

PERBANDINGAN BAHASA SURAT PEMBACA DALAM MAJALAH KAWANKU DAN HAI

Agnes Adhani

*Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP
Universitas Widya Mandala Madiun*

ABSTRAK

The background of this research was due to the fact that communication processes involve two sides – speakers and hearers, in which the delivered messages are tied within discourses. Letters from readers, as a means used by readers to express “something” to mass-media management or other readers, are in line with mass-media characteristics. “Kawanku”, a magazine for female teenagers with its motto: “unbeatable fun girl” and “Hai”, a magazine for male teenagers with its motto: “karena kita luar biasa” have certain similarities and differences in their language use.

This study aimed to compare the topic, language use, and communicative acts in letters from readers found in the magazines “Kawanku” and “Hai”.

The research was descriptive in nature. It described the data – 60 letters from readers in Chit-Chat “Kawanku” and 58 letters from readers in Memo “Hai”, which comprised 10 editions of each magazine namely, no. 40 up to no. 49 published in September – Desember 2007.

The data analysis showed (1) due to the topic, domestic artists/celebrities and foreign music groups were dominant in “Kawanku”; while, opinions and the contents of the magazine were dominant in “Hai”, (2) concerning the language use, especially the orthographic writings, the titles of the letters in “Kawanku” were written in small letters; whereas, those in “Hai” were written in capital letters; the use of colloquial language was of no distinction in the two magazines; the use of abbreviations and acronyms in “Hai” was striking, such as SMS; the use of foreign language was rather different in the two magazines. Japanese was used in “Kawanku”, but “emoticons” was used in “Hai”, (3) in relation to communicative acts, courtesy was maintained in “Kawanku”; it was realized with opening and closing greetings; meanwhile, in “Hai” the intention of letters was stated straightforwardly and there were criticisms as well as severe complaints.

Key word: letters from readers, topic, language use, communicative acts.

A. Pendahuluan

Komunikasi adalah pengiriman atau penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (KBBI, 1990: 454). Komunikasi dapat terjadi antarpribadi yang disebut

komunikasi pribadi dan komunikasi yang melibatkan berbagai pihak dinamai komunikasi massa.

Pesan atau berita yang disampaikan dalam linguistik diwadahi dalam wacana. Wacana (*discourse*) adalah satuan bahasa terlengkap yang dinyatakan secara lisan, seperti pidato, ceramah, khotbah, dan dialog atau secara tertulis seperti cerpen, novel, buku, surat, dan dokumen tertulis, yang dilihat dari segi struktur lahirnya atau dari segi bentuknya bersifat kohesif, saling terkait dan dari struktur batinnya atau dari segi maknanya bersifat koheren, terpadu (Sumarlam, ed., 2003: 15).

Surat sebagai jenis wacana paparan, memprioritaskan penulis mengemukakan maksud dan tujuannya, menjelaskan apa yang dipikirkan dan dirasakannya. Surat berwujud percakapan tertulis dengan fungsi sebagai alat atau sarana komunikasi tulis yang paling efisien, efektif, ekonomis, dan praktis. Dalam media massa terdapat “surat pembaca” yang disediakan untuk menampung kebutuhan pembacanya dalam berkomunikasi redaksi maupun sidang pembaca. Hampir semua media massa memiliki rubrik surat pembaca, demikian juga halnya dengan majalah *Kawanku* dengan nama Chit-Chat dan *Hai* dengan nama Memo.

Surat pembaca dalam *Kawanku* dan *Hai* menunjukkan persamaan dalam perihal yang dimuat, namun terdapat perbedaan berdasarkan karakteristik *Kawanku* untuk *fun girl* sedangkan *Hai* untuk remaja laki-laki, sehingga hal ini perlu dikuak lewat penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah (1) membandingkan topik, (2) membandingkan bentuk bahasa, dan (3) membandingkan tindak komunikatif pada

surat pembaca dalam majalah *Kawanku* dan *Hai*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah kajian bahasa dengan mengungkap karakteristik bahasa remaja yang sesuai dengan sifat mereka yang dinamis dan mobilitas perubahan yang tinggi.

