada kata-kata itu sangat berbeda jika diungkapkan dengan struktur dan pilihan kata yang lain, seperti.

- *Dia pernah saya tolong untuk mendapatkan pekerjaan, tetapi setelah bekerja justru merasa menjadi bos, dan akhirnya di PHK dan sekarang hidup menganggur tidak punya pekerjaan.*

Di samping itu, nilai rasa bahasa juga dapat dipersepsi oleh mitra tutur atas maksud penutur. Misalnya.

- *Kalau memperhatikan penampilan kamu hari ini, rasanya kamu lebih segar dan tampak cantik.*

Meskipun kata kamu digunakan dengan makna yang sama dengan contoh di atas, dengan digunakannya kata segar dan cantik, mitra tutur mempersepsi bahwa tuturan itu memberi pujian dari penutur.

Makna dan maksud dalam suatu tuturan ada yang berbeda tetapi ada pula yang sama. Makna dan maksud yang sama biasanya terdapat pada tuturan atau komunikasi formal, seperti dalam seminar, guru mengajar, atau bawahan yang sedang berbicara kepada atasan karena ingin menyampaikan informasi. Perhatikan contoh di bawah ini!

- *Berapa orang koruptor yang tertangkap dalam operasi intelejen kemarin malam?*

Makna dari ujaran di atas adalah berupa pertanyaan, sedangkan maksud yang ingin ditanyakan adalah informasi mengenai “berapa banyak jumlah koruptor yang ditangkap”. Dengan demikian, makna dan maksud dalam tuturan di atas adalah sama. Namun, ada pula makna dan maksud yang terdapat dalam tuturan bisa berbeda. Perhatikan contoh di bawah ini!

- *Wah rajin benar kamu, kertas berserakan di mana-mana!*

Contoh tersebut seakan bermakna pujian karena diawali dengan “rajin benar kamu”. Namun, setelah dirangkai dengan “kertas berserakan di mana-mana” penutur jelas tidak bermaksud memberi pujian tetapi kadar nilai rasa yang terkandung justru berupa sindiran atau ejekan kepada mitra tutur.

Berdasarkan uraian di atas, nilai rasa bahasa mampu menghaluskan budi jika digunakan secara benar. Di samping menghaluskan budi, nilai rasa bahasa dapat menjadi penanda kesantunan. Nilai rasa bahasa kadang-kadang mampu membentuk imajinasi melalui persajakan, permainan bunyi; penyampai pesan simbolis, dsb. Dengan berbagai cara tersebut, nilai rasa bahasa yang muncul dapat berupa rasa senang, sayang, benci, dendam, marah, halus, kasar, sehat, bugar, khawatir, heran, bersalah, dan sebagainya.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- a. Komunikasi tidak hanya mengandalkan unsur lingual tetapi juga unsur non-lingual, terutama berupa konteks.
- b. Makna dan maksud dalam komunikasi tidak selalu sama. Namun, dalam berkomunikasi mitra tutur harus mampu menangkap maksud.
- c. Daya bahasa dan nilai rasa bahasa dapat ditangkap oleh mitra tutur jika antara penutur dan mitra tutur berada dalam “gelombang komunikasi” yang sama, yaitu saling mengenal, saling memahami situasi, saling memahami watak dan kepribadiannya, saling mengenal topik yang dibicarakan, dan saling menguasai ragam bahasa yang digunakan.
- d. Indikator kesantunan menurut beberapa ahli pragmatik berbeda-beda. Dell Hymes melihat penanda kesantunan dari segi komponen tutur, Grice melihat dari segi

