

## PENYAMARAN SEBAGAI WUJUD KESOPANSANTUNAN MASYARAKAT JAWA

Oleh : Netty Nurdiyani

Staf Pengajar Jurusan Elektro, Politeknik Negeri Semarang  
Prof. H. Sudarto, S.H., Tembalang Semarang 50275

### Abstrak

Praktik kesantunan untuk menghindari konflik dan ketidaksopanan dalam budaya Jawa terefleksikan dalam pemakaian bahasa di antara masyarakat penuturnya. Dalam reklame makanan, penyamaran dipergunakan untuk memberi label nama resep, nama menu, bahkan nama warung atau kios makanan itu sendiri, misalnya di sini adalah penamaan sate anjing yang dijumpai di dalam kehidupan masyarakat Jawa. Para penjual sate anjing ini tidak menuliskan dalam papan reklamenya secara jelas dan terang bahwa masakan yang dijualnya berbahan dasar daging anjing. Penamaannya dilakukan secara tersamar karena prinsip kesopansantunan yang dianut oleh masyarakat Jawa. Latar belakang budaya, norma, dan tradisi menyebabkan perbedaan penamaan/penyebutan, sehingga sate anjing ini memiliki sebutan nama khusus yang berpijak pada kearifan budaya masyarakat setempat. Penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif dalam bidang sosiolinguistik ini mendasarkan pada tindak kesopansantunan. Data-data tentang penamaan sate anjing ini dikumpulkan dengan mengamati pemberian nama pada papan reklame yang dibentangkan di warung-warung penjual sate tersebut. Data-data itu kemudian dicatat dan kemudian diklasifikasikan sesuai dengan kategori kesamaan dalam penamaan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa penyebutan untuk masakan berbahan dasar daging anjing yang dipergunakan oleh masyarakat Jawa, yaitu dengan peniruan suara, bumbu yang diracik untuk memasak, mitos, pembalikan susunan huruf, dan penyebutan hewan tersebut dalam tingkat tutur tinggi. Dalam penelitian mendatang perlu diteliti penggunaan penyamaran pada moda komunikasi lisan dan pada sistem semiotika yang lain selain reklame, sehingga dapat diperoleh sebuah pemahaman yang mendalam tentang penamaan menu masakan ini.

**Kata kunci** : penyamaran, kesantunan, sate jamu

### 1. Pendahuluan

Pembicaraan tentang Jawa, *kejawen*, merupakan pembicaraan yang tiada putus bagi orang Jawa (OJ). *Kejawen* memiliki kedekatan arti dengan kultur Jawa, yang berarti juga melingkupi bagaimana seorang Jawa itu bertingkah polah menjalani hidup (*Suara Merdeka*). Sebagai sebuah kultur, *kejawen* juga melingkupi pola pikir serta sikap dan pola kehidupan. Misalnya, dengan menerapkan pola pikir seperti *andhap asor* (santun), menghormati orang lain, serta tidak bersikap egois, kasar/arogan, yang tidak menunjukkan sikap hidup OJ termasuk pula dalam bertutur kata.

### 2. Identitas dan Kepribadian Orang Jawa

Masyarakat Jawa atau orang Jawa adalah atau *Javanese* adalah orang yang memakai bahasa Jawa (BJ) sebagai bahasa ibu dalam komunikasi sehari-hari (Magnis Suseno dalam Zaiirul Haq, 2011: 2) yang dipergunakan secara turun-temurun. Secara

geografis, mereka berasal dari Pulau Jawa (Koentjaraningrat, 1994: 3), yang mendiami bagian tengah dan timur dari seluruh pulau Jawa. Zaiirul Haq (2011; 3) melengkapi bahwa OJ mendiami wilayah Banyumas, Kedu Yogyakarta, Surakarta Madiun, Malang, dan Kediri yang merupakan daerah asal kebudayaan Jawa. Meskipun pada masa lalu terdapat sebagian OJ yang dibawa ke daerah jajahan Belanda di Suriname (kepulauan Karibia) dan Curaçao di Amerika Selatan, namun sampai sekarang mereka tetap mempertahankan kebudayaan mereka sendiri/kebudayaan Jawa. OJ yang merantau ke lain pulau akan pula tetap mempertahankan kebudayaan mereka. Misalnya, dalam perayaan Nyadran yang jatuh pada bulan Ruwah dalam perhitungan almanak Jawa. OJ yang merantau akan pulang ke daerah kelahiran masing-masing untuk berziarah kepada leluhurnya; berziarah di bulan Ruwah memiliki pesan kepada anak dan keturunannya agar senantiasa mencintai serta mengingat para leluhurnya atau nenek moyangnya.