B. Wacana, Surat, dan Surat Pembaca

Wacana (*discourse*) adalah satuan bahasa terlengkap yang dinyatakan secara lisan, seperti pidato, ceramah, khotbah, dan dialog atau secara tertulis seperti cerpen, novel, buku, surat, dan dokumen tertulis, yang dilihat dari segi struktur lahirnya atau dari segi bentuknya bersifat kohesif, saling terkait dan dari struktur batinnya atau dari segi maknanya bersifat koheren, terpadu (Sumarlam, ed., 2003: 15). Wacana memuat rentetan kalimat yang berhubungan, menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain dan membentuk satu kesatuan informasi (Fatimah, 1994: 1-2). Wacana adalah satuan bahasa terlengkap atau utuh dengan amanat lengkap dengan koherensi dan kohesi tinggi, dengan ciri (1) satuan bahasa terlengkap atau utuh, (2) mengandung amanat lengkap, (3) dapat dinyatakan secara lisan dan tulisan, dan (4) dan dilihat dari segi bentuk bersifat kohesif dan dari segi makna bersifat keheren.

Surat adalah kertas (kain dsb) yang bertulis (berbagai-bagai isi maksudnya) (*KBBI*, 1990: 872). Surat adalah jenis karangan atau komposisi paparan dengan penulis menjelaskan apa yang dipikirkan atau dirasakan. Surat adalah sarana berkomunikasi tulis dengan berbagai hal yang dikomunikasikan, misalnya pengumuman, pemberitahuan, dan keterangan (Sudjito dan Solchan, 1979: 1). Komposisi surat terdiri atas (a) ada berita atau informasi, (b) berita atau

informasi itu dikirim, (c) berita atau informasi itu berbentuk tulisan, (d) berita atau informasi itu dikirimkan seseorang atau pihak tertentu kepada orang lain atau pihak lain, dan (e) umumnya menggunakan kertas (sekarang ada *e-mail*, tanpa kertas). Surat adalah wujud pribadi atau pihak tertentu, sehingga dalam menyusun surat harus hati-hati dan cermat melalui proses penciptaan surat (Pateda dan Pulubuhu, 1993: 133).

Sifat surat umumnya pribadi atau dinas dengan fungsi antara lain sebagai (1) alam komunikasi, (2) bukti tertulis, (3) pengikat tertulis, (4) bukti historis, (5) pembangkit semangat, (6) gambaran pribadi atau instansi/dinas/organisasi, dan (7) penyalur pikiran, perasaan, atau keinginan.

Dengan penjelasan surat tersebut, surat dapat dikategorikan sebagai wacana, dengan ciri-ciri: (1) berdasarkan medianya termasuk wacana tertulis, (2) berdasarkan keaktifan partisipan tergolong wacana monolog, (3) berdasarkan kelangsungannya termasuk wacana tak langsung, (4) menurut tujuannya termasuk wacana informatif atau persuasif, dan (5) menurut bentuknya tergolong wacana epistolary.

Surat pembaca disediakan oleh media massa untuk menampung kebutuhan pembacanya dalam berkomunikasi dengan redaksi atau sidang pembaca. Sesuai dengan namanya, surat pembaca adalah surat yang dikirim oleh pembaca ditujukan kepada media massa yang dimuat dengan tujuan antara lain:

1. Menyalurkan pikiran, pembaca yang memiliki pemikiran tentang sesuatu dapat dikemukakan dan dikomunikasikan kepada sidang pembaca, misalnya

pemikiran tentang cara mengatasi lumpur Lapindo, cara menghadapi berbagai bentuk penipuan dan kejahatan, dan cara pilkada yang paling demokratis.

