

KAJIAN AWAL PENGGUNAAN RAGAM BAHASA KRITIK DALAM DUNIA INDUSTRI

Flo. K. Sapto W.¹
Senior Merchandiser

SEVEN LEAVES INDONESIA²

Abstrak

Di dalam dunia industri, salah satu kebutuhan paling strategis adalah dalam penguasaan komunikasi. Lazimnya komunikasi dilakukan dengan media bahasa - lisan dan tulisan- dan seperangkat alat distribusi (telepon, SMS, BBM, email, Whatsapp, Line, dsb.) atau momentumnya (*meeting* rutin, sidak, evaluasi periodik, dsb.). Seiring tuntutan di dunia industri maka diperlukan sebuah teknis komunikasi yang efisien. Komunikasi yang efisien dimaksudkan bagi tercapainya tujuan keseluruhan operasi. Tujuan utama operasi di dunia industri adalah didapatkannya profitabilitas tinggi. Kondisi ini hanya akan didapatkan jika manajemen mampu mengimplementasikan keseluruhan kebijakan manajerial. Pengetahuan atas ragam bahasa yang secara strategis efisien digunakan untuk tercapainya tujuan manajerial dengan demikian sangatlah penting. Makalah ini ditujukan bagi kebutuhan akan pengetahuan itu. Taktisnya adalah sebuah pendekatan pragmatik atas pengaruh beberapa kategori ragam bahasa kritik bagi sebuah efisiensi (produktivitas).

Abstract

In the industrial activities, one of the most strategic needs is in the mastery of communication. Normally communication is done in oral or written and a set of distribution tools (telephone, SMS, BBM, email, Whatsapp, Line, etc.) or momentum (regular meetings, inspection, periodic evaluation, etc.).

As the industry's demands will require an efficient technical communication, an efficient communication is intended for the achievement of the overall objectives of the operation. The main objective in the operation of the industrial world is then the obtainment of high profitability. Profitability will only be obtained if the management is able to implement all managerial policies . Knowledge of the diversity of languages efficiently used strategically to achieve managerial purposes it is especially important .

This paper is intended for the need for knowledge of it. Tactical is a pragmatic approach on the influence of some categories of criticism for a variety of language efficiency (productivity).

¹ Praktisi pemasaran, pemerhati bahasa dan penikmat karya sastra

² Homedeco export trading company

A. PENDAHULUAN

Beberapa waktu yang lalu terjadi sebuah kerusuhan pekerja di fasilitas pelabuhan PT. Drydock World Graha, Batam. Salah satu pemicu kerusuhan adalah karena pekerja Indonesia sering dikatakan bodoh oleh para ekspatriat (www.bbc.co.uk, 23/04/10). Kerusuhan itu sendiri diperkirakan menimbulkan kerugian sebesar Rp 10 miliar (*Tempo.co*, 22/04/10).

Peristiwa di atas hanyalah contoh kegagalan penggunaan sebuah ragam bahasa. Bisa jadi ragam bahasa itu sengaja digunakan oleh para ekspatriat untuk melakukan kritik (evaluasi) terhadap kinerja para karyawan. Namun pesan untuk upaya peningkatan produktivitas itu justru tidak efektif.

Ketidaktepatan penggunaan ragam bahasa tertentu oleh atasan juga sering dirasakan oleh para bawahan di industri lokal. Ketidaktepatan itu menyebabkan bawahan merasa diperlakukan secara tidak manusiawi. Akibatnya tingkat keluar-masuk pekerja terhitung tinggi. Angka pengunduran diri karyawan yang tinggi adalah sebuah kerugian bagi dunia industri.

Penggunaan ragam bahasa sebagai alat komunikasi interpersonal -misalnya dalam relasi struktural di dunia industri (atasan-bawahan)- setidaknya dipengaruhi oleh empat hal³ yaitu (1) persepsi interpersonal, (2) konsep diri, (3) atraksi interpersonal, dan (4) hubungan interpersonal.