Budaya Jawa yang masyarakatnya sudah diketahui menekankan praktik kesantunan untuk menghindari konflik dan ketidaksopanan diperkirakan akan terefleksikan dalam pemakaian bahasa dalam berkomunikasi di antara masyarakat penuturnya. Dalam kehidupan OJ terdapat falsafah *ajining diri soko lathi* 'harga diri seseorang, di antaranya, tergantung pada mulut, pada ucapan'. Hal ini dapat dilihat pada sistem kebahasaan OJ yang memiliki tingkat tutur. Menurut Soepomo (1979: 6) pemilihan pemakaian tingkat tutur umumnya dilakukan orang pertama (O1) dengan memandang siapakah lawan bicara (O2). Pemakaian *undha-usuk* atau tingkat tutur dalam berbahasa bagi orang Jawa wujud untuk menghormati orang lain, baik itu orang tuanya, orang yang status sosialnya lebih tinggi, memahami etika, dan sebagainya (I Wayan, 2001: 91). Karenanya, OJ berusaha untuk menggunakan kata-kata yang fasih manis, dan *empan papan* (tahu situasi dan kondisi), yang akan menyenangkan hati. Sebaliknya, OJ akan menjauhkan diri dari penggunaan kata-kata yang kotor, jorok, kasar, dan rusak, yang akan menyakitkan hati orang lain.

Seperti pada semua bahasa lain, dalam BJ terdapat juga kata-kata kasar (*tembung kasar*) yang dipakai apabila orang sedang marah atau bila seseorang sengaja ingin menghina orang lain yang biasa disebut dengan istilah umpatan atau makian (KBBI, 2008 : 1526) yang dalam BJ disebut dengan istilah *pisuhan*. Karena penggunaan kata-kata tersebut dianggap kasar, jorok, rusak, menyakitkan hati orang lain, maka sebisa mungkin kata-kata yang dianggap sebagai umpatan atau makian tersebut tidak dipergunakan. Jenis dan macam umpatan dalam sebuah bahasa dipengaruhi oleh nilai-nilai dan norma-norma budaya yang melatarbelakangi penggunaan bahasa yang bersangkutan. Misalnya, persepsi masyarakat akan alam, binatang, religi, dan lain-lainnya. Karena dianggap kasar, tabu,

maka kata-kata tersebut tidak dipergunakan. Bahkan dalam memperkenalkan nama hewan yang dianggap tabu, guru dan orang tua tidak mengenkannya kepada anak didik dan menggantikannya dengan kata lain.

### **3. Kesantunan**

Rustono (<http://ekakaratika.blogspot.com>), mengutip pendapat Grice, mengatakan bahwa prinsip kesantunan (*politeness principle*) berkenaan dengan aturan tentang hal-hal yang bersifat sosial, estetis, dan moral di dalam bertindak tutur. Artinya, bahwa prinsip kesantunan berkaitan dengan keberhasilan pengaturan interaksi sosial melalui bahasa; yaitu pengaturan strategi-strategi yang mempertimbangkan status penutur dan mitra tutur. Keberhasilan penggunaan strategi - strategi ini menciptakan suasana kesantunan yang memungkinkan transaksi sosial berlangsung tanpa mempermalukan penutur dan mitra tutur. Karena ini berkaitan dengan siapa berbicara dengan siapa, maka tidak terlepas dengan kajian sociolinguistik. Jika dilihat dari pragmatik, maka pembahasan tentang kesantunan ini tidak terlepas dari pertimbangan sociolinguistik. Hal ini didasarkan pada pemakaian istilah yang tidak digunakan secara terbuka atau tersamar, namun dipahami dalam konteks tertentu.

