

Strategi Ketidaksantunan Berbahasa dalam Kolom Komentar Akun X @Idextratime: Kajian Sosiopragmatik

Yoans Beni Eko Saputra Leo Lulu Lau¹

Sony Christian Sudarsono²

¹Fakultas Bahasa, Seni, dan Budaya, Universitas Negeri Yogyakarta

²Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma

¹ yoansbeni.2025@student.uny.ac.id

² sony@usd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan jenis-jenis strategi ketidaksantunan berbahasa dalam kolom komentar akun X (Twitter) @idextratime berdasarkan teori Culpeper (1996) dalam kerangka sosiopragmatik. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui alasan mengapa penggemar sepak bola sering melakukan ketidaksantunan dalam interaksi di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini berupa komentar yang dikumpulkan menggunakan metode simak dan teknik lanjutan rekam. Hasil penelitian ini menunjukkan dari 32 komentar yang dianalisis, ditemukan 3 strategi ketidaksantunan yang digunakan, yaitu ketidaksantunan positif (19 tuturan), kesantunan semu atau sarkasme (11 tuturan), dan strategi ketidaksantunan ganda yang menggunakan 2 strategi berbeda (2 tuturan). Adapun 3 strategi ketidaksantunan yang tidak ditemukan adalah strategi ketidaksantunan langsung, ketidaksantunan negatif, dan menahan kesantunan. Selain itu, penggunaan strategi ketidaksantunan tersebut ditandai dengan fungsi tindak tutur, yakni menyindir, menghina, mencela, mengejek, merendahkan, meremehkan, dan melarang. Tujuan dari penggunaan strategi ketidaksantunan ini adalah sebagai bentuk solidaritas terhadap kelompok sendiri dan rivalitas terhadap kelompok lain yang tentunya merupakan bagian dari budaya *banter* atau olok-olokan di dunia sepak bola. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi sosiopragmatik dan menjadi acuan untuk penelitian sosiopragmatik selanjutnya mengenai interaksi kelompok atau fandom di media sosial.

Kata Kunci: ketidaksantunan berbahasa, jenis ketidaksantunan, platform X, akun extra time, sosiopragmatik

Pendahuluan

Bahasa merupakan salah satu identitas yang membedakan manusia dibandingkan makhluk lainnya. Karena itu, manusia disebut sebagai *homo loquens* atau makhluk bertutur (Baryadi, 2020). Sebagai makhluk yang bisa berbahasa, manusia menggunakan bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi, alat untuk kontrol sosial, alat untuk integrasi dan adaptasi, serta alat untuk mengekspresikan diri (Keraf, 1997). Namun, seiring berkembangnya teknologi, fungsi bahasa sebagai bentuk ekspresi diri kini bergeser ke media sosial. Karena tidak terikat dengan aturan atau norma tertentu, pengguna media sosial kerap kali memproduksi bahasa kasar sebagai bentuk ekspresi diri dalam unggahan yang memberikan dampak negatif pada kehidupan sosial (Yin & Zubiaga, 2022). Salah satu faktor yang menyebabkan pengguna media sosial memproduksi bahasa kasar adalah anonimitas. Menurut Kosseff (2022), anonimitas adalah sebuah keadaan untuk menghindari identifikasi. Dalam konteks media sosial, anonimitas berarti pengguna

media sosial dapat menggunakan identitas atau nama samaran. Karena itu, anonimitas memberikan kebebasan kepada pengguna media sosial untuk menghindari tanggung jawab dan norma-norma sosial (Simanjuntak & Santosa, 2024). Hal inilah kemudian yang menyebabkan terjadinya produksi dan interaksi bahasa kasar atau tidak santun di media sosial.

Dinamika interaksi di media sosial tidak terjadi di ruang hampa, melainkan di dalam sebuah ekosistem komunitas digital yang menawarkan ruang atau tempat bagi eksperimen linguistik dan ekspresi identitas (Panjaitan & Patria, 2024). Di ruang ini, individu dengan minat yang sama berkumpul membentuk *fandom*, yaitu sebuah kelompok yang dicirikan oleh pemujaan intens dan perasaan emosional yang kuat terhadap idola mereka (Cheng & Wu, 2025). *Fandom* ini kemudian menciptakan ciri khas kebahasaan yang unik yang membedakannya dari kelompok lain. Karena itu, ciri khas kebahasaan atau pilihan kata tertentu dapat menjadi hambatan sekaligus tanda bahwa hanya orang-orang tertentu yang dapat berinteraksi dalam komunitas tersebut (Matrood, 2025). Dalam komunitas digital, terjadi praktik bahasa yang khas yang ditandai dengan penggunaan istilah "*fan talk*" atau leksikon bersama yang berfungsi sebagai penanda keanggotaan bagi para anggotanya (Smutradontri & Gadavanij, 2020). Tentu praktik bahasa ini bukan sekadar alat tukar informasi, melainkan juga media sosialisasi yang disesuaikan dengan kebudayaan kelompok guna menegaskan identitas kelompok (*group identity*) (Prayudi & Nasution, 2020). Melalui praktik bahasa yang konsisten, komunitas digital menjadi ruang untuk identitas kelompok dipertahankan dan dipertunjukkan guna menciptakan perasaan persaudaraan sekaligus pembeda yang jelas dengan pihak luar atau non-penggemar (Smutradontri & Gadavanij, 2020). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa komunitas digital membentuk eksklusivitas praktik bahasa sekaligus mempresepsikan suatu bahasa berdasarkan norma komunitasnya. Hal inilah yang memungkinkan tuturan yang dianggap tidak santun di ruang publik dapat dianggap sebagai praktik bahasa yang normal dalam komunitas digital tertentu.