2. Menyalurkan perasaan, pembaca yang merasa sedih, kecewa, gembira dapat menyalurkannya lewat surat pembaca, seperti keluhan tentang pelayanan penerbangan yang mengecewakan, keluhan pelayanan bank terhadap nasabah yang kurang simpatik, dan menyatakan rasa syukur karena doanya terkabul atau mendapatkan undian.
3. Menyalurkan keinginan, dengan surat pembaca kita dapat menyalurkan keinginan mendapatkan informasi tentang grup band idola, bintang sinetron idola, mendapatkan bantuan donor ginjal, mendapatkan pekerjaan atau jodoh.
4. Menyatakan kritik, mengkritik berbagai bentuk penyimpangan yang terjadi dalam masyarakat, lebih baik lagi kalau disertai dengan solusi.
5. Menyatakan saran, saran atas berbagai bentuk ketidaktepatan penanganan berbagai persoalan, misalnya kemiskinan, pedagang kaki lima, dan penggusuran.

C. Bahasa Surat Pembaca dan Tindak Komunikatif

Karena keterbatasan media massa dalam menyediakan kolom untuk surat pembaca, karakteristik penulisan surat pembaca juga berbeda dengan surat pada umumnya. Bahkan beberapa media massa menyediakan kolom untuk menampung surat dalam bentuk *short message services* (SMS). Hal ini menyebabkan komponen tertentu dalam surat diabaikan, seperti kepala surat, alamat surat, salam

pembuka dan salam penutup, tanda tangan penulis secara lengkap, apalagi lampiran dan tembusan tentu tidak ada.

Bahasa surat pembaca memenuhi persyaratan (1) singkat, (2) jelas, (3) terarah, (4) komunikatif, (5) logis, (6) taat kaidah kebahasaan, (7) dapat dipercaya, (8) etis, dan (9) bertanggung jawab (Pateda dan Pulubuhu, 1993: 143). Namun beberapa media massa yang mengabaikan aspek kaidah kebahasaan, karena keterbatasannya, dengan aspek yang dipentingkan adalah singkat, jelas, terarah, dan komunikatif.

Dalam berkomunikasi terdapat faktor penentu, yaitu (1) **siapa** berbahasa, (2) **dengan siapa**, (3) **tujuannya** apa, (4) dalam **situasi** apa (waktu dan tempat), (5) dalam **konteks** bagaimana (peserta lain, kebudayaan, suasana), dengan **jalur** mana (lisan dan tulisan), (7) **media** apa (tatap muka, telepon, surat, buku, koran), dan (8) **peristiwa** apa (bercakap-cakap, ceramah, upacara, laporan, lamaran kerja, pernyataan cinta (Tarigan, 1986: 179).

Terdapat lima belas kelompok tindakan komunikatif yang dikemukakan oleh Henry Guntur Tarigan (1986: 145-146), yaitu:

1. menyapa, mengundang, menerima, menjamu,
2. memuji, mengucapkan selamat, menyanjung atau merayu, menggoda, mempesonakan, menyombongkan,
3. menginterupsi, menyela, memotong pembicaraan,
4. memohon, meminta, mengharapkan,
5. mengelak, membohongi, mengobati kesalahan, mengganti subjek,
6. mengkritik, menegur, mencerca, mengomeli, mengejek, menghina, mengancam, memperingatkan,
7. mengeluh, mengadu,
8. menuduh, menyangkal atau mengingkari,
9. menyetujui, menolak, mendebat atau mebantah,
10. meyakinkan, menuntut, mempengaruhi atau mensugesti, mengingatkan, menegaskan atau menyatakan, menasihati,
11. melaporkan, menilai, mengomentari,

12. memerintahkan, memesan, meminta atau menuntut,
13. menanyakan, memeriksa atau meneliti,
14. menaruh simpati, menyatakan bela sungkawa
15. meminta maaf, memaafkan.