Levinson (1983) mendefinisikan pragmatik sebagai studi bahasa yang mempelajari relasi bahasa dengan konteksnya. Konteks yang dimaksud tergramatisasi dan terkodifikasi sehingga tidak dapat dilepaskan dari struktur bahasanya. Pembahasan pragmatik tidak melepaskan bahasa dengan konteks. Artinya, bahwa pragmatik adalah kajian bahasa yang bereferensi atau berhubungan dengan faktor dan aspek-aspek kontekstual; penggunaan bahasa dikaitkan dengan konteks tuturan. Sementara itu, Leech (1993: 8), mengemukakan bahwa pragmatik adalah bidang linguistik yang mengkaji makna dalam hubungannya dengan situasi-situasi

tutur (*speech situations*). Hal ini berarti bahwa makna dalam pragmatik adalah makna eksternal, makna yang terkait konteks, atau makna yang bersifat triadik (Wijana, 1996: 2-3).

Menurut Dell Hymes, (dalam James, 1980, dalam <http://www.jurnalingua.com>) konteks meliputi enam dimensi, yaitu: i) tempat dan waktu (*setting*), seperti ruang kelas, di masjid, di ma'had, di perpustakaan, dan di warung makan; ii) pengguna bahasa (*participants*), seperti dokter dengan pasien, penjual dengan pembeli; iii) topik pembicaraan (*content*) seperti politik, seks, pendidikan, kebudayaan; iv) tujuan (*purpose*) seperti bertanya, menjawab, memuji, menjelaskan, mengejek, dan menyuruh; v) nada (*key*) seperti humor, marah, ironi, sarkasme, dan lemah lembut, dan vi) media/saluran (*channel*) seperti tatap muka, melalui SMS, melalui telepon, melalui surat, E-mail, dan melalui tangan. Konteks itu sendiri terkait erat dengan budaya, yang berbeda dari satu masyarakat ke masyarakat lain. Apa yang dianggap sebagai topik pembicaraan yang wajar oleh masyarakat tertentu misalnya, akan dianggap sebagai topik pembicaraan yang tabu, tidak sopan oleh kelompok masyarakat yang lainnya. Sopan santun dalam berkomunikasi berlaku secara berbeda-beda dalam setiap masyarakat

Kesantunan, secara pragmatis dapat diartikan sebagai strategi penutur agar tindakan yang akan dilakukan tidak menyebabkan ada perasaan yang tersinggung atau muka yang terancam (Gunarwan, 2007: 102). Perilaku yang santun adalah perilaku yang didasari oleh pertimbangan akan perasaan orang lain agar orang itu tidak tersinggung atau muka terancam. Dalam berkomunikasi, baik muka penutur maupun mitra tutur tidak boleh terancam. Karenanya diperlukan strategi dengan mempertimbangkan situasi atau mitra tutur. Brown dan Levinson (1978) mengemukakan tentang teori kesantunan berbahasa berkisar pada nosi muka (*face*).

Semua orang yang rasional memiliki muka (dalam arti kiasan) dan muka itu harus dijaga, dipelihara, dihormati, dan sebagainya. Menurut mereka nosi muka itu dapat dibedakan menjadi muka negatif dan muka positif. Muka negatif mengacu ke citra diri setiap orang (yang rasional) yang berkeinginan agar dihargai dengan jalan membiarkannya bebas melakukan tindakannya atau membiarkannya bebas dari keharusan mengerjakan sesuatu. Muka positif mengacu ke citra diri setiap orang (yang rasional) yang berkeinginan agar apa yang dilakukannya, apa yang dimilikinya atau apa yang merupakan nilai-nilai yang ia yakini (sebagai akibat dari apa yang dilakukan atau dimilikinya itu) diakui orang lain sebagai suatu hal yang baik, yang menyenangkan, yang patut dihargai, dan seterusnya. Kesantunan imperatif berkenaan dengan muka negatif, dimana tuturan ini berfungsi untuk membuat mitra tutur melakukan sesuatu. Sebuah tindakan ujaran dapat merupakan ancaman terhadap muka. Tindakan ujaran seperti itu oleh Brown dan Levinson disebut sebagai *Face Threatening Act* (FTA). Untuk mengurangi ancaman itulah di dalam berkomunikasi kita perlu menggunakan sopan santun bahasa. Karena ada dua sisi muka yang terancam yaitu muka negatif dan muka positif, maka kesantunan pun dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kesantunan negatif (untuk menjaga muka negatif) dan kesantunan positif (untuk menjaga muka positif).

