Anafora: Jurnal Penelitian Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Diterbitkan Oleh :
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
FKIP Universitas Kuningan

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

EUFEMISME DAN DISFEMISME DALAM TWEET BERTAGAR #INDONESIAGELAP DI MEDIA SOSIAL X

Devi Listiana, Sun Suntini, Andriyana
[1]*Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kuningan*
devilistiana888@gmail.com

ABSTRAK: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ditemukannya eufemisme dan disfemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap. Rumusan masalah: 1) Bagaimana bentuk eufemisme dan disfemisme yang digunakan dalam *tweet* bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X? 2) Bagaimana fungsi eufemisme dan disfemisme dalam *tweet* bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X? Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk eufemisme dan disfemisme yang digunakan dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X dan menganalisis fungsi eufemisme dan disfemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi yang berupa tweet bertagar #IndonesiaGelap yang didalamnya terdapat eufemisme dan disfemisme. Untuk teknik pengambilan data menggunakan purposive sampling dan teknik analisis data meggunakan model Miles and Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap ditemukan eufemisme sebanyak 51 kemunculan, dan disfemisme sebanyak 118 kemunculan. Dengan rincian eufemisme dalam bentuk kata sebanyak 6 kemunculan, eufemisme dalam bentuk frasa sebanyak 45 kemunculan, disfemisme dalam bentuk kata 19 kemunculan, dan disfemisme dalam bentuk frasa 99 kemunculan. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan disfemisme lebih dominan dibandingkan eufemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap.
KATA KUNCI: *Eufemisme; Disfemisme; Bentuk; Fungsi; #IndonesiaGelap*

FORMS AND FUNCTIONS OF EUPHEMISM AND DYSPHEMISM IN TWEETS USING THE HASTAG #INDONESIAGELAP ON SOCIAL MEDIA PLATFORM X

ABSTRACT: This research is motivated by the discovery of euphemisms and dysphemisms in tweets using the hashtag #IndonesiaGelap. The research questions are: 1) What are the forms of euphemisms and dysphemisms used in tweets with the hashtag #IndonesiaGelap on the social media platform X? 2) What are the functions of euphemisms and dysphemisms in tweets with the hashtag #IndonesiaGelap on the social media platform X? This study aims to describe the forms and analyze the functions of euphemisms and dysphemisms used in tweets with the hashtag #IndonesiaGelap on X. The research method employed is descriptive qualitative, utilizing a documentation method for data collection, specifically tweets with the #IndonesiaGelap hashtag containing euphemisms and dysphemisms. The data were selected using purposive sampling, and the data analysis technique followed the Miles and Huberman model. The results show that in tweets with the hashtag #IndonesiaGelap, there were 51 occurrences of euphemisms and 118 occurrences of dysphemisms. Specifically, euphemisms appeared in the form of words (6 occurrences) and phrases (45 occurrences), while dysphemisms appeared in the form of words (19 occurrences) and phrases (99 occurrences). It can be concluded that the use of dysphemism is more dominant than euphemism in tweets with the hashtag #IndonesiaGelap.
KEYWORDS: *Euphemism; Dysphemism; Forms; Function; #IndonesiaGelap*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia, bahasa menjadi sarana yang esensial untuk berkomunikasi. Kridalaksana dalam Sutarman (2013, hlm. 2), bahasa *(langue)* dipahami sebagai suatu sistem lambang bunyi yang dimanfaatkan oleh anggota masyarakat untuk menjalin kerja sama, melakukan interaksi, serta menunjukkan identitas diri. Melalui bahasa, manusia tidak hanya menyampaikan informasi,

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

namun juga mengekpresikan perasaan, pikiran, dan membentuk hubungan sosial.

Menurut Aminuddin dalam Sutarman (2013, hlm. 2), bahasa adalah representasi dari realitas. Lebih lanjut, Pateda (dalam Maghfiroh, 2022, hlm. 104) menyatakan bahwa bahasa adalah bunyi yang bersistem yang berfungsi sebagai alat instrumental dalam menyampaikan suatu hal dari penutur pada lawan tutu, sehingga terwujud kerja sama dalam komunikasi.