Dengan memperhatikan faktor penentu komunikasi dan bentuk tindak komunikasi, perbedaan siapa berkomunikasi dengan siapa dan perbedaan media menyebabkan terdapat perbedaan topik, penggunaan bahasa, dan tindak komunikatif yang digunakan dalam surat pembaca, terutama dalam majalah *Kawanku* dan *Hai*.

Perbedaan cara berkomunikasi remaja perempuan dan remaja laki-laki ditandai dengan perbedaan topik, penggunaan bahasa, dan tindak komunikatif dalam Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai*.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif (Sutopo, 2002: 110) karena berusaha mendeskripsikan pemakaian bahasa dalam surat pembaca dalam majalah *Kawanku* dan *Hai* secara kualitatif, dengan setting alamiah pada kondisi apa adanya, merupakan permasalahan masa kini, majalah *Kawanku* dan *Hai* sebagai sumber informasi, dan peneliti sebagai alat utama dalam penelitian (Sutopo, 2002: 33-39).

Data penelitian ini berupa topik, kata, frasa, klausa, kalimat dan atau wacana dalam konteks pemakaian dan fungsi komunikatifnya yang mendukung tujuan penelitian. Sumber penelitian ini adalah surat pembaca Chit-Chat *Kawanku* dalam sepuluh majalah nomor 40/2007 sampai dengan 49/2007 yang terbit rentang 26 September-1 Oktober 2007 sampai dengan 27 November-3 Desember

2007 dan surat pembaca Memo *Hai* dalam sepuluh majalah nomor 40/XXXI/1 Oktober 2007 sampai dengan nomor 49/XXXI/3 Desember 2007.

Berdasarkan hasil pengumpulan data berupa topik, kata, frasa, klausa, kalimat, atau wacana dengan metode simak bebas libat cakap dan teknik catat (Sudaryanto, 2003: 133-137) dilakukan analisis dengan menganalisis dan membandingkan topik, bentuk bahasa, dan tindak komunikatif dalam surat pembaca Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai*.

E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian berikut ini dikemukakan hasil penelitian.

1. Topik

Topik (*topic*) adalah perihal yang dibicarakan dalam wacana, topik menjiwai seluruh bagian wacana. Topik merupakan “pusat perhatian” (*centre of attention*) dalam wacana. Wacana, termasuk surat pembaca, merupakan hubungan atau jaringan unsur-unsur pembentuknya, maka yang menjadi pangkal dan ujung hubungan atau jaringan tersebut adalah topik. Karena topik dalam wacana berkedudukan penting bahkan sentral, maka topik ditonjolkan dan dipertahankan serta diacu oleh seluruh bagian wacana (Praptomo Baryadi, 2002: 54-55).

Berdasarkan 60 surat pembaca dalam Chit-Chat *Kawanku* dan 58 surat pembaca dalam Memo *Hai* dikelompokkan ke dalam 9 kelompok topik, dengan perbedaan jumlah kemunculan topik dalam kedua media.

Tabel 1 Topik Surat Pembaca

No	Topik	Chit-Chat Kawanku		Memo Hai	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1.	Artis/selebritas dalam negeri	14	23,3	4	6,9
2.	Artis/selebritas luar negeri	9	15,0	2	3,5
3.	Grup band dalam negeri	3	5,0	7	12,1
4.	Grup band luar negeri	11	18,3	10	17,2
5.	Isi majalah	9	15,0	12	20,6
6.	Pendapat	7	11,7	19	32,7
7.	Film/serial	6	10,0	-	-
8.	Olah raga	1	1,7	2	3,5
9.	Buku	-	-	2	3,5
	Jumlah	60	100	58	100