Berdasarkan pemahaman di atas, maka kajian terhadap kegagalan penggunaan sebuah ragam bahasa tertentu akan sangat luas cakupannya. Perbedaan latar belakang budaya, tingkat pendidikan, usia, senioritas, dsb., akan memberikan keterkaitan satu sama lain. Namun demikian, pembahasan dalam makalah ini hanya akan dibatasi pada pendekatan sosiolinguistik atau pragmatik. Hal itu karena tujuan dari penulisan makalah ini adalah masih terbatas pada kajian awal terhadap efektivitas penggunaan ragam bahasa kritik. Selain itu, dilandasi pada sebuah keyakinan bahwa kepiawaian berbahasa interpersonal dengan demikian adalah salah satu keterampilan yang dibutuhkan bagi fungsi manajemen. Efektivitas dalam menyampaikan pesan akan sangat membantu tercapainya tujuan. Pada gilirannya hal ini akan memberikan profitabilitas bagi keseluruhan operasi industri.

B. LANDASAN TEORI DAN METODE

Pendekatan yang digunakan dalam makalah ini adalah pragmatik⁴. Pendekatan ini didasarkan pada heterogenitas bahasa atau variasi-variasi (ragam bahasa) yang timbul karena latar belakang penggunaannya yang justru berbeda-beda. Pendekatan ini digunakan untuk memahami ragam bahasa yang disertai fungsi, situasi atau konteksnya⁵. Konteks adalah siapa berbicara kepada siapa, kapan, di mana, dan tentang hal apa. Jadi kajian dilakukan tidak hanya dari sisi penutur saja tapi juga dari pihak penerima tutur dan situasionalnya. Teori ini sejalan dengan pendekatan terhadap bahasa yang digunakan oleh penutur sebagai anggota masyarakat (*Nababan*, 1991). Kajian utamanya adalah pemahaman terhadap bahasa yang disertai keterkaitannya dengan ruang lingkup sosial kemasyarakatan (*Alwasilah*, 1991).

Sebuah kajian menarik dengan pendekatan ini pernah dilakukan terhadap ragam bahasa *Panglulu*⁶. Di dalam kajian tersebut ragam bahasa *Pangulu* disimpulkan sebagai salah satu ragam bahasa kritik yang memiliki tiga ciri khusus. Ketiga kekhususan itu adalah (1) dibentuk dengan oposisi makna antara makna gramatikal dan makna konstektualnya, (2) dibentuk dengan intonasi perintah dan pertanyaan, dan (3) dibentuk dengan pemakaian tingkat tutur yang salah secara disengaja.

Sedangkan kritik pada dasarnya adalah ungkapan ketidakpuasan terhadap sesuatu⁷. Ketidakpuasan itu mewujudkan dalam sikap yang tidak mudah percaya, teliti terhadap

³ Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 78 – 127.

⁴ Bambang Kaswanti Purwo, Pragmatik Pengajaran Bahasa (Yogyakarta: Kanisius, 1990), h. 16.

⁵ Ibid.

⁶ Widodo, F. K. S., *Panglulu Sebagai Ragam Bahasa Kritik Di Dalam Bahasa Jawa* (Fakultas Sastra dan Budaya, UGM, 1996). Skripsi.

⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 466.

ketidakberesan atau kesalahan, dan disertai ketajaman analisa. Hal itu sesuai dengan sifat dasar kritik yaitu kritis. Di dalam ragam bahasa, kritik bisa diartikan sebagai tanggapan atau kecaman terhadap hasil karya, buah pikiran, dsb., yang kadang disertai pertimbangan baik buruk⁸. Kritik secara singkat bisa diartikan sebagai bandingan atau kecaman⁹ Hal itu sesuai dengan asal kata kritik yaitu *krinein* (Yunani) yang artinya mengamati, memperbandingkan, dan mempertimbangkan sesuatu¹⁰.

Di dalam makalah ini, kajian dilakukan terhadap ragam bahasa kritik yang muncul sebagai ketidakpuasan atasan (jajaran tinggi di hirarki industri) terhadap kinerja bawahan (jajaran bawah di hirarki industri). Metode yang dilakukan adalah dengan survei. Data didapatkan dari jawaban kuisisioner yang dikirimkan melalui media sosial (BBM, Whatsapp, LINE).

C. PEMBAHASAN

Ragam bahasa kritik yang muncul karena ketidakpuasan atasan terhadap bawahan secara garis besar bisa dipilahkan ke dalam 3 kategori yaitu (a) kalimat yang merendahkan atau menyakitkan, (b) kalimat halus bernada menyanjikan, dan (c) kalimat lugas atau *to the point*.