Tentu interaksi manusia menggunakan bahasa tidak terlepas dari maksud dan konteks sosial. Hal inilah yang dikaji dalam sosiopragmatik. Menurut Leech (1993), Sosiopragmatik merupakan titik temu antara ilmu sosiologi dan ilmu pragmatik. Sejalan dengan pendapat Leech, Kunjana (2009) berpendapat bahwa kajian sociolinguistik adalah kajian kebahasaan yang menggabungkan ilmu sociolinguistik dan ilmu pragmatik. Dari kedua pendapat ini, dapat dikatakan bahwa sosiopragmatik tidak hanya berfokus pada aspek penggunaan bahasa saja, tetapi juga memahami aspek lingkungan sosial (budaya) yang membentuk bahasa tersebut. Implementasi perspektif sosiopragmatik dalam penelitian ini tidak dapat dipisahkan dari tiga variabel fundamental, yakni variabel sosial, identitas kelompok, dan norma komunitas. Secara sosiopragmatik, pilihan strategi tutur seseorang sangat ditentukan oleh variabel sosial seperti jarak sosial (*social distance*) dan relasi kekuasaan (*power*), yang dalam ekosistem media sosial sering kali dikonstruksi ulang melalui tingkat partisipasi pengguna (Seles et al., 2026). Variabel-variabel tersebut menjadi motor penggerak bagi individu dalam membangun dan mempertahankan identitas kelompok, yang mana bahasa digunakan sebagai penanda batas (*boundary*) untuk membedakan antara anggota komunitas (*in-group*) dan pihak luar (*out-group*) (Wenger, 2000). Dinamika ini kemudian dikendalikan oleh norma komunitas, yaitu sebuah kesepakatan kolektif yang memberikan legitimasi pada praktik bahasa tertentu karena individu cenderung mengadopsi perilaku yang konsisten dengan norma dan identitas kelompoknya (Charness & Chen, 2020). Dalam konteks ini, norma komunitaslah yang akan menentukan bahwa ketidaksantunan berbahasa dapat dimaknai bukan sebagai pelanggaran etika, melainkan sebagai bentuk komunikasi yang lazim dan diterima untuk

memperkuat solidaritas di dalam kelompok. Terutama ketika tingkat keakraban antar-anggota sudah sangat tinggi (Seles et al., 2026). Identifikasi yang kuat dengan kelompok ini sering kali melegitimasi penggunaan bahasa yang agresif atau lugas sebagai upaya untuk mempertahankan hierarki dan kohesi internal (Sakroni et al., 2024).

Salah satu, aspek kebahasaan yang diteliti dalam sosiopragmatik adalah ketidaksantunan. Karena tuturan ketidaksantunan memiliki maksud dan selalu erat kaitannya dengan konteks sosial atau budaya tertentu. Ketidaksantunan adalah sebuah strategi komunikasi yang dirancang dengan tujuan menciptakan gangguan sosial, yaitu menyerang atau menghilangkan muka mitra tutur (Culpeper, 1996). Menurut Culpeper (2011), kata “Muka” ini berarti citra diri yang meliputi reputasi, prestise, dan harga diri mitra tutur. Hal ini senada dengan idiom dalam bahasa Inggris, yakni “*Losing face*”. Menurut *Cambridge Dictionary* (n.d.), “*Losing face*” memiliki arti kerusakan atau kehilangan citra publik seseorang sehingga menimbulkan rasa malu. Dalam artikel *Towards an Anatomy of Impoliteness* (1996), Culpeper membagi strategi ketidaksantunan menjadi 5, yaitu *bald on record impoliteness* (ketidaksantunan langsung), *positive impoliteness* (ketidaksantunan positif), *negative impoliteness* (ketidaksantunan negatif), *sarcasm* atau *mock politeness* (sarkasme atau kesantunan semu), *withhold politeness* (menahan kesantunan). Senada dengan Culpeper, Kunjana (2013) berpendapat sebagai berikut, “Ketidaksantunan sesungguhnya muncul dalam interaksi penutur dan mitra tutur dalam wahana komunikasi. Akan tetapi di dalam peristiwa komunikasi itu, terdapat perilaku penutur atau mitra tutur yang menyebabkan orang kehilangan muka (*facelost*). Nah, perilaku menghilangkan muka itulah yang dimaksud dengan ketidaksantunan...” Karena itu, ketidaksantunan dapat didefinisikan sebagai sebuah strategi komunikasi yang bertujuan untuk menyerang, merendahkan, dan mengganggu mitra tutur.

Salah satu kelompok atau grup yang kerap kali melakukan strategi ketidaksantunan dalam berinteraksi adalah kelompok penggemar sepak bola. Dalam dunia sepak bola, strategi ketidaksantunan ini disederhanakan dalam istilah *banter*. *Banter* adalah interaksi yang berisikan tuturan kasar, tidak santun, dan tidak sepenuhnya benar yang ditujukan kepada identitas kelompok penggemar tertentu (Dixon et al., 2024). Artinya, *banter* adalah tuturan kasar yang dilakukan satu kelompok penggemar sepak bola kepada kelompok penggemar sepak bola lainnya dengan tujuan untuk menunjukkan superioritas dan keunggulan tim idolanya. Secara teoritis, *banter* dapat dikatakan sebagai bentuk ketidaksantunan berbahasa karena berisikan ujaran atau tuturan yang mengejek atau merendahkan mitra bicara. Namun, dalam budaya sepak bola *banter* atau olokan merupakan aturan tidak tertulis bagi penggemar untuk menjaga rivalitas sekaligus persaudaraan di antara mereka (Advento, 2025). Ini berarti *banter* telah diterima sebagai bagian dari budaya sepak bola. Dengan kata lain, ketidaksantunan yang tercermin dalam budaya *banter* bukanlah bentuk kegagalan komunikasi, melainkan alat untuk menguatkan identitas sekaligus membentuk rivalitas antar para penggemar. Tentu inilah yang membuat ketidaksantunan yang dipraktikkan dalam komunitas penggemar sepak bola menjadi sesuatu yang berbeda.