Hal tersebut memperkuat posisi bahasa sebagai sarana interaksi yang penting dalam kehidupan manusia. Bahasa tidak hanya bersifat struktural, namun juga fungsional, karena menjadi media utama dalam menyampaikan pikiran, perasaan, kehendak manusia. Selaras dengan hal itu, Mailani, dkk. (2022) menjelaskan bahwa bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan sosial, mengungkapkan perasaan, serta mempengaruhi orang lain.

Dalam konteks politik, bahasa seringkali dipergunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang bersifat peruasif dan manipulatif. Pelaku politik, media, sampai masyarakat umum memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh bahasa untuk membangun sebuah narasi, menguatkan legitimasi, ataupun menyuarakan penolakan terhadap suatu kebijakan. Salah satu wujud dari strategi kebahasaan tersebut adalah penggunaan eufemisme dan disfemisme. Eufemisme dan disfemisme merupakan dua strategi linguistik yang sering digunakan untuk memengaruhi efek makna dari sebuah ungkapan. Eufemisme bertujuan untuk menyampaikan sesuatu yang dianggap sensitif, kasar, maupun bermakna negatif. Sedangkan disfemisme, digunakan untuk memperburuk atau memperkasar makna dari suatu ungkapan yang dilakukan demi menimbulkan kesan tertentu, biasanya untuk menunjukan kritik atau ketidaksetujuan atas suatu hal.

Dengan adanya dua strategi ini mencerminkan bahwa Bahasa bukanlah medium yang netral, melainkan sarana yang dipengaruhi oleh berbagai kepentingan dan tujuan komunikasi tertentu. Oleh karena itu, pemahaman mengenai penerapan eufemisme dan disfemisme dalam konteks sosial, khususnya dalam politik, menjadi hal yang sangat penting.

Seiring berkembangnya teknologi dan internet, cara berkomunikasi masyarakat juga semakin mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial, kini menjadi salah satu tempat ataupun platform bagi masyarakat untuk beringteraksi, menyuarakan pendapat dan membentuk opini secara luas dan terbuka. Kemudahan akses dan cepatnya penyebaran informasi telah menjadikan media sosial X (dulu dikenal sebagai Twitter) sebagai ruang penting dalam interaksi politik di era digital. Dalam penggunaannya di media sosial, bahasa yang digunakan pengguna cenderung menceriminkan sikap, keberpihakan, dan strategi komunikasi tertentu. Pilihan kata saat penggunanya menyampaikan opini cenderung tidak netral, melainkan sarat akan muatan emosional dan ideologis.
Terjadinya fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ajang komunikasi politik yang sangat dinamis, di mana bahasa yang digunakan tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan fakta, namun juga membingkai isu, membangun solidaritas bersama, bahkan menyindir pihak tertentu.

Dalam konteks ini, penggunaan eufemisme dan disfemisme menjadi pilihan yang menonjol sebab memungkinkan individu menyamapaikan kritik secara halus maupun langsung. Salah satu bukti nyata dari dinamika ini

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

adalah kemunculan tagar #IndonesiaGelap di platform X. Tagar ini banyak digunakan oleh pengguna untuk menyuarakan kekecewaan, keresehan, dan kritik terhadap berbagai peristiwa politik di Indonesia yang dianggap kontroversial. Dalam penggunaannya, banyak ditemukan ekspresi bahasa yang mengandung eufemisme dan disfemisme. Eufemisme digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan ketidakpuasan ataupun ketidaksetujuan secara halus, sinis, ataupun sarkastik, sedangkan disfemisme digunakan dengan lebih tajam untuk mengekspresikan penolakan bahkan kemarahan terhadap kebijakan yang dianggap mengada-ada. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pilihan bahasa memainkan peran signifikan dalam membentuk dan menyampaikan pandangan politik masyakarat di media sosial.

