

Aku rapopo tinjauan semantik dan pragmatik ujaran bahasa Jawa dalam konteks Bahasa Indonesia

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404567&lokasi=lokal>

Abstrak

[Ujaran akurapopo yang marak digunakan dalam percakapan sehari-hari bahasa Indonesia, terutama dalam media sosial, dapat ditinjau dari perspektif semantis-pragmatis. Makna leksikal ujaran akurapopo dalam bahasa Jawa telah diasosiasikan maknanya sebagai bentuk tindak penyangkalan (denial) yang dilakukan pengujar atas situasi emosional yang dialaminya. Makna asosiatif yang muncul ketika ujaran tersebut diujarkan dalam percakapan Bahasa Jawa pun tetap muncul ketika ujaran tersebut dihadirkan, secara sengaja, ke dalam percakapan berbahasa Indonesia. Secara pragmatis, akurapopo dipandang sebagai suatu tindak tutur (speech act). Artinya, ujaran tersebut dihadirkan secara sengaja oleh pengujar (speaker) untuk memenuhi suatu tujuan dan kemudian untuk menimbulkan efek tertentu yang nyata pada pihak kawan ujar (receiver). Prinsip kooperasi dibutuhkan untuk menjamin lancarnya suatu percakapan. Kooperasi tersebut dapat tercapai dengan pemenuhan empat maksimum atau prinsip, yakni: maksimum kuantitas, maksimum kualitas, maksimum relevansi, dan maksimum cara. Akurapopo as a Javanese utterance that are being used frequently in Indonesian conversation, especially in social-media, can be viewed from semantics-pragmatics perspective. The lexical meaning of the utterance akurapopo in Javanese is already being associated to a form of denying (negation) from the speaker's actual emotional state. The same associative meaning also emerge when the utterance are being performed purposely in Indonesian conversation. In a pragmatics perspective, we can see akurapopo as a speech act that are designed to fulfill an intention and furthermore as an act that are designed to have an actual effort on the other person's behavior. To make sure that a conversation is competent, we have to hold on to cooperative principal. Hence, the cooperation mentioned is achieved by following four maxims: quantity maxim, quality maxim, relevancy maxim, and manner maxim.]