Budaya *banter* dalam sepak bola tidak terlepas dari budaya fanatisme terhadap tim idola, seperti kelompok *hooligan* di Inggris dan *tifosi* di Italia (Ahmad & Yahmun, 2017) Fanatisme merupakan bagian dari budaya sepak bola karena merupakan praktik dukungan terhadap suatu tim sepak bola (Wirawanda, 2019). Karena itu, fanatisme dalam sepak bola lahir dari identifikasi diri suatu individu atau kumpulan individu terhadap nilai yang dimiliki suatu klub sepak bola sehingga menimbulkan ketertarikan dan membentuk identitas kelompok atau *fans club* (Syahputra, 2016). Artinya, fanatisme dimulai dari sebuah ketertarikan terhadap suatu klub sepak bola, entah itu karena prestasi, pemain,

logo klub, ataupun prinsip klubnya. Kemudian, ketertarikan itu membentuk ikatan emosional antar para penggemar sekaligus membentuk identitas kelompok. Identitas kelompok inilah yang akhirnya memproduksi budaya *banter* sebagai bentuk superioritas terhadap kelompok lain.

Ketidaksantunan penggemar sepak bola dalam budaya *banter* kini tidak hanya bergema di stadion saja, tetapi juga “bergema” di media sosial termasuk X atau Twitter. Media sosial Twitter atau yang sekarang dikenal sebagai X merupakan salah satu media sosial terpopuler di Indonesia. Berdasarkan data dari *Goodstats.id* (2026), media sosial X berada di urutan keempat sebagai website atau media informasi yang paling banyak dikunjungi di Indonesia dengan total 21,9 juta kunjungan per Januari 2026. Media sosial X menjadi salah satu *platform* terpopuler di Indonesia karena kemudahan fiturnya yang memungkinkan penggunaanya dengan bebas dapat menyampaikan protes, kampanye politik, pendidikan, komunikasi darurat, bahkan bisa digunakan mengungkapkan perasaan dan emosi (Inkasari et al., 2024). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Syapriani et al., (2025), karakteristik pengguna X atau Twitter cenderung aktif, responsif, dan gemar berargumen. Ini membuat interaksi di media sosial X menjadi begitu masif dan intens. Tentu ini tidak terlepas dari anonimitas yang ditawarkan oleh *platform* X yang mendorong penggunaannya untuk melakukan pertukaran informasi terbuka dan jujur. Selain itu, memberikan ruang aman untuk mendiskusikan topik yang bersifat sensitif (Widiatmika, 2024). Karena itu, media sosial X dapat menjadi objek penelitian bahasa yang ideal karena tingginya interaksi yang dihasilkan oleh penggunaanya, termasuk ketidaksantunan berbahasa.

Salah satu akun *fanbase* sepak bola di X yang memproduksi interaksi ketidaksantunan para penggemar sepak bola adalah akun @idextratime. Akun ini dipilih sebagai korpus data utama dalam penelitian ini karena intensitas interaksi di dalamnya yang bisa menjadi representasi ideal untuk membedah strategi ketidaksantunan dalam konteks budaya *banter* penggemar sepak bola. Akun X @idextratime adalah akun *fanbase* sepakbola terbesar di Indonesia dengan 1,5 juta pengikut. Akun ini kerap kali mengunggah konten sepak bola yang memprovokasi atau memancing interaksi ketidaksantunan dalam kolom komentar. Namun, unikunya interaksi ketidaksantunan dalam kolom komentar akun ini seringkali dianggap sebagai hiburan sekaligus untuk membangun solidaritas antar penggemar. Hal ini senada dengan pendapat Dixon et al., (2024) yang menyatakan bahwa *banter* atau budaya olok-olok dilakukan sekadar sebagai *role play* menjadi rival yang mewakili identitas klub tertentu dengan tujuan untuk mencari hiburan dan memperkuat identitas sebagai penggemar sepak bola.

Studi tentang ketidaksantunan berbahasa sudah dilakukan sebelumnya oleh Gustiani, et al., (2022). Penelitian ini secara khusus meneliti tentang ketidaksantunan dalam video debat pemilihan presiden tahun 2019. Dalam menganalisis video debat tersebut, para peneliti menggunakan teori ketidaksantunan Culpeper (2005) dan berhasil menemukan bahwa strategi ketidaksantunan negatif adalah strategi yang paling banyak digunakan, yakni sebanyak 43%. Studi ketidaksantunan berbahasa juga pernah dilakukan oleh Hanif (2021). Penelitian ini membahas tentang strategi ketidaksantunan julukan tak pantas dalam sinjar Deddy Corbuzier. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa julukan tak pantas dibedakan menjadi dua, yaitu penanda linguistik dan tujuan penggunaan. Adapun varian julukan tak pantas itu berupa analogi, nama hewan, benda-benda menjijikan, dan fakta negatif. Selain itu, penelitian ketidaksantunan juga telah dilakukan oleh Irawati et al., (2023). Penelitian ini berfokus pada strategi ketidaksantunan sarkasme warganet pada kolom komentar Instagram Ganjar Pranowo. Berdasarkan analisis menggunakan teori ketidaksantunan Culpeper (2011), ditemukan

bahwa warganet menggunakan gaya bahasa ironi sebagai startegi ketidaksantunan dalam menulis komentar. Adapun strategi ketidaksantunan warganet ini dipicu oleh beberapa isu mengenai sepak bola, politik, dan agama.

Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan wawasan mengenai penggunaan strategi ketidaksantunan, sebagian besar penelitian tersebut masih terbatas pada diskursus politik dan media hiburan saja. Di samping itu, ketidaksantunan hanya dipandang sebagai kegagalan komunikasi dan serangan verbal semata. Padahal terdapat komunitas penggemar sepak bola yang memiliki interaksi dinamis di media sosial yang belum banyak dikaji penggunaan strategi ketidaksantunan berbahasanya dengan pendekatan sosiopragmatik. Mengingat sepak bola merupakan olahraga yang memiliki basis penggemar terbesar di seluruh dunia khususnya di Indonesia, maka penting dilakukan penelitian tentang ketidaksantunan berbahasa dan kaitannya dengan budaya *banter*. Karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan kontribusi pemahaman tentang fungsi ketidaksantunan sebagai bagian penting dalam budaya *banter* penggemar sepak bola untuk menguatkan identitas sekaligus mempererat solidaritas kelompok di media sosial.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa belum ada penelitian yang membahas tentang strategi ketidaksantunan di komunitas penggemar sepak bola. Hal ini bisa menjadi celah penelitian untuk menganalisis strategi ketidaksantunan berbahasa penggemar sepak bola dan kaitannya dengan budaya *banter*. Dengan kolom komentar akun X @idextratime sebagai sumber data utama, penelitian ini dapat mengidentifikasi bentuk tuturan dan jenis strategi ketidaksantunan penggemar sepak bola berdasarkan teori Culpeper (1996). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan menganalisis bentuk tuturan, strategi ketidaksantunan berbahasa, fungsi tindak tutur, dan konteks tuturan guna mengungkap bagaimana penggunaan bahasa tersebut mengonstruksi identitas, mempererat solidaritas, serta membentuk rivalitas dalam budaya *banter* komunitas penggemar sepak bola.