Mengingat pentingnya peran bahasa dalam membentuk opini publik di media sosial, diperlukan kajian yang mendalam mengenai bentuk dan fungsi strategi kebahasaan seperti eufemisme dan disfemisme. Pemahaman mengenai strategi ini dapat membantu bagaimana bahasa tidak hanya digunakan sebagai ekspresi, namun juga sebagai strategi komunikasi dalam menyampaikan kritik politik. Dalam konteks ini, pendekatan semantik menjadi relevan untuk digunakan sebagai alat untuk menganalisis makna tersirat dibalik pilihan kata dalam *tweet,* terutama yang berkaitan dengan isu sensitif seperti kritik terhadap pemerintah. Penelitian ini akan secara khusus mengkaji penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap, dengan menggunakan pendekatan semantik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk eufemisme dan disfemisme yang digunakan, juga memahami fungsi komunikatifnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi kebahasaan yang digunakan masyarakat untuk menyampaikan sikap mereka terhadap kondisi politik di Indonesia.

Menurut Chomsky dalam Chaer (2014, hlm. 285), semantik merupakan salah satu komponen dalam tata bahasa, selain sintaksis dan fonologi. Komponen semantik ini berperan penting menentukan makna kalimat dan tidak dapat dipandang sebagai aspek sekunder dalam kajian bahasa. Makna sebuah kalimat tidak hanya ditentukan oleh struktur sintaksis, namun juga oleh elemen semantik yang menyusun dan membentuknya.

Oleh karena itu, pemahaman terhadap semantik sangat vital dalam analisis kebahasaan, terutama dalam menentukan makna tersirat dan tersurat yang terdapat dalam sebuah tuturan. Menurut Ferdinand de Saussure dalam Chaer (2014, hlm. 285), setiap tanda *linguistic* terdiri dari dua komponen utama, yaitu *signifian* atau "yang mengartikan" dan *signifié* atau "yang diartikan". *Signifian* merujuk pada bentuk bunyi atau simbol yang digunakan dalam sebuah komunikasi, sedangkan *signifié* merujuk pada konsep atau makna yang terdapat dalam simbol tersebut. Konsep ini memperkuat bahwa suatu makna kata yang tidak bersifat tetap, namun bergantung pada kesempatan sosial yang berlaku dalam suatu komunitas bahasa.

Dengan demikian, makna dalam kajian linguistik de Saussure dalam Chaer (2014) bukanlah suatu yang bersifat pasti, melainkan muncul dari keterkaitan antara bunyi dan konsep yang disetujui pengguna bahasa. Hal ini berarti perubahan sosial dan budaya mampu mempengaruhi faktor-faktor luar yang dapat memengaruhi penafsiran bahasa. Oleh karena itu, pemahaman terhadap semantik menjadi

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

vital dalam menganalisis berbagai lini kebahasaan, termasuk dalam konteks media dan komunikasi publik.

Sejalan dengan hal tersebut, pendekatan semantik modern juga menekankan pentingnya relasi antara makna dan penggunaan bahasa dalam konteks yang lebih luas. Bahasa dipandang sebagai representasi dari cara manusia mengorganisasi dan memahami realitas, sehingga makna suatu ujaran dapat berubah tergantung pada cara pikir dan budaya pengguna bahasa. Oleh karena itu, dalam praktiknya, analisis semantik tidak dapat dipisahkan dari konteks pragmatis dan sosial budaya. Azhar (2022) dalam Pengantar Linguistik Modern juga menegaskan bahwa studi semantik saat ini mengalami perluasan ranah, tidak hanya terbatas pada aspek denotatif dari makna, tetapi juga melibatkan nuansa konotatif yang mencerminkan sikap, emosi, dan ideologi pembicara.