- mitra tutur, Leech melihat dari cara menyampaikannya, dan Pranowo melihat dari hubungan penutur dengan mitra tutur.
- e. Daya bahasa dan nilai rasa sebagai penanda kesantunan tidak dapat ditentukan oleh mitra tutur tetapi justru ditentukan oleh penutur. Adapun kesantunan bagi mitra tutur adalah efek dari tuturan yang digunakan oleh penutur.
 - f. Daya bahasa dan nilai rasa bahasa dapat digali atau muncul melalui aspek lingual, seperti bunyi, kata, kalimat, maupun wacana tetapi kadang-kadang untuk menangkap dan memahami maksud harus melalui konteks.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Benedict. 1990. *Language and Power*. New York. Cornel University.
- Atmawati, Dwi. 2008. *Memanfaatkan Kekuatan Bahasa sebagai Sarana Pembangunan Sikap SDM Berkualitas*. Semarang: Depdiknas.
- 5 Brown, P. dan S. Levinson. 1987. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: CUP.
- 12 Cook, Guy. 1989. *Discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- 10 Cruse, Alan. 2000. *Meaning in Language*. Oxford: Oxford University Press.
- 6 Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*. London and New York: Longman.
- 7 Grice, H.P. 1975. "Logic and Conversation" dalam Cole; P&J.L Morgan. 1975. *Syntax and Semantics Vol 3 : Speech Acts*. New York: Akademik Press.
- 8 Gunarwan, Asim. 2005. "Beberapa Prinsip dalam Komunikasi Verbal: Tinjauan Sociolinguistik dan Pragmatik" dalam Pranowo (2005). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- 8 Halliday, M.A.K. dan Ruqaiya Hassan. 1985. *Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotics Perspective*. Deakin: Deakin University.
- 9 Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi : Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- 11 Hymes, Dell. 1972. "Model of the Interaction of Language and Social Life" dalam Gumperz, J.J. dan Dell Hymes (ed.) *The Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Jassin, H.B. 1988. *Angkatan '66*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Kontjaraningrat. 1994. *Kebudayaan Jawa*. Kebudayaan Jawa. Jakarta: Balai Pustaka.
- Leech, G. N. 1983. *Principles of Pragmatics*. Harlow: Longman Magnis Suseno, Frans. 1984. *Etika Jawa*. Jakarta: Gramedia.
- Levinson, Stephen C. 1983. *Pragmatics*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Magnes Suseno, Frans. 1984. *Etika Jawa*. Jakarta: Gramedia.

- Pradopo, Rachmat Djoko. 2002. *Pengkajian Puisi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pranowo. 2005. *Kesantunan Berbahasa Para Elit Politik* (makalah). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Pranowo. 2008. *Kesantunan dalam Pemakaian Bahasa Indonesia* (hasil penelitian tidak dipublikasikan). Yogyakarta: PBSID, FKIP Universitas Sanata Dharma.
- Pranowo. 2009. *Berbahasa secara Santun*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pranowo, 2013. *Daya Bahasa dan Nilai Rasa Bahasa dalam Iklan*. Laporan Hasil Penelitian (belum dipublikasikan). Yogyakarta: USD.
- Sudaryanto. 1991. *Potensi Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana Press.
- Taufik Ismail. 1966. *Tirani dan Benteng*. Jakarta: Grasindo.
- Thomas, Jenny. 1995. *Meaning in Interaction: An Introduction to Pragmatics*. London & New York: Longman.
- Yule, Geoge. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

**Ancangan Kesemestaan Sociolinguistik
dalam Pembelajaran Bahasa Era Globalisasi IT**
Oleh Abdul Syukur Ibrahim

**Daya Bahasa dan Nilai Rasa Bahasa sebagai Penanda Kesantunan
dalam Berkomunikasi**
Oleh Pranowo

Tindak Tutur Kekerasan
Oleh I. Praptomo baryadi

**Ekokritisme dalam Pembelajaran Bahasa
dan Sastra Indonesia: Sebuah Usulan**
Oleh Novita Dewi

Pemartabatan Bahasa Jurnalistik Indonesia
Oleh R. Kunjana Rahardi

***Story Telling* sebagai Wahana Pendidikan Karakter
dalam Pembelajaran Sastra Indonesia**
Oleh B. Rahmanto

**Metakognisi sebagai Keterampilan Melatih Siswa Berpikir Kritis
dalam Pembelajaran Bahasa**
Oleh Yuliana Setiyaningsih

**Perspektif Baru dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia
Berdasarkan Kurikulum 2013**
Oleh B. Widharyanto

Stilistika-Pragmatika dalam Analisis Karya Sastra
Oleh Setya Tri Nugraha

**Kajian Intertekstual Puisi "Kusangka" Karya Amir Hamzah
dan Puisi "Penerimaan" Karya Chairil Anwar**
Oleh Irsasri



Penerbit Universitas Sanata Dharma
publisher@usd.ac.id



Progra 4 Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta
pbsid@usd.ac.id



ISBN 978-602-9187-59-5



9 786029 187595

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	9%
2	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	3%
3	Submitted to Universitas Sanata Dharma Student Paper	2%
4	Submitted to Cita Hati Christian High School Student Paper	1%
5	Submitted to Macquarie University Student Paper	1%
6	Submitted to University of Basel Student Paper	<1%
7	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%
8	Submitted to iGroup Student Paper	<1%
9	Submitted to University of Maryland, University	

College
Student Paper

<1%

10 Submitted to Univerza v Ljubljani
Student Paper

<1%

11 Submitted to Universitas Negeri Jakarta
Student Paper

<1%

12 Submitted to University of Wales, Bangor
Student Paper

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off