Metode

Objek pada penelitian ini adalah wacana dalam bentuk kalimat, klausa, frasa, dan kata yang diperoleh dari kolom komentar akun X @idextratime antara 2 hingga 23 Maret 2026. Dalam kurun waktu tersebut, peneliti memilih 8 unggahan dengan data sebanyak 32 komentar. Alasan peneliti memilih 8 unggahan dalam kurun waktu tersebut karena tingkat interaksi komentar yang tinggi pada periode tersebut. Selain itu, topik pada unggahan yang dipilih juga berkaitan dengan klub yang memiliki basis penggemar yang besar di Indonesia, seperti Manchester United, Liverpool, Barcelona, Arsenal, dan Manchester City sehingga interaksinya lebih beragam. Topik unggahannya berupa hasil pertandingan klub besar Liga Inggris dan berita *transfer* pemain sepak bola. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekataan sosiopragmatik. Metode kualitatif bersifat deskriptif, artinya metode penelitian yang datanya dikumpulkan dalam bentuk kalimat dan gambar (Bogdan & Bilken, 1992). Pendekatan sosiopragmatik digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis tuturan (komentar), konteks sosial, dan budaya *banter* komunitas penggemar sepak bola Indonesia di media sosial. Dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode teknik simak dan teknik lanjutan rekam. Teknik simak dilakukan dengan cara penyimakan kolom komentar yang ada di unggahan akun X @idextratime. Teknik lanjutan rekam dilakukan dengan cara foto layar atau *screenshot* komentar yang mengandung ketidaksantunan berdasarkan teori Culpeper (1996). Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan

metode padan dengan teknik daya pilah referensial dan pragmatis (Sudaryanto, 2015). Teknik referensial digunakan untuk mengidentifikasi isi tuturan atau referen dari wacana ketidaksantunan yang ditemukan. Selanjutnya, teknik pragmatis diterapkan untuk menganalisis tuturan (komentar) berdasarkan konteks situasi, hubungan partisipan, dan maksud sosial di balik penggunaan strategi ketidaksantunan dalam kaitannya dengan budaya *banter* komunitas penggemar sepak bola Indonesia.

Hasil

Berdasarkan hasil analisis terhadap 32 komentar pada kolom komentar akun X @idextratime, ditemukan dua strategi ketidaksantunan utama, yaitu ketidaksantunan positif (*positive impoliteness*) dan ketidaksantunan semu (*mock politeness*). Selain kedua strategi tersebut, ditemukan pula dua tuturan yang memperlihatkan penggunaan dua strategi secara bersamaan, yakni kombinasi ketidaksantunan positif dan sarkasme. Dalam penelitian ini, kombinasi tersebut tidak diposisikan sebagai strategi baru dalam teori Culpeper, tetapi sebagai istilah analitis untuk menunjukkan adanya dua strategi yang digunakan secara bersamaan dalam satu tuturan.

Strategi ketidaksantunan positif merupakan bentuk yang paling banyak ditemukan, yakni sebanyak 19 data. Strategi ini direalisasikan melalui penggunaan leksikon peyoratif, pemberian julukan yang merendahkan, serta ungkapan yang menyerang citra positif klub, pemain, pelatih, dan penggemar. Beberapa bentuk yang ditemukan diantara, seperti *'goblok'*, *'tolol'*, *'sampah'*, *'chelshit'*, *'arsendal'*, dan *'munyuk'*. Penggunaan bentuk-bentuk ini menunjukkan adanya upaya penutur untuk merendahkan identitas dan kualitas pihak yang menjadi menjadi sasaran. Sementara itu, sarkasme atau ketidaksantunan semu, ditemukan sebanyak 11 data. Sarkasme diidentifikasi melalui penggunaan tuturan yang secara literal positif atau netral, tetapi dalam konteks pertandingan justru digunakan untuk menghasilkan makna ejekan. Misalnya pada tuturan, *"Emang klub rajin sedekah ini, hari lebaran langsung kasih THR poin buat brighton"* yang digunakan untuk menyindir Liverpool yang mengalami kekalahan dengan menggambarkan pemberian poin kepada lawan sebagai bentuk "Sedekah" atau "THR".

Kemudian dari keseluruhan data, terdapat 2 komentar yang memperlihatkan kombinasi strategi ketidaksantunan positif dan sarkasme. Misalnya pada tuturan ini, *"Padahal udh di kasih murah bgt anjir, tapi itu team goblok masih maksa harga turun, pantesan aja rumpet stadion sampe dijual"*, unsur ketidaksantunan positif terlihat melalui ungkapan *"Team goblok"* yang secara langsung merendahkan identitas Barcelona sebagai klub. Pada bagian *"Pantesan aja rumpet Stadion sampe dijual"*, penutur menggunakan menggunakan strategi marketing Barcelona, sebagai bahan sindiran terhadap kondisi finansial klub. Kedua bentuk tersebut muncul dalam satu tuturan sehingga komentar tidak hanya menyerang identitas klub melalui penghinaan, tetapi juga menyampaikan ejekan melalui sindirian terhadap kondisi finansial Barcelona.