Pateda, dalam Chaer (2019, hlm. 59), secara alfabetis mengurutkan 25 jenis makna, yaitu makna afektif, makna denotatif, makna deskriptif, makna ekstensi, makna emotif, makna gereflekter, makna ideasional, makna intensi, makna gramatikal, makna kiasan, makna kognitif, makna kolokasi, makna konotatif, makna konseptual, makna konstruksi, makna leksikal, makna luas, makna piktonal, makna proposisional, makna pusat, makna referensial, makna sempit, makna stilistika, dan makna tematis. Terdapat istilah yang berbeda untuk tujuan yang sama atau serupa, namun juga ada istilah yang sama dengan tujuan yang berbeda.

Istilah eufemisme berasal dari bahasa Yunani *euphemizein* yang berarti ‘menggunakan kata-kata dengan makna atau tujuan yang baik’. Eufemisme merujuk pada bentuk ungkapan yang lebih halus dan sopan, yang digunakan untuk menggantikan ungkapan-ungkapan yang dianggap dapat menyinggung, menyakitkan, juga menimbulkan kesan negatif (Keraf, dalam Sutarman 2013, hlm. 47). Rakhmat dalam Sutarman (2013, hlm. 47) juga menjelaskan bahwa eufemisme merupakan bentuk pelunakan bahasa yang digunakan untuk menggantikan kata-kata yang dianggap kurang menyenangkan. Dengan kata lain, eufemisme digunakan untuk memperhalus ekspresi agar lebih dapat diterima oleh pendengar. Penelitian yang dilakukan oleh Sampurna, Sinaga, dan Auzar (2023) berjudul *Eufemisme dalam Tayangan Youtube E-Talkshow tvOne* mengkaji bentuk dan fungsi eufemisme yang digunakan dalam tayangan politik di kanal YouTube.

Penelitian ini menemukan bahwa eufemisme digunakan sebagai strategi komunikasi yang bertujuan untuk menjaga citra narasumber, menghindari konflik, serta menyesuaikan dengan nilai kesantunan dalam masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ruang publik seperti talkshow politik, eufemisme berperan penting dalam membingkai isu sensitif agar terdengar lebih netral atau dapat diterima audiens.

Menurut Chaer (2019, hlm. 144), kebalikan dari eufemisme adalah disfemisme, yakni upaya mengganti kata yang semula netral atau bernuansa halus dengan kata-kata yang memiliki makna lebih kasar atau menyerang. Gejala penggunaan disfemisme ini umumnya muncul dalam konteks komunikasi yang bersifat tidak bersahabat, atau digunakan sebagai bentuk pelampiasan atau rasa kesal, marah, atau kejengkelan terhadap suatu hal. Dalam komunikasi modern, terutama di ruang digital seperti media sosial, media daring, dan platform diskusi publik, penggunaan disfemisme semakin lazim karena menjadi alat ekspresi yang

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

kuat dalam menyampaikan kritik dan emosi.

Penelitian yang dilakukan oleh Calvin Firzha Amrida, dkk. (2024) mengungkapkan bahwa disfemisme kerap muncul dalam perdebatan politik publik, seperti dalam forum diskusi Quora terkait debat capres-cawapres. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa bentuk disfemisme, mulai dari kata tunggal seperti "digoreng" untuk menggantikan "dikritik habis-habisan", hingga ungkapan idiomatikal seperti "anak pepesan kosong" atau "Bapak Retorika" yang digunakan sebagai sindiran terhadap tokoh politik.

Sementara itu, studi oleh Mahardika dan Taufik (2023) yang meneliti berita korupsi di media daring mengungkap peran disfemisme sebagai strategi pembingkaian opini publik. Istilah seperti "penghuni neraka", "keserakahan akut", dan "persekongkolan jahat" menggambarkan bagaimana media menggunakan disfemisme untuk menekankan keburukan perilaku koruptif. Kajian dari Laelatus Sa'adah dkk. (2025) yang membandingkan berita kriminal di Tempo.co dan Merdeka.com menunjukkan kontras penggunaan disfemisme dalam praktik jurnalistik. Merdeka.com cenderung lebih eksplisit dan emosional dengan menggunakan kata-kata seperti "mampus", dan "dicincang", yang memberi kesan brutal dan dramatis terhadap isi berita. Strategi digunakan untuk menarik atensi publik dan menggambarkan keseriusan peristiwa secara ekstrem. Sementara Tempo.co, cenderung lebih selektif dan menghindari disfemisme untuk menjaga netralitas dan etika jurnalistik. Dalam hal ini, disfemisme diposisikan sebagai alat dramatisasi informasi yang kuat namun memiliki potensi menciptakan biasa dan manipulasi persepsi pembaca.