Ragam bahasa kritik kategori (a) antara lain diisi kalimat sebagai berikut.

“Anjing di rumah saya lebih pintar daripada kamu”

“Bisa kerja nda?”

“Kerja ga becus!”

“Kerja tu pakai otak, bukan pakai pantat!”

“Emangnya jaman kompeni, harus ditembak dulu baru kerja bener?”

“Gajian ga mau telat, tapi kerja selalu lambat”

“Makananmu apa sih? Kok otakmu ga bisa mikir”

“Mas, ini bukan perusahaannya kakekmu!”

Selanjutnya untuk ragam bahasa kritik kategori (b) antara lain diisi kalimat sebagai berikut:

“Lain kali ikuti prosedur ya, biar ga kejadian lagi”

“Seyogyanya tidak perlu terjadi kalau hati-hati”

“Jangan sampai salah ya, biar devisa lain ga susah”

Seterusnya ragam bahasa kritik kategori (c) antara lain diisi kalimat sebagai berikut:

“Cara ini salah, kamu musti ulangi!”

“Mustinya gimana?Ya sudah”

“Musti bisa, caranya terserah”

“Nda bisa, harus seperti itu”

Terhadap ketiga kategori (a, b, c) ragam bahasa kritik tersebut, jawaban 56 responden dari 253 kandidat responden yang dikirim kuisisioner adalah sebagai berikut.

Kategori Ragam Bahasa	Pemilih	Persentase
A	0	0
B	27	48
C	29	52

⁸ Ibid.

⁹ Djamaludin Adinegoro, *Tata Kritik* (Jakarta: NV. Nusantara, 1958), h. 10.

¹⁰ Ibid.

Berdasarkan perolehan jawaban di atas, terlihat bahwa ragam bahasa kritik yang termasuk menyakitkan dan merendahkan tidak dipilih oleh satu pun responden. Sedangkan ragam bahasa kritik yang termasuk halus dan menyarankan serta lugas atau *to the point* masing-masing dipilih oleh 48 % dan 52 % responden. Hal ini bisa terjadi oleh beberapa sebab misalnya (1) umumnya penutur maupun pihak penerima tutur mengerti untuk tidak menggunakan ragam bahasa kritik yang menyakitkan dan merendahkan, (2) penutur dan penerima tutur -dalam ruang lingkup industri- disadari atau tidak sebetulnya pernah menggunakan atau menerima ragam bahasa kritik yang menyakitkan dan merendahkan. Namun karena ragam bahasa itu bukanlah sebuah media komunikasi yang dikehendaki maka tidak dijadikan sebuah pilihan, (3) bisa diasumsikan bahwa penutur atau penerima tutur yang tidak memilih ragam bahasa kritik yang menyakitkan atau merendahkan sekaligus juga tidak akan menggunakan atau menerima ragam bahasa kritik ini.

Selanjutnya terhadap kategori penggolongan usia responden jawabannya adalah sebagai berikut.

Kategori usia Responden	Jumlah	Persentase
A	6	11
B	12	21
C	38	65

Berdasarkan perolehan jawaban di atas, mayoritas responden (65 %) berusia di atas 36 tahun. Bisa diasumsikan bahwa pekerja dalam usia itu sudah menapaki karir yang lumayan mapan. Pencapaian itu tentunya juga sudah melewati sejumlah pengalaman kerja. Salah satu hal kritical dalam pengalaman kerja itu tentunya adalah praktik menggunakan atau menerima ragam bahasa kritik. Kondisi ini secara positif mendukung pilihan jenis ragam bahasa kritik tertentu (b dan c) yang mustinya digunakan.

Responden dengan usia 31 tahun sampai 35 tahun memiliki persentase 21 %. Jumlah responden ini mewakili usia pekerja yang sudah mulai menapak karir dan atau memilih profesi yang dikehendaki. Bisa juga adalah pekerja yang berada dalam posisi berpindah pekerjaan untuk memenuhi prinsip deret ukur¹¹. Posisi ini dengan demikian juga merepresentasikan pengalaman menggunakan atau menerima berbagai ragam bahasa kritik. Sehingga pilihannya atas jenis ragam bahasa kritik tertentu (b dan c) yang mustinya digunakan cukup bisa diterima logika.