Tentu klasifikasi tersebut dilakukan berdasarkan indikator kebahasaan dan konteks penggunaan tuturan. Suatu komentar tidak secara otomatis dikategorikan sebagai strategi ganda hanya karena mengandung kata kasar atau disampaikan secara langsung. Penetapan kombinasi strategi dilakukan apabila ditemukan indikator yang menunjukkan terdapat dua strategi yang berbeda dalam satu tuturan. Oleh karena itu, tuturan seperti *"Klub miskin amat"* dan *"kleb goblokkk"* dikategorikan sebagai ketidaksantunan positif. Ini dikarenakan indikator penginaan lebih kuat terlihat dalam tuturan tersebut, sedangkan tidak terdapat indikator yang cukup untuk menetapkan sebagai kombinasi dengan strategi ketidaksantunan langsung. Prinsip yang sama

diterapkan pula pada strategi ketidaksantunan negatif dan strategi menahan kesantunan. Dalam 32 data komentar yang dianalisis, tidak terapat tuturan yang membatasi hak dan ruang gerak sekaligus direndahkan kedudukan target yang dibicarakan. Karena itu, tidak ditemukan penggunaan strategi ketidaksantunan negatif. Hal ini serupa dengan strategi menahan kesantunan. Berdasarkan data yang dianalisis, tidak terdapat tuturan yang melakukan pelepasan tindakan santun. Oleh sebab itu, strategi ketidaksantunan langsung, ketidaksantunan negatif, dan menahan kesantunan tidak diidentifikasi karena indikator yang mendukung penggunaan ketiga strategi itu tidak ditemukan dalam data.

Kemudian ditinjau dari fungsi tindak tutur, ditemukan 7 fungsi tindak tutur, seperti menyindir, menghina, mencela, mengejek, merendahkan, meremehkan, dan melarang. Fungsi menyindir menjadi fungsi yang paling dominan dengan 14 kemunculan, diikuti fungsi menghina sebanyak 9 kemunculan. Selanjutnya, fungsi merendahkan ditemukan 4 kemunculan. Kemudian fungsi meremehkan ditemukan sebanyak 2 kemunculan, sementara fungsi melarang hanya ditemukan 1 kemunculan. Di samping itu, ada beberapa tuturan yang memiliki lebih dari satu fungsi sehingga kemunculan fungsi tindak tuturnya melebihi jumlah keseluruhan data. Pola ini menunjukkan bahwa ketidaksantunan dalam komentar di akun X @idextratime digunakan untuk menyampaikan penghinaan secara langsung sekaligus memberikan sindiran dan ejekan terhadap pihak yang menjadi sasaran.

Berdasarkan target atau sasarannya, tuturan ketidaksantunan diarahkan kepada klub sepak bola, pemain, pelatih, dan pendukung klub. Klub menjadi target paling dominan melalui serangan terhadap kualitas, performa, reputasi, dan kondisi klub. Sementara itu, pemain dan pelatih menjadi sasaran penilaian negatif terhadap kemampuan, performa maupun mengenai keputusan dalam pertandingan. Pendukung klub juga menjadi target melalui penyebutan atau julukan yang merendahkan identitas kelompok. Dengan demikian, sasaran ketidaksantunan dalam 32 komentar mencakup target individual maupun kolektif yang berkaitan dengan identitas klub dan rivalitas antar penggemar.

Jadi, secara keseluruhan hasil analisis menunjukkan bahwa ketidaksantunan dalam kolom komentar akun X @idextratime didominasi oleh ketidaksantunan positif dan sarkasme, terutama berfungsi untuk menyindir dan menghina pihak yang dianggap sebagai rival. Serangan tersebut diarahkan kepada individu, klub, dan kelompok penggemarnya melalui leksikon peyoratif, julukan yang merendahkan, ejekan terhadap performa, serta sindiran terhadap kondisi klub. Hasil analisis ini selanjutnya akan menjadi dasar untuk menguraikan pola interaksi penggemar secara lebih mendalam pada bagian pembahasan.

Pembahasan

Strategi Ketidaksantunan yang Ditemukan

Strategi Ketidaksantunan Positif (*Positive Impoliteness*)

Strategi ketidaksantunan positif merupakan strategi komunikasi yang dirancang untuk merusak citra atau wajah positif mitra tutur. Contoh perilakunya seperti mengabaikan mitra tutur, mengucilkan seseorang dari aktivitas, menggunakan kata-kata tabu dan kasar, dan memanggil mitra tutur dengan nama yang menghina (Culpeper, 1996). Berdasarkan definisi tersebut, berikut ini adalah contoh tuturan yang diidentifikasi sebagai ketidaksantunan positif.

Data 1

"Cheleng fokusnya ngehujat arsenal doang, klub sendiri kek goblok gak diurus"

Data 2

"chelshit itu lawan ter-easy Arsenal cokkk 🤔🤔🤔"

Data 3

*"Yang menang arsenal Yang kepanasan pasti munyuk si pendukung rival nya city 🤔
🤔 Aneh anjir."*

Ketiga tuturan ini dikategorikan sebagai ketidaksantunan positif karena menggunakan kata-kata kasar atau tabu dengan tujuan untuk menghina dan merendahkan penggemar dan identitas klubnya. Dalam kaitannya budaya *banter* sepak bola, para penggemar sering kali menggunakan istilah yang merendahkan penggemar dan martabat klub rival seperti, *munyuk* (Manchester United), *arsendal* (Arsenal), *cheleng* (Chelsea), dan *chelshit* (Chelsea). Istilah ini merupakan bentuk paronomasia. Menurut Tarigan (2013), paronomasia sebuah gaya bahasa yang membandingkan beberapa kata dengan bunyi yang sama, tetapi memiliki makna yang berbeda. Dalam kaitannya dengan media sosial, Triana et al., (2026) berpendapat bahwa paronomasia digunakan untuk menyampaikan makna humoris sekaligus membangun interaksi pengguna media sosial melalui permainan bunyi dan bentuk bahasa. Dalam studi yang dilakukan oleh Lillo (2020), ditemukan bahwa paronomasia digunakan oleh penggemar sepak bola di Britania dan Irlandia sebagai bentuk *banter*. Paronomasia yang dilakukan dengan cara *rhyming slang*, yaitu permainan bahasa dengan cara mengganti suatu kata dengan frasa yang berima dengan kata tersebut. *Rhyming slang* digunakan untuk memberikan julukan klub, pemain, dan manajer (pelatih) yang salah satu tujuannya untuk menghina. Karena itu, penggunaan gaya bahasa paronomasia ini digunakan untuk tujuan humor sekaligus untuk merendahkan martabat klub dan penggemarnya. Alasan istilah seperti *chelsit* atau *munyuk* dianggap sebagai humor karena balasan/*reply* tuturan tersebut. Misalnya, balasan terhadap tuturan (1) *"sama sprus. Udahlah 2 itu jaminan poin buat Arsenal"* dan balasan terhadap tuturan (2), *"atur bang wkwkwk sesuka lu."* Dari balasan atau *reply* terhadap tuturan tersebut dapat dipahami bahwa istilah *chelsit* dan *munyuk* dianggap menjadi sesuatu yang lumrah untuk merujuk pada identitas Chelsea dan Manchester United. Di samping itu, balasan terhadap kedua tuturan tersebut juga memperlihatkan bahwa penggunaan istilah peyoratif jamak dilakukan sebagai *banter* khususnya terhadap penggemar klub rival sebagai bentuk rivalitas.