Selanjutnya Brown dan Levinson mengemukakan adanya empat strategi utama untuk mengutarakan maksud itu, yaitu i) bertutur secara terus-terang tanpa basa-basi (*bald on record*); ii) bertutur dengan menggunakan kesantunan positif; iii) bertutur dengan menggunakan kesantunan negatif; iv) bertutur dengan samar-samar atau tidak transparan (*off record*); dan ditambah dengan satu strategi v) bertutur "di dalam hati" atau strategi tidak mengujarkan maksud hatinya.

#### **4. Data**

Data dalam penelitian ini adalah spanduk, layar penutup warung yang digunakan sebagai iklan atau pernyataan, pemberitahuan kepada masyarakat (dalam hal ini calon pembeli) tentang makanan yang dijual. Data diambil di kota Solo dan Semarang. Kota Solo dipilih sebagai 'basis' tolok ukur atas pemakaian BJ, sedangkan kota Semarang dipilih sebagai varian. Di samping itu kota Semarang merupakan ibu kota provinsi sekaligus sebagai kota pantai, yang dianggap memiliki perbedaan pemakaian istilah dibandingkan dengan dua kota yang lainnya.

#### **5. Metodologi**

Penelitian ini menggunakan metode simak dan catat dalam pengumpulan data. Untuk memperoleh data tentang penamaan menu masakan yang dijual, layar papan nama atau spanduk tersebut dilakukan dengan teknik simak/observasi. Observasi dilakukan dengan pendokumentasian dengan pemotretan layar papan nama penjualan masakan daging anjing yang mencantumkan penamaan menu masakan. Dari observasi tersebut kemudian dilakukan pencatatan pada semua penamaan menu masakan yang dijual.

#### **6. Hasil dan Pembahasan**

Dari observasi yang dilakukan terhadap layar papan nama atau spanduk penjualan masakan daging anjing, maka dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuk penyamaran dan fungsi penyamaan. Berdasarkan bentuk penyamarannya dapat ditemukan tiga jenis, yaitu: 1) penyamaran dengan peniruan suara; 2) penyamaran dengan menyebutkan resep masakan; 3) penyamaran yang dikaitkan dengan mitos; 4) pembalikan nama makanan yang dijual

Pada penyamaran dengan peniruan suara ini, ditemukan pemakaian nama 'sate guk-guk', 'sate rw (raja waung)', 'rica guk-guk', 'guk nice' dan 'guk joss'. Ungkapan 'sate anjing', 'sate asu' tidak dijumpai karena dianggap kasar dan ditabukan. Pemakaian

istilah ini dan alasannya dapat dijelaskan dengan uraian seperti berikut ini.

Secara bervariasi setiap etnis mempunyai bentuk umpatan yang dituangkan di dalam bahasa yang dipergunakan sebagai alat komunikasi di dalam komunitas etnis tersebut (Wierzbicka dalam Djatmika, 2004: 66). Sebagaimana etnis-etnis yang ada, etnis Jawa yang mempergunakan BJ sebagai salah satu alat untuk berkomunikasi, juga dapat mengenal berbagai bentuk umpatan (yang biasa dikenal dengan istilah *pisuhan*, *misuh*, *misuh-misuh*). Bentuk *pisuhan* dalam BJ bermacam-macam. Dalam penelitiannya, Djatmika (2004) menunjukkan ada delapan bentuk *pisuhan*, salah satu di antaranya adalah *misuh*/mengumpat dengan menyebut nama binatang. Binatang yang dipergunakan untuk *misuh* menurut persepsi OJ karena dilarang oleh agama atau kepercayaan, menjijikkan atau karena buruk rupa, yaitu *asu* 'anjing', *wedhus* 'kambing', dan *kethek* 'kera'. Termasuk dalam klasifikasi ini adalah *pisuhan* yang dibentuk dari nama ketiga anak jenis binatang tersebut, yaitu *kirik* 'anak anjing', *cempe* 'anak kambing', dan *munyuk* 'kera kecil'.