Dengan melihat jumlah topik dan persentasenya tampak jelas bahwa terdapat perbedaan kemunculan topik. Dalam Chit-Chat topik yang mendominasi adalah artis/selebritas dalam dan luar negeri, sedangkan dalam Memo remaja laki-laki cenderung berpendapat dan menanyakan hal-hal yang berhubungan dengan isi majalah, bahkan remaja laki-laki tidak tertarik pada film atau serial dengan tidak ada yang bersurat dengan topik tersebut. Hal ini menunjukkan perbedaan kepedulian remaja perempuan, terarah kepada “memuja idola” dengan minta profil, poster, dan *pin up*, sedangkan remaja laki-laki kritis dalam mengomentari isi majalah dan berpendapat, baik pro maupun kontra, bahkan diungkapkan dengan kritik pedas ditemukan hanya dalam Memo.

2. Penggunaan Bahasa

Hal yang berhubungan dengan penggunaan bahasa yang dibahas adalah (a) ejaan, (b) bahasa pergaulan, (c) penggunaan singkatan dan akronim, dan (d) penggunaan bahasa asing.

a. Ejaan

Penggunaan ejaan dalam *Kawanku* dan *Hai* menunjukkan kesamaan dalam jawaban surat yang ditulis dengan cetak miring atau *Italic*. Misalnya

- (1) *Hi Mirty, kamu kurang beruntung tuh.*
- (2) *Nidji, beres!*
- (3) *Wah! Boleh sekali! Selamat gabung ya...*
- (4) *Butuh ya ramalan zodiac dari Hai? Nanti deh diobrolin.*

Namun ditemukan perbedaan yang mencolok dalam penggunaan huruf kapital, dalam *Kawanku* semua huruf ditulis dengan huruf kecil semua, walaupun nama atau judul film atau serial, seperti *cinta laura, kevin julio, high school musical, prince hour*, sedangkan dalam *Hai* semua judul atau nama ditulis dengan menggunakan huruf kapital, seperti *ANTICOWOK HAI, KECEWA GRESS, CHRISTIANO RONALDO, DEWI DEWI TELAT, INDIE AMRIK*.

b. Penggunaan Bahasa Pergaulan

Bahasa pergaulan pergaulan yang digunakan dalam *Kawanku* dan *Hai* berhubungan dengan (1) bentuk verba *-in*, (2) pelesapan imbuhan, (3) sapaan, (4) bentuk tidak baku, dan (5) seruan.

1) Bentuk Verba *-in*

Dalam penggunaan verba *-in* tidak terdapat perbedaan dalam *Kawanku* dan *Hai*. Bentuk verba *-in* menunjukkan varian makna, seperti *dihilangin* 'dihilangkan', *dirasain* 'dirasakan', *muatin* 'muatkan', *lihatin* 'dilihat', *hargain* 'hargai'.

2) Pelesapan Imbuhan

Seperti umumnya bahasa jurnalistik dengan prinsip keekonomisan, dalam Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai* terdapat pelesapan imbuhan seperti *nanya* ‘menanyakan’, *tanya* ‘bertanya’, *beli* ‘membeli’, *ngritik* ‘mengkritik’, *baca* ‘membaca’, dan *ngaku* ‘mengaku’.

3) Sapaan

Sapaan diri dalam *Kawanku* dan *Hai* digunakan kata *aku*, *gue*, *gw*, *gua*, *aq*, *g* untuk menyebut diri ‘saya’. Dalam *Hai* mayoritas *gw* yang digunakan oleh penulis surat dalam menyebut dirinya.

4) Kata tidak Baku

Salah satu ciri khas penggunaan bahasa dalam Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai* adalah penggunaan kata tidak baku, ragam santai untuk keakraban sebagai penanda ragam lisan santai, seperti *banget* ‘sekali’, *enggak* ‘tidak’, *kenapa* ‘mengapa’, *udah* ‘sudah’, *cuma* ‘hanya’, *entar* ‘nanti’, *pengin* ‘ingin’, *kayak* ‘seperti’, *ngeliat* ‘melihat’, *kasih* ‘beri’, *ampe* ‘sampai’, dan *nongol* ‘tampil’.