Secara konteks, tuturan pada unggahan (1) merujuk pada hasil pertandingan antara Everton melawan Chelsea yang berhasil dimenangkan Everton dengan skor 3-0. Kemudian konteks pada tuturan (2) merujuk pada hasil pertandingan antara Chelsea dan Arsenal yang berhasil dimenangkan oleh Arsenal. Uniknya, pada tuturan (3) strategi ketidaksantunannya tidak hanya ditujukan kepada penggemar Chelsea saja, tetapi juga ditujukan kepada penggemar Manchester United. Ini dikarenakan pada pertandingan antara Chelsea melawan Arsenal, banyak penggemar Manchester United yang lebih mengunggulkan Chelsea sebagai pemenang.

Tentunya strategi ketidaksantunan positif yang terdapat dalam ketiga tuturan tersebut juga memiliki fungsi sosial, yaitu sebagai sarana mengekspresikan kepuasan atas kemenangan tim yang didukung, mempermalukan kelompok lawan, serta menunjukkan superioritas simbolik dalam rivalitas antarklub (Mangan, 2021). Hal inilah yang tercermin dari *banter* yang dilakukan oleh penggemar Arsenal terhadap rivalnya. Dalam hal ini mereka menggunakan gaya bahasa paronomasia untuk menunjukkan

superioritas sekaligus membangun rivalitas dengan penggemar klub rival, seperti Chelsea dan Manchester United. Menariknya tuturan ketidaksantunan ini hanya dianggap sebagai *joking relationship* oleh sesama penggemar Arsenal maupun penggemar rival. Karena itu, dapat dikatakan bahwa julukan peyoratif adalah bagian dari budaya *banter*. Ini menunjukkan bahwa praktik ketidaksantunan tidak selalu dipahami sebagai perilaku yang merusak hubungan sosial, tetapi juga dapat memperkuat solidaritas di antara anggota komunitas yang memiliki identitas dan afiliasi yang sama (File & Worlledge, 2023). Dengan demikian, strategi ketidaksantunan positif yang ditemukan dalam penelitian ini, berfungsi sebagai praktik kebahasaan yang membangun identitas kelompok dan memperkuat solidaritas antar penggemar. Di sisi lain juga dapat mengonstruksi dan mempertahankan rivalitas antar penggemar dalam ruang interaksi digital khususnya di media sosial (Indriyono & Simatupang, 2025).

Strategi sarkasme atau kesantunan semu (*mock politeness*)

Strategi sarkasme atau kesantunan semu merupakan cara komunikasi yang disampaikan secara tidak tulus dan hanya bersifat dipermukaan saja sehingga menimbulkan ketidakharmonisan sosial (Culpeper, 1996). Sarkasme bisa menimbulkan ketidakharmonisan sosial karena seseorang nampak menyampaikan kata-kata secara santun, tetapi maknanya bertentangan (Nurfitri et al., 2026). Salah satu aspek sosial yang relevan dengan komunitas penggemar sepak bola adalah identitas kelompok. Menurut Tajfel (1981), identitas sosial berkaitan dengan keanggotaan individu dalam kelompok sosial yang menjadi bagian dari konsep dirinya. Keanggotaan tersebut, memungkinkan individu melakukan kategorisasi antara kelompok sendiri (*ingroup*) dan kelompok lain (*outgroup*). Dalam konteks ini, nama klub seperti Arsenal, Liverpool, dan Chelsea itu merujuk pada 2 hal. Pertama, merujuk pada institusi olahraga. Kedua, merujuk pada identitas kelompok penggemarnya. Berikut ini adalah tuturan yang menggunakan strategi sarkasme atau kesantunan semu.

Data 1

"Padahal udah lebaran, masih ada aja yang puasa"

Data 2

"emang klub rajin sedekah ini, hari lebaran langsung kasih THR poin buat brighton."

Data 3

"Iye..iye...penalti itu...lanjut nangis gih dipojokan"

Ketiga tuturan ini diidentifikasi sebagai strategi sarkasme karena menggunakan kata dan frasa yang nampaknya santun, tetapi sebenarnya memiliki makna yang bertentangan. Pada tuturan (1), kata "*Puasa*" yang digunakan secara metaforis untuk menyindir kegagalan Arsenal memperoleh gelar Carabao Cup setelah kalah dari Manchester City. Tuturan ini secara langsung merujuk pada Arsenal dan penggemarnya sehingga kegagalan klub dikonstruksi sebagai objek ejekan terhadap kelompok tersebut. Pada tuturan (2), ungkapan "*Rajin sedekah*" dan "*THR poin*" digunakan untuk menyindir Liverpool yang memberikan keuntungan kepada Brighton melalui kekalahan. Tuturan ini memperlihatkan oposisi antar kelompok karena identitas Liverpool dan Brighton menjadi penanda kelompok yang berbeda dalam konteks interaksi antar para penggemar sepak bola dalam komunitasnya. Kemudian, pada tuturan (3), ungkapan "*Iye iye penalti*" adalah bentuk sindiran penggemar Arsenal yang ditujukan kepada penggemar Chelsea yang mengharapkan penalti. Ini diakibatkan salah satu pemain Chelsea dilanggar oleh kiper Arsenal. Tuturan ini secara langsung menunjukkan bahwa rivalitas bisa menjadi