Penelitian oleh Wijayanti dkk. (2024), memperluas konteks penggunaan disfemisme ke ranah olahraga, khususnya dalam tayangan YouTube Metro TV dan CNN Indonesia. Menariknya, kanal YouTube Metro TV ditemukan lebih banyak disfemisme jika dibandingkan dengan CNN Indonesia. Contoh penggunaan disfemisme seperti "dibantai", "digasak", dan "dipermalukan habis-habisan" menggambarkan upaya memperbesar ketegangan dan emosi dalam penyajian berita olahraga.

Dalam kajian semantik, eufemisme dan disfemisme tidak hanya dipandang dari bentuk linguistik yang digunakan, namun juga dari fungsi sosial dan psikologisnya dalam komunikasi. Menurut Deng (dalam Putri dan Rahmawati, 2022), eufemisme memiliki lima fungsi utama yang mencerminkan kecenderungan penutur untuk menjaga kesantunan dan menghindari konflik sosial. Kelima fungsi tersebut adalah: Memperhalus ucapan, menyembunyikan informasi, sebagai alat diplomasi, sebagai sarana edukasi, dan sebagai cara untuk menolak bahaya. Sebaliknya, disfemisme digunakan ketika penutur secara sadar ingin menyampaikan makna yang kasar, merendahkan, atau menyinggung. Menurut Allan & Burridge (1991, dalam Putri & Rahmawati, 2022), disfemisme memiliki tujuh fungsi utama: Untuk mempermalukan sesuatu atau orang lain, mengekspresikan kemarahan, menekankan suatu kondisi atau situasi, menggambarkan keadaan yang sangat buruk, mengungkapkan keheranan, menunjukkan keintiman dan mengekspresikan kegembiraan.

Media sosial merupakan salah satu produk utama di era digital yang merevolusi cara manusia berkomunikasi, bertukar informasi, serta membentuk opini publik. Di antara berbagai platform yang tersedia, Twitter, yang sekarang dikenal sebagai X, menjadi salah satu ruang digital yang paling dinamis dan responsif terhadap isu-isu sosial, politik, budaya,

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

hingga hiburan. Karakterisasi X sebagai platform berbasis mikroblog memungkinkan penggunanya untuk menyampaikan pesan singkat (tweet) secara cepat dan terbuka kepada publik, yang kemudian dapat disebarluaskan melalui fitur retweet, like, dan reply. Penelitian yang dilakukan oleh Chryshella Jovanica dkk. (2022) dalam jurnal *Makna* menunjukkan bagaimana twitter menjadi ruang terbuka bagi terbentuknya jaringan komunikasi digital berdasarkan isu tertentu, seperti dalam tagar #roketchina.

Penelitian ini menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA) untuk menggambarkan struktur relasi antaraktor dalam sebuah peristiwa yang viral di Twitter. Hasilnya, ditemukan bahwa jaringan komunikasi tidak hanya melibatkan individu, tetapi juga akun institusional dan media massa. Salah satu keunggulan X sebagai media sosial adalah kemampuannya untuk membentuk opini publik secara cepat. Penelitian yang dilakukan oleh Della Fadhillah dkk. (2023) terkait fenomena tagar *#AnalogSwitchOff* menyoroti bagaimana perbedaan pandangan terkait kebijakan pemerintah tentang digitalisasi televisi memunculkan perpecahan opini di media sosial X.

Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, studi ini menunjukkan bahwa tagar berfungsi sebagai pemicu perbincangan publik yang intens. Namun, di sisi lain, tagar juga dapat menciptakan ruang gema *(echo chamber)*, yakni kondisi di mana pengguna hanya menerima informasi yang sejalan dengan pendapat pribadi mereka. Dalam hal ini, X berkontribusi terhadap polarisasi dengan mengarahkan pengguna ke dalam kelompok-kelompok dengan pandangan yang serupa, yang pada akhirnya membatasi terjadinya dialog yang terbuka dan inklusif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X. Metode ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman makna dan pola penggunaan bahasa dalam konteks media sosial, bukan perhitungan statistik. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi, yakni mengumpulkan dan menganalisis tweet bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X.

Pengambilan data dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan data secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019, hlm. 289). Data diambil dari unggahan pengguna media sosial X bertagar #IndonesiaGelap selama bulan Februari 2025, namun tidak diambil secara berurutan harian. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan akses real-time terhadap data, sehingga peneliti mengambil data berdasarkan tanggal yang tersedia dan memenuhi kriteria utama, yakni mengandung unsur eufemisme, disfemisme, dan menggunakan tagar #IndonesiaGelap.

Dengan demikian, data yang diambil tetap relevan dan representatif terhadap fokus kajian meskipun bersifat acak secara tanggal namun terarah secara isi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2019, hlm. 321). Berikut merupakan susunan teknik analisis data yang digunakan: Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Objek dalam penelitian ini terdiri dari tiga aspek utama, yaitu eufemisme, disfemisme, dan tweet bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

Setelah dilakukan analisis terhadap data berupa tweet bertagar #IndonesiaGelap, ditemukan berbagai bentuk eufemisme dan disfemisme yang merepresentasikan cara pengguna media sosial X dalam menyampaikan opini terhadap situasi sosial dan politik yang tengah terjadi. Data yang telah disusun dalam bentuk tabel menunjukkan variasi bentuk dan fungsi bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, pada bagian ini akan disajikan deskripsi analisis secara menyeluruh untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan dalam Bab I. penjabaran deskripsi ini disusun berdasarkan urutan rumusan masalah, yang terdiri dari bentuk dan fungsi eufemisme dan disfemisme yang digunakan dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan sebanyak 168 data yang berupa kata dan frasa yang mengandung unsur eufemisme dan disfemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap. Temuan ini terdiri atas 50 bentuk eufemisme dan 118 bentuk disfemisme, yang menunjukkan bahwa penggunaan disfemisme lebih dominan. Jika dilihat berdasarkan bentuknya, eufemisme lebih sering muncul dalam bentuk frasa (44 data) dibandingkan bentuk kata (6 data). Contohnya dapat ditemukan pada frasa seperti “efisiensi anggaran” dan “bukan prioritas” yang digunakan untuk menyamarkan atau memperhalus kritik. Sebaliknya, disfemisme cenderung muncul dalam bentuk frasa (99 data) dan kata (19 data). Contohnya dapat ditemukan dalam frasa “program gajelas” dan kata “dipangkas”.

Di sisi makna, total ditemukan 293 makna yang terkandung dalam seluruh kata dan frasa yang terdapat unsur eufemisme dan disfemisme. Hal ini disebabkan karena dalam satu kata atau frasa dapat memuat lebih dari satu jenis makna secara semantis. Jenis makna yang paling dominan dalam penggunaan eufemisme dan disfemisme adalah makna konotatif dan makna asosiatif. Makna konotatif muncul dalam konteks penggunaan bahasa yang sarat nilai emosional, ironi, atau sindiran, sedangkan makna asosiatif menunjukkan keterkaitan dengan penilaian atau pengalaman penutur terhadap objek yang dimaksud.