Sedangkan responden dengan usia 26 tahun sampai dengan 30 tahun memiliki persentase 11 %. Posisi ini bisa diasumsikan sebagai pekerja-pekerja pemula yang masih mencari-cari kemapanan karir. Pengalamannya dalam menggunakan atau menerima berbagai ragam bahasa kritik dengan demikian juga belum sebanyak kedua golongan usia pekerja yang lain. Sehingga jika golongan usia pekerja ini memiliki pilihan ragam bahasa tertentu juga (b dan c) -dengan beberapa batasan- bisa diasumsikan sebagai pilihan yang belum didasarkan pada tujuan industri dari penggunaan ragam bahasa kritik itu sendiri.

Selanjutnya untuk kategori jumlah pendapatan diperoleh jawaban sebagai berikut.

¹¹ Deret ukur adalah istilah di dunia kerja yang menggambarkan peningkatan gaji secara signifikan tanpa mengikuti pola kenaikan normative -misalnya 20% per tahun. Sebab peningkatannya didapatkan dari tambahan gaji di perusahaan baru -yang tidak ada ukurannya karena tergantung negosiasi dan prestasi.

Kategori Pendapatan Responden	Jumlah	Persentase
A	22	40
B	12	20
C	22	40

Berdasarkan perolehan jawaban di atas, golongan responden dengan pendapatan di atas Rp 11 juta dan di antara Rp 2.5 juta sampai dengan Rp 5 juta memiliki persentase masing-masing sebesar 40 %. Selanjutnya yang masuk golongan pekerja dengan gaji >Rp 5 juta sampai dengan < Rp 10 juta memiliki persentase 20 %. Hal ini tentu saja tidak serta merta bisa diasumsikan sebagai representasi pemilih ragam bahasa kritik jenis tertentu yang logis seperti halnya dengan penggolongan pekerja berdasarkan usia. Sebab sistem penggajian di beberapa industri memiliki standar yang berbeda. Misalnya, di perusahaan *consumer goods* penerapan penggajian golongan A adalah bagi level kasie atau *supervisor*. Sedangkan di industri perbankan, jasa, atau korporasi PMA golongan gaji tersebut diberikan untuk staf biasa. Sedangkan bagi level kadiv atau menejer penggajiannya masuk golongan B.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, kajian awal terhadap penggunaan ragam bahasa kritik di dunia industri, didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- Ragam bahasa kritik yang masuk kategori menyakitkan atau merendahkan tidak dipilih oleh satu pun responden.
- Ragam bahasa kritik yang masuk kategori halus dan bernada menyarankan dipilih oleh 48 % responden.
- Ragam bahasa kritik yang masuk kategori lugas atau *to the point* dipilih oleh 52 % responden

4.2. Saran

Sebagaimana layaknya kajian awal, maka pemaparan dalam makalah ini juga belum bisa memberikan gambaran lebih spesifik terkait efektivitas penggunaan ragam bahasa kritik tertentu. Sehingga perlu dilakukan hal-hal berikut.

- Penambahan variabel identifikasi responden (jenis kelamin, usia kerja, jabatan / level, tingkat pendidikan).
- Segmentasi responden terkait ruang lingkup industri. Sehingga bisa didapatkan sebuah hasil kajian yang lebih representatif dan spesifik.
- Kajian lanjut terkait korelasi positif-negatif pemilihan ragam bahasa kritik tertentu dengan efektivitas tugas dan fungsi manajerial. Sehingga tidak ditemukan bias antara ragam bahasa kritik yang tidak populer tapi produktif untuk peningkatan produktivitas dengan ragam bahasa kritik yang populer tapi justru tidak produktif.
- Kajian lanjut supaya bisa didapatkan tolok ukur yang jelas bagi penggunaan ragam bahasa kritik tertentu dalam tataran aplikasi. Misalnya, pemberian ragam bahasa kritik tertentu yang berbeda kepada beberapa kelompok karyawan baru dan diikuti pengukuran pengaruh hasil *out put*-nya terhadap tiap kelompok.

4.3 Implikasi Menejerial

Kebutuhan industri akan ragam bahasa kritik tertentu tidak selalu sesuai dengan tingginya tingkat keterpilihannya oleh responden. Implikasi *out put* dari penggunaan ragam bahasa kritik tertentu itulah yang lebih penting, suka atau tidak suka.