pemantik munculnya ketidaksantunan, salah satunya adalah sarkasme. Sebab Chelsea dan Arsenal merupakan klub rival yang sama-sama berasal dari London dan memiliki sejarah rivalitas yang cukup panjang. Karena itu, tuturan ketidaksantunan yang diungkapkan kelompok penggemar kedua klub ini cenderung kreatif untuk memberikan efek ketidaksantunan yang lebih besar kepada target sasaran. Hal ini senada dengan pendapat Culpeper (2011), yang menyatakan bahwa bentuk ketidaksantunan memiliki elemen kreativitas, terutama sifatnya atau situasinya yang kompetitif. Hal ini senada dengan pendapat Culpeper (2011), yang menyatakan bahwa bentuk ketidaksantunan memiliki elemen kreativitas, terutama sifatnya atau situasinya yang kompetitif. Dengan demikian, contoh ketiga tuturan tersebut menunjukkan bahwa sarkasme dalam komunitas sepak bola digunakan untuk menyampaikan ejekan secara langsung, menegaskan identitas kelompok, dan membangun oposisi antara *ingroup* dan *outgroup*.

Pola strategi sarkasme ini juga dapat ditemukan dalam topik lain di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Beden dan Rosly (2022) menemukan bahwa terdapat strategi sarkasme dalam unggahan Facebook akun Berita Harian *Online*. Sarkasme yang dilakukan sebagai bentuk perhatian warganet terhadap wabah COVID-19. Sarkasme ini bertujuan untuk mengkritik dan menyindir kebijakan pemerintah Malaysia yang dianggap lalai dalam menangani wabah COVID-19. Meskipun tujuan tuturannya berbeda, strategi sarkasme yang terdapat dalam penelitian Beden dan Rosly dalam penelitian ini sama-sama menggunakan kata-kata yang terdengar santun, tetapi memiliki makna yang kontradiktif. Ini menunjukkan bahwa sarkasme merupakan strategi ketidaksantunan yang umum ditemukan dalam interaksi di media sosial sebagai bentuk sindiran, kritik, dan ejekan.

Strategi Ketidaksantunan Ganda

Berdasarkan hasil analisis terhadap 32 komentar, ditemukan 2 tuturan yang menggunakan kombinasi strategi ketidaksantunan, yakni strategi ketidaksantunan positif dan sarkasme. Tentu, temuan ini tidak bermaksud untuk menambah kategori strategi ketidaksantunan Culpeper, tetapi sekadar untuk mengkategorikan data yang memenuhi indikator kedua strategi tersebut. Mengenai, kombinasi strategi ketidaksantunan dalam 1 tuturan yang sama, Culpeper (2011) secara eksplisit menyatakan bahwa 41 dari 100 peristiwa ketidaksantunan yang dikajinya, ditemukan satu formula ketidaksantunan dan seringkali beberapa formula sekaligus. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan kombinasi strategi ketidaksantunan dalam 1 tuturan merupakan hal yang lumrah dijumpai. Karena kombinasi strategi ketidaksantunan ini memiliki tujuan, yakni mengurangi ambiguitas dan memperkuat intensitas serangan (Culpeper, 2011). Berikut ini adalah contoh tuturan yang menggunakan kombinasi strategi ganda.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 32 komentar, ditemukan 2 tuturan yang menggunakan kombinasi strategi ketidaksantunan, yakni strategi ketidaksantunan positif dan sarkasme. Tentu, temuan ini tidak bermaksud untuk menambah kategori strategi ketidaksantunan Culpeper, tetapi sekadar untuk mengkategorikan data yang memenuhi indikator kedua strategi tersebut. Mengenai, kombinasi strategi ketidaksantunan dalam 1 tuturan yang sama, Culpeper (2011) secara eksplisit menyatakan bahwa 41 dari 100 peristiwa ketidaksantunan yang dikajinya, ditemukan satu formula ketidaksantunan dan seringkali beberapa formula sekaligus. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan kombinasi strategi ketidaksantunan dalam 1 tuturan merupakan hal yang lumrah dijumpai. Karena kombinasi strategi ketidaksantunan ini memiliki tujuan, yakni mengurangi ambiguitas dan memperkuat intensitas serangan (Culpeper, 2011). Berikut ini adalah contoh tuturan yang menggunakan kombinasi strategi ganda.

Data 1

"Teriak2 city selalu diuntungi, suap lah Taunya sendirinya selalu diuntungin wasit wkwkwk tim sampah mau juara pake cara haram"

Data 2

"Padahal udh di kasih murah bgt anjir,,tapi itu team goblok masih maksa harga turun anjirrr pantesan aja rumpet stadion sampe dijual 🤔🤔🤔"

Tuturan (1) diidentifikasi sebagai ketidaksantunan ganda karena terdapat tuturan yang bermakna menyindir atau sarkasme yang terlihat pada ungkapan *"Taunya sendirinya selalu diuntungin wasit wkwkwk"*. Sekaligus menggunakan frasa kasar atau tabu, yakni *"Tim sampah"* dan *"Cara haram"* yang bertujuan untuk menghina citra positif target sasaran. Secara konteks, tuturan ini bertujuan menyindir dan menghina identitas klub Arsenal akibat pelanggaran yang dilakukan kiper Arsenal terhadap pemain Chelsea. Namun, benturan itu tidak dianggap penalti oleh wasit. Hal ini, kemudian memunculkan perdebatan diantara kedua penggemar klub tersebut. Tuturan (2) diidentifikasi sebagai ketidaksantunan ganda karena terdapat tuturan yang bermakna sindiran yang dapat dilihat pada ungkapan, *"Pantesan aja rumpet stadion sampe dijual"*. Di samping itu, juga menggunakan frasa yang bermakna kasar, yaitu *"Team goblok"* yang menyerang citra positif klub. Secara konteks tuturan ini mengenai berita transfer pemain Manchester United, Marcus Rashford yang sedang dipinjam oleh Barcelona. Barcelona enggan untuk mempermanenkan status Marcus Rashford karena harganya yang dinilai terlalu tinggi. Hal ini kemudian memicu tuturan tak santun yang dituturkan oleh penggemar Manchester United.