Pemakaian *pisuhan* ini bersifat kontekstual. Namun, macam-macam *pisuhan* dalam BJ ini oleh OJ dapat diklasifikasikan lebih jauh berdasarkan bobot 'kekasaran' atau 'kevulgaran'. Dari *pisuhan* yang agak kasar sampai yang bersifat sangat kasar. Kata *asu* merupakan jenis *pisuhan* yang termasuk berbobot sangat kasar, sehingga kata ini sangat dijauhkan oleh OJ. Kata ini dianggap vulgar di pendengaran OJ; yang karena vulgarnya *pisuhan* ini menjadi ditabukan untuk diucapkan atau bahkan diajarkan kepada anak-anak. Sebagai solusi kultural, dipakailah ungkapan penggantinya, yang oleh OJ dewasa akan diperkenalkan ungkapan untuk jenis hewan tersebut dengan nama *guguk* atau *mbaung* atau *waung*.

Penyamaran kedua adalah penyamaran dengan menyebutkan resep masakan yang digunakan untuk memasak daging anjing. Resep masakan yang biasa dipergunakan untuk itu adalah “rica-rica”. Penyamaran yang dilakukan adalah hanya dengan menyebutkan resep masakan saja tanpa menyebutkan bahan yang dimasak. Ini dilakukan untuk menghindari agar tidak menyebutkan bahan makanan yang tabu untuk diucapkan itu. Dalam kehidupan masyarakat Jawa, banyak bahan masakan yang dapat dimasak dengan resep rica-rica ini. Misalnya saja, “rica-rica enthok (menthok)” dan “rica-rica ayam”. Bahan lain yang dimasak dengan bumbu rica-rica akan disebutkan dalam layar iklan, sedangkan daging anjing yang dimasak rica-rica cukup hanya dengan menuliskan “rica-rica”. Dalam tuturan, sepanjang yang diketahui, ketika seseorang mengatakan, “mari ke warung rica-rica”, maka pesan yang ditangkap mitra tutur dengan jelas adalah “ia diajak ke warung yang menjual daging anjing”. Bagi masyarakat Solo di tahun 1990-an, masakan *rica-rica* hanya tersaji di warung penjual daging anjing. Berkaitan dengan fenomena tersebut, munculah ‘kesepakatan’ pemahaman akan konsep “rica-rica” yang merujuk pada olahan daging anjing.

Dalam realita, sebagian masyarakat Jawa mengharamkan daging anjing untuk dikonsumsi. Dengan demikian, penyamaran dengan penyebutan *sate jamu* dilakukan sebagai bentuk upaya menyamarkan dengan menyebutkan manfaatnya. Nama makanan ini memang seakan melahirkan citra sebagai makanan kesehatan; dan bahkan mereka meyakini bahwa daging binatang bertaring dan berkuku tajam ini memiliki khasiat tertentu bagi tubuh, yaitu sebagai obat sakit kulit atau gatal-gatal dan meyakini dengan mengonsumsi daging tersebut, mampu menyembuhkan penyakit yang telah bertahun lamanya tak sembuh. Bahkan ada fenomena yang menyebutkan bahwa daging anjing berkhasiat untuk *obat kuat*. Namun, agar menjadi *jamu* bagi si

pengonsumsinya, daging anjing yang dijadikan sebagai bahan menu-menu masakan ini tidak disembelih. Anjing-anjing itu dibunuh dengan cara yang sadis bagaimanapun caranya agar darahnya tetap ada di dalam anjingnya. Beberapa cara yang untuk membunuh, misal dengan memukul anjing sampai mati, menenggelamkan anjing di dalam kolam air, atau dicekik dengan bantuan tali. Konon, darah yang tidak terbuang itu menambah selera dan “vitalitas” stamina pengonsumsinya, yang sebagian besar adalah laki-laki.