Dengan demikian, bentuk-bentuk eufemisme dan disfemisme dalam data penelitian ini tidak hanya berbeda secara struktur gramatikal, tetapi juga secara semantis memuat jenis makna tertentu yang sengaja dipilih oleh penutur untuk menyampaikan pesan dengan efek tertentu. Hal tersebut menjadi strategi komunikasi yang khas dalam praktik berbahasa di media sosial, terutama dalam situasi yang sarat akan kritik dan ekspresi ketidakpuasan.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 168 kata dan frasa yang memuat unsur eufemisme dan disfemisme, ditemukan sebanyak 243 fungsi bahasa yang terkandung dalam penggunaan bahasa pada tweet bertagar #IndonesiaGelap. Jumlah ini menunjukkan bahwa satu bentuk ujaran sering kali memuat lebih dari satu fungsi secara bersamaan. Pada bentuk eufemisme, fungsi yang paling dominan adalah memperhalus ucapan. Hal ini tampak dalam penggunaan kata dan frasa yang bertujuan untuk menyamarkan atau melunakkan makna yang sebenarnya agar tidak terdengar kasar, menyinggung, atau terlalu frontal. Misalnya kata “tuntutan” dan frasa “tidak kondusif”. Fungsi memperhalus ucapan ini berkaitan dengan strategi pengguna dalam menyampaikan kritik secara lebih santun dan tersirat. Sementara itu, pada bentuk disfemisme, ditemukan beberapa fungsi yang menonjol.

Fungsi yang paling dominan adalah menggambarkan keadaan yang sangat

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

buruk, seperti pada penggunaan kata "menyengsarakan" dan frasa "merugikan rakyat" yang mencerminkan luapan emosi negatif yang kuat dari penutur terhadap objek yang dikritik. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan eufemisme dan disfemisme dalam praktik berbahasa di media sosial tidak bersifat netral, tetapi sarat dengan strategi komunikasi yang merefleksikan sikap emosional pengguna bahasa. Eufemisme cenderung digunakan untuk meredam makna, sedangkan disfemise digunakan untuk mempertegas, menekankan, atau bahkan menyerang makna dengan cara yang lebih langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap tweet bertagar #IndonesiaGelap di media sosial X, diperoleh sejumlah temuan yang menjadi dasar dalam merumuskan simpulan penelitian. Simpulan disusun sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk menjawab rumusan masalah pertama teridentifikasi sebanyak 168 bentuk eufemisme dan disfemisme yang tersebar dalam berbagai tweet bertagar #IndonesiaGelap. Unsur kebahasaan tersebut terdiri atas bentuk kata dan frasa. Eufemisme lebih banyak muncul dalam bentuk frasa dibandingkan kata, yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial X cenderung memilih cara berbahasa yang halus dan tidak langsung melalui susunan kata. Sebaliknya, disfemisme ditemukan secara dominan dalam bentuk frasa, namun bentuk kata juga cukup sering digunakan. Hal ini mencerminkan adanya kecenderungan pengguna media sosial untuk mengekspresikan kritik atau ketidakpuasan secara lugas dan tegas melalui pilihan bentuk bahasa yang lebih tajam. Perbedaan bentuk ini juga mengindikasikan bahwa disfemisme memiliki ruang yang lebih besar dalam konteks ujaran kritik sosial dan politik di media sosial dibandingkan eufemisme.

Untuk menjawab rumusan masalah kedua, fungsi eufemisme dalam tweet bertagar #IndonesiaGelap menunjukkan kecenderungan utama sebagai sarana memperhalus ucapan, yang tercermin dari mayoritas bentuk eufemisme yang ditemukan. Contohnya adalah frasa efisiensi anggaran dan turun ke jalan. Selain itu, eufemisme juga berperan dalam menyembunyikan informasi, berfungsi sebagai alat diplomasi, sarana edukasi, dan sebagai cara untuk menolak bahaya, meskipun jumlahnya lebih kecil.

Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna media sosial X cenderung menggunakan eufemisme untuk menjaga kehalusan komunikasi dan menghindari konfrontasi langsung dalam menyampaikan kritik. Sebaliknya, disfemisme lebih banyak digunakan untuk menggambarkan keadaan yang sangat buruk, mengekspresikan kemarahan, serta menekankan suatu kondisi atau situasi, yang menjadi dominasi fungsi disfemisme dalam tweet tersebut. Contohnya adalah frasa "sejarah gelap", "adili Jokowi", dan "#IndonesiaGelap".