5) Seruan

Seruan adalah bentuk ujaran lisan yang berfungsi sebagai penyela, selingan, atau peluncur yang tidak bermakna, walaupun bermakna harus dikaitkan dengan konteks. Seruan yang umum dipakai dalam *Kawanku* dan *Hai*, antara lain *Hi*, *Hai*, *kok*, *dong*, *nih*, *tuh*, *Hmmmm*, *deh*, *yeeee*, *he he he*, dan *yach*.

c. Penggunaan Singkatan dan Akronim

Penggunaan singkatan dan akronim yang paling menonjol, terutama dalam Memo *Hai* adalah penggunaan singkatan ala SMS dengan menghilangkan semua vokal. Hal ini tidak ditemukan dalam Chit-Chat *Kawanku*. Membaca surat pembaca dengan singkatan seperti ini menyulitkan orang awam, tetapi generasi muda yang *notabene* generasi HP tidak mengalami masalah.

Gw gak se7 bngt klo HAI ngdin pmlhan CO-HAI Inga ini mjhh cow brur!
'Saya tidak setuju banget kalau HAI mengadakan pemilihan COWOK-HAI. Ingat ini majalah cowoh brur!'

Hai Gw Cm mO blg Gw lnggaNan HAI Ud lma bGt. nApa sEh eDisi 36 coVerna hRs "KANGEN BAND?" suMpa Gw enek liaT Kngen, Thx. Hai Gw bgT.

'Hai gue cuma mau bilang, gue langganan Hai sudah lama banget. Kenapa sih edisi 36 covernya harus Kangen Band? Sumpah gue enek lihat Kangen. Thanks. Hai gue banget.'

Selain itu dalam *Hai* ditemukan singkatan khas berupa perpaduan huruf dan angka, seperti *se7* 'setuju', *ls9* 'langsung', *k2* 'kedua', *lx-lx* 'sekali-sekali'

Secara umum dalam *Kawanku* dan *Hai* ditemukan singkatan dan akronim yang umum dipakai, seperti *SMS*, *DVD*, *VCD*, *FYI* (*for your information*) 'sebagai informasi', *btw* (*by the way*) 'omong-omong', *pdkt* 'pendekatan', *gpp* 'nggak apa-apa', *coz* (*because*) 'sebab', *Jkt* 'Jakarta', *Bdg* "Bandung", *Sby* 'Surabaya', *Yk* 'Yogyakarta', *mobkas* 'mobil bekas', *pensi* 'pentas seni', dan *cupu* 'culun punya'.

d. Penggunaan Bahasa Asing

Penggunaan bahasa asing dalam Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai* paling menonjol pada nama kelompok musik atau grup band, seperti *Fall Out Boy*, *The Click Five*, *Black Eyed Peas*, *Saint Loco*. Selain itu penggunaan bahasa asing sebatas untuk bergaya, seperti *explain please* 'tolong jelaskan', *keep*

growing ‘teruslah berkembang’, *all about ...* ‘semua tentang...’, *until now* ‘sampai sekarang’.

Perbedaan mencolok antara Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai* adalah ditemukannya penggunaan bahasa Jepang dalam Chit-Chat *Kawanku*, yaitu *moshi-moshi* ‘halo’, *arigato* ‘terima kasih, dan *kawaii* ‘cantik, molek, manis’ dan penggunaan *emoticons* pada Memo *Hai*, yaitu =) ‘tersenyum’ dan :-) ‘bahagia’ yang pemaknaannya dibutuhkan kamus khusus.

3. Tindak Komunikatif

Dalam melakukan tindakan komunikasi yang komunikatif, faktor penentu **siapa** berbahasa, maksudnya siapa penulis surat pembaca menentukan tindak komunikatif. Faktor penentu **dengan siapa, jalur**, dan **media** sudah jelas, karena surat pembaca tersebut ditujukan kepada kru majalah *Kawanku* dan *Hai*, jalur tulisan, dan medianya surat.