Namun demikian, toh, pada akhirnya kemanfaatan ini diserahkan pada pemakai bahasa untuk menimbang sendiri manfaat dan mudaratnya, untung dan ruginya. Jika dikomparasikan dengan penamaan sate-sate yang lain yang dijual, maka nyatalah bahwa penamaan *sate jamu* merupakan penyamaran, karena sate-sate yang lain jelas menyebutkan jenis hewan atau bahannya secara eksplisit, misal “sate kambing”, “sate sapi”, “sate kuda”, “sate kelinci”, “sate kerang”, “sate babi”, “sate ular”, dsb.

Dari fenomena yang ada di dalam masyarakat, terdapat wujud penyamaran dengan membalikkan huruf. Artinya bahwa, dalam kasus ini, penjual menuliskan nama dagangannya dengan susunan terbalik. Dalam hal ini, penjual tetap menggunakan istilah *asu* hanya saja tidak ditulis terang-terangan melainkan dengan membalik susunannya menjadi *usa* atau lengkapnya *kawi usa*. Rentetan huruf itu harus dibaca dari sebelah kanan, layaknya membaca tulisan Arab. Jika dibaca dari sebelah kanan, maka *kawi usa* ini akan dapat dieja menjadi *iwak asu* atau *ikan anjing* atau *daging anjing*. (OJ biasa menyebut daging dengan kata *iwak*, meskipun kata *iwak* apabila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah *ikan*). Dalam konteks bahasa Indonesia pun kadang-kadang tetap dipergunakan kata *ikan* sebagai penunjuk daging, misalnya, *ikan ayam*, *ikan burung*, dll.).

## 7. Penutup

Dari observasi tentang penyamaran pada penamaan penjualan daging anjing ini, dapat dilihat adanya fungsi yang melatarbelakanginya. Pedagang tidak begitu saja membuat nama tanpa ada alasan. Penyelamatan muka merupakan hal utama dalam penamaan. Ini cukup beralasan, karena sebagian masyarakat, Solo dan Semarang, mayoritas muslim yang mengharamkan daging anjing untuk disantap, sehingga wujud-wujud penyamaran yang dilakukan dapat menghindarkan masyarakat dari perasaan tidak enak, perasaan tidak suka. Di samping itu, dalam budaya Jawa, terdapat pentabuan untuk menyebutkan binatang ini karena termasuk binatang yang digunakan untuk mengumpat atau *misuh*; dan pisuhan ini merupakan pisuhan yang paling *berat* atau paling tinggi derajat kekasarannya sehingga dihindari untuk mengucapkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brown, P. dan Levinson, S. 1978. "Universals in Language Usage: Politeness Phenomena". In Goody, Esther N., ed. Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction (Cambridge Papers in Social Anthropology). Cambridge: Cambridge University Press, 56-310.
- Djatmika. 2004. "Bentuk dan Fungsi Umpatan dalam Bahasa Jawa: Sebuah Kajian Etnolingistik". *Jurnal Linguistik Bahasa*. Vol. 2 No. 1. Mei (2004)
- Gunarwan, Asim. 2007. "Implikatur dan Kesantunan Berbahasa: Beberapa Tilikan dari Sandiwara Ludruk". Bambang Kaswanti (ed.), dalam *Pellba 18*. Jakarta: Unika Atma Jaya.
- I Wayan Bawa, 2001,. "Pengausan Kemampuan Menggunakan Undha-Usuk Bahasa Jawa setelah Satu Generasi Bertempat Tinggal di Denpasar". Makalah. Kongres Bahasa Jawa ke-3.
- Koentjaraningrat. 1994. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Leech, Geofrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Levinson, Stephen C. 1983. *Pragmatics*. Cambridge University Press.
- Soepomo Pudjosoedarmo. 1979. *Tingkat Tutur Bahasa Jawa*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Wijana, I Dewa. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi.
- Zairul Haq, Muhammad. 2011. *Mutiara Hidup Manusia Jawa*. Malang-Yogyakarta: Aditya Media Publishing.