Selain itu, disfemisme juga berfungsi untuk mempermalukan sesuatu atau pihak tertentu, mengungkapkan keheranan, dan bahkan mengekspresikan kegembiraan dalam konteks tertentu. Pola fungsi disfemisme ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung memilih bentuk bahasa yang lebih keras dan langsung untuk mengekspresikan ketidakpuasan, kemarahan, atau sindirian tajam terkait situasi politik yang dibahas. Fenomena adanya fungsi ganda pada beberapa bentu eufemisme dan disfemisme juga memperlihatkan kompleksitas komunikasi dalam media sosial X, di mana satu ungkapan dapat mengandung makna dan tujuan yang

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

beragam sesuai dengan konteks penggunaannya.

DAFTAR PUSTAKA

Amrida, C. F., Sunarsih, E., & Wirawan, G. (2024). Eufemisme Disfemisme Pada Jawaban Dan Komentar User Quora Terkait Debat Capres Dan Cawapres Indonesia Pemilu 2024. 7(2), 130–138.

Azhar, M. (2022). Pengantar Linguistik Modern. Al-Ma'any: Jurnal Studi Bahasa Dan Sastra Arab, 1(2), 21–30.

Chaer, A. (2014). Linguistik Umum. Penerbit Rineka Cipta.

Chaer, A. (2019). Pengantar Semantik Bahasa Indonesia. Penerbit Rineka Cipta.

Ermira Nilansari Putri, & Laili Etika Rahmawati. (2022). Fungsi Eufemisme Dan Disfemisme Dalam Siniar "Close The Door" Deddy Corbuzier. Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra, 8(1), 168–180. https://doi.org/10.30605/onoma.v8i1.1643

Fadhillah, D., Sari, D., Zahrani Aulia, N., & Safitri, D. (2023). Analisis Fenomenologi Tagar #AnalogSwitchOff Terhadap Polarisasi Media Sosial Twitter Pada Generasi Z. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2), 92–101. https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.3708

Jovanica, C., Rahmintaningrum, D. D., Nuradni, H. A., & Salsabila, A. (2022). Analisis Pengaruh Aktor Pada Tagar #Roketchina Di Media Sosial Twitter Menggunakan Social Network Analysis (Sna). Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 10(1), 43. https://doi.org/10.30659/jikm.v10i1.15644

Maghfiroh, N. (2022). Bahasa Indonesia Sebagai Alat Komunikasi Masyarakat Dalam Kehidupan Sehari-Hari. Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 19(02), 102–107. https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/516

Mahardika, R. Y., & Taufik, I. N. (2023). Disfemisme Pada Pemberitaan Korupsi Di Media Massa Daring. Semantik, 12(1), 75–88. https://doi.org/10.22460/semantik.v12i1.p75-88

Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. Kampret Journal, 1(1), 1–10. https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.8

Sa, L., Herlina, D., & Rosalina, S. (2025). Analisis Eufemisme Dan Disfemisme Dalam Berita Kriminal. Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya, 5941(2), 456–473.

Sampurna, L., Sinaga, M., & Auzar. (2023). Eufemisme Dalam Tayangan Youtube E-Talkshow Tvone. Jurnal Tuah: Pendidikan Dan Pengajaran, 5(1), 21–26.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Penerbit Alfabeta.

Sutarman. (2017). Tabu Bahasa Dan Eufemisme. Yuma Pustaka.

Wijayanti, N., Sugiarti, D. H., & Meliasanti, F. (2024). Perbandingan Eufemisme Dan Disfemisme Dalam Berita Olahraga Di Media Youtube Metro Tv Dan Cnn Indonesia Sebagai Bahan Ajar Teks Narasi Tingkat

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024
Halaman 173-182

Smp Kelas IX. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(3), 618–626. https://doi.org/10.5281/zenodo.10642645