Siapa penulis surat (O1) dalam Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai* terdapat perbedaan dari segi jenis kelamin. Chit-Chat ditulis oleh perempuan (100%) sedangkan dalam Memo 42 surat (72 %) ditulis oleh laki-laki dan 16 surat (38 %) ditulis perempuan.

Selain faktor penentu **siapa**, faktor penentu tindak komunikatif yang menentukan dalam surat pembaca adalah **tujuan**. Dari segi tujuan menulis surat pembaca, terdapat kelompok tindak komunikatif, yaitu (1) salam pembuka, (2) salam penutup, (3) bertanya, (4) berterima kasih dan memuji, (5) meminta dan memohon, dan (6) mengkritik dan *complain*.

Berikut ini perbandingan tindak komunikatif dalam Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai*.

Tabel 2 Tindak Komunikatif dalam Surat Pembaca

No	Tindak Komunikatif	Ada/tidak	<i>Kawanku</i>		<i>Hai</i>	
			Jml	(%)	Jml	(%)
1.	Salam Pembuka	Ada	57	95,0	11	19,0
		Tidak ada	3	5,0	47	81,0
2.	Salam Penutup	Ada	52	86,7	23	39,6
		Tidak ada	8	13,3	35	60,4
3.	Bertanya	Ya	23	38,3	13	22,4
		Tidak	37	61,7	45	77,6
4.	Berterima kasih dan memuji	Ada	10	16,7	15	25,9
		Tidak	50	83,3	43	74,1
5.	Meminta dan memohon	Ada	35	58,3	41	70,7
		Tidak	25	41,7	17	29,3
6.	Mengkritik dan <i>complain</i>	Ada	8	13,3	15	25,9
		Tidak	52	86,7	43	74,1

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa surat pembaca dalam Chit-Chat *Kawanku* menunjukkan kesopanan dengan penggunaan tindak komunikatif salam pembuka dan salam penutup, sedangkan dalam Memo *Hai* cenderung *to the point* tanpa salam pembuka dan penutup. Berikut ini beberapa contoh salam pembuka dalam Chit-Chat *Kawanku* dan Memo *Hai*: *Hi W, Hai W, W yang makin cute aja, Hallow W, Hai Hai, Halo Hai, Oi, Hai d'cool magazine*.

Salam penutup lebih banyak digunakan untuk ucapan terima kasih dan salam, seperti *Thanks ya, thx ya, makasih banget, Salam untuk semua chicted di Indonesia, Trim. Sukses terus HAI*.

Tindak komunikatif bertanya dalam *Kawanku* 10 kalimat meminta konfirmasi dan 13 kalimat menanyakan “isi”, sedangkan dalam *Hai* 2 kalimat meminta konfirmasi dan 11 kalimat menanyakan “isi”. Contoh tindak komunikatif

tersebut, antara lain *Website Cosplay ada? Chemical Romance mau konser di sini? Baju biru yang dipakai Gita Gutawa dapat dibeli di mana? Kenapa rubrik cerpen dan sex raib? Stereovilla gimana kabarnya?*

Dalam berterima kasih dan memuji terdapat bentuk berterima kasih dan memuji tidak terdapat perbedaan mencolok dalam *Kawanku* dan *Hai*, seperti *Thanks banget atas edisi W 37, Seneng banget diputar Supernatural, Hai! Cover edisi 43nya keren bgt, Hai gue banget :-)*

Tindak komunikatif meminta dan memohon tidak terjadi perbedaan yang mencolok, dalam *Kawanku* 13 kalimat meminta dan 22 kalimat memohon dan dalam *Hai* 18 kalimat meminta dan 23 kalimat memohon. Tindakan komunikatif ini yang paling menonjol dalam *Hai*.