Kedua tuturan ini menunjukkan bahwa penggunaan ketidaksantunan ganda muncul dalam interaksi antar penggemar sepak bola yang dipicu oleh peristiwa yang berkaitan dengan klub yang mereka dukung. Tuturan yang disampaikan tentu tidak hanya berisikan penilaian negatif, tetapi.

Fenomena kombinasi strategi ketidaksantunan yang ditemukan dalam penelitian ini, tidak dapat dipahami secara utuh, tanpa mempertimbangkan dimensi sosiopragmatik. Dimensi sosiopragmatik yang dimaksud adalah bagaimana norma sosial dan budaya suatu komunitas tutur dapat membentuk serta melegitimasi bentuk ketidaksantunan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, tuturan-tuturan ini diproduksi dalam budaya *banter* penggemar sepak bola. Tentu budaya *banter* ini digunakan untuk menyerang identitas dan citra klub rival sebagai bagian yang wajar dari rivalitas simbolik. Hal ini sejalan dengan pendapat Culpeper (2011) yang membedakan antara *impoliteness* murni dan *banter*, yakni bentuk ketidaksantunan yang secara permukaan tampak menyerang wajah lawan tutur, tetapi diterima dan berfungsi sebagai secara sosial dalam komunitas tutur tertentu. Hal ini tidak terlepas dari fanatisme kelompok, dalam konteks ini adalah penggemar sepak bola yang menjadi variabel pancing yang memicu intensitas serangan verbal semacam ini. Dalam penelitian, Utomo & Kristianingsih (2023) ditemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara tingkat fanatisme suporter dengan perilaku agresif verbal di media sosial. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterkaitan emosional seseorang terhadap kelompok pendukungnya, semakin besar pula kecenderungannya menggunakan bahasa yang menyerang kelompok yang dianggap sebagai rival.

Tentunya tuturan (1) dan (2) tidak semata berfungsi untuk merusak citra diri (face) target sasaran, tetapi juga berfungsi ganda. Pertama memperkuat solidaritas kelompok sendiri (*in-group solidarity*) sekaligus menegaskan batas identitas kelompok terhadap pihak lawan (*out-group derogation*). Dengan demikian, tingginya intensitas

ketidaksantunan pada tuturan (1) dan (2) dapat dimaknai sebagai strategi untuk memperkuat efek serangan sekaligus bentuk hiburan verbal (*verbal entertainment*) yang khas dalam budaya penggemar sepak bola. Ini sesuai dengan pandangan Culpeper (2011) bahwa intensifikasi ketidaksantunan erat kaitannya dengan tujuan memperjelas maksud sekaligus mempertegas dampak emosional tuturan terhadap target sasaran.

Strategi Ketidaksantunan yang Tidak Ditemukan **Ketidaksantunan Langsung (*Bald on Record Impoliteness*)**

Strategi ketidaksantunan langsung atau tanpa basi-basi merupakan ketidaksantunan yang dilakukan secara langsung dan ringkas dengan tujuan untuk menyerang muka mitra tutur. Menurut Culpeper (1996), strategi ketidaksantunan ini dilakukan dengan mengancam wajah mitra tutur dengan cara langsung, jelas, tidak ambigu, dan ringkas. Strategi ini tidak muncul dalam kolom komentar akun X @idextratime. Ini dikarenakan dari 32 komentar yang dianalisis tidak ada satupun indikator yang dapat diidentifikasi sebagai strategi ketidaksantunan langsung. Hal ini dikarenakan para penggemar sepak bola cenderung melakukan *banter* dengan cara sindiran atau sarkasme dan menyerang citra positif target sasaran. Di samping itu, berdasarkan 32 komentar ini, tuturan yang mengandung unsur ketidaksantunan selalu disertai unsur konotatif, ironis, atau kiasan kasar yang memerlukan proses inferensi untuk dipahami maksudnya. Dengan demikian, dalam korpus yang terbatas ini tidak terdapat tuturan yang menunjukkan ketidaksantunan langsung sebagaimana dirumuskan oleh Culpeper. Tentu temuan ini hanya berlaku pada data penelitian yang digunakan sehingga tidak dapat diartikan bahwa strategi tersebut tidak pernah muncul dalam interaksi pada akun X @idextratime secara keseluruhan.

Strategi Ketidaksantunan Negatif (*negative impoliteness*)

Strategi ketidaksantunan negatif merupakan cara untuk merusak keinginan muka negatif mitra tutur. Strategi ini dilakukan dengan cara menakuti, merendahkan, menginvasi ruang pribadi mitra tutur secara fisik maupun metaforis (Culpeper, 1996). Muka negatif yang dimaksud oleh Culpeper adalah kebutuhan dasar seseorang untuk bebas dari tekanan, memiliki kebebasan bertindak, dan hak untuk mempertahankan ruang pribadi serta reputasinya tanpa diganggu. Dengan kata lain, ketidaksantunan negatif ini membuat seseorang dibatasi hak dan ruang gerakanya sekaligus direndahkan kedudukannya. Strategi ini juga tidak ditemykan dalam kolom komentar akun X @idextratime. Dari 32 komentar yang dianalisis, tidak ditemukan satu pun tuturan yang secara eksplisit membatasi kebebasan bertindak target sasaran. Seluruh serangan yang muncul lebih berorientasi pada penghinaan citra atau identitas kelompok (*positive face*), bukan pada pengekangan tindakan. Dengan demikian, dalam korpus yang terbatas ini, tidak terdapat tuturan yang menunjukkan karakteristik ketidaksantunan negatif. Tentu temuan ini hanya berlaku pada data penelitian ini sehingga tidak