Tindak komunikatif mengkritik dan *complain*, dalam *Kawanku* terdapat 8 kalimat menyatakan ketidakpuasan, sedangkan dalam *Hai* selain ketidakpuasan, dinyatakan pula kekecewaan, kritik, ketidaksetujuan, bahkan terdapat peringatan keras, seperti *jngn ulangi perbuatanmu memasang kangen band sbg cover ok? dan sumpah begitu tahu covernya kangen band majalah langsung gue jual. BT banget.*

F. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

- a. Topik dalam Chit-Chat *Kawanku* yang menonjol adalah artis/celebritas dalam negeri dan grup band luar negeri, sedangkan dalam Memo *Hai* adalah pendapat dan isi majalah.

- b. Dalam penggunaan bahasa, terdapat perbedaan penggunaan huruf, pada penulisan judul surat dalam *Kawanku* digunakan huruf kecil, sedangkan dalam *Hai* digunakan huruf kapital, penggunaan bahasa tidak terdapat perbedaan, penggunaan singkatan dan akronim dalam *Hai* menonjol dalam penggunaan singkatan ala SMS, sedangkan dalam penggunaan bahasa asing, terdapat perbedaan, yaitu dalam *Kawanku* terdapat bahasa Jepang, yaitu *moshi-moshi* ‘halo’, *arigato* ‘terima kasih’, dan *kawaii* ‘cantik, molek, manis’, sedangkan dalam *Hai* terdapat emoticons =) ‘tersenyum’ dan :-) ‘bahagia’.
- c. Dalam tindak komunikatif (1) salam pembuka, (2) salam penutup, (3) bertanya, (4) berterima kasih dan memuji, (5) meminta dan memohon, dan (6) mengkritik dan *complain*, terbukti bahwa dalam *Kawanku* prinsip sopan santun dijaga dengan salam pembuka dan penutup digunakan, sedangkan dalam *Hai* maksud surat dikemukakan dengan *to the point*, bahkan ditemukan bentuk ketidaksetujuan, kekecewaan, dan kritik yang pedas.

2. Saran

Dalam penelitian ini disarankan:

- a. Penelitian tentang pemakaian bahasa yang hidup dan dipakai oleh masyarakat menarik, karena mobilitas kehidupan masyarakat diwadahi oleh bahasa, sehingga disarankan penelitian sejenis dengan sumber data yang berbeda.
- b. Dokumentasi penggunaan bahasa dalam masyarakat masih sangat dibutuhkan, sehingga penelitian sejenis dengan aspek kebahasaan yang diteliti berbeda atau objek kajian yang berlainan masih diharapkan.

- c. Bahasa pergaulan adalah reka baru bentuk bahasa lama atau terjadi cipta baru.

Hal ini layak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Djajasudarma, Fatimah T. 1994. *Wacana: Pemahaman dan Hubungan Antarunsur*. Bandung: Eresco.
- Marasaiyatu dan Thama L. Ode Ongso. Tanpa tahun. *Kamus Jepang Modern 1250000 Jepang-Indonesia, Indonesia-Jepang*. Surabaya: Apollo.
- Pateda, Mansoer dan Yennie P. Pulubuhu. 1993. *Bahasa Indonesia sebagai Mata Kuliah Dasar Umum*. Ende-Flores: Nusa Indah.
- Praptomo Baryadi, I. 2002. *Dasar-Dasar Analisis Bahasa dalam Ilmu Bahasa*. Yogyakarta: Gondho Suli.
- Sudaryanto, 2003. *Metode dan Aneka Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Lingusitik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sudjito dan Solchan T.W. 1979. *Surat-Menyurat Resmi Bahasa Indonesia*. Malang: IKIP Malang.
- Sumarlam. Ed. 2003. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra.
- Sutopo, H.B. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Tarigan, Henri Guntur. 1986. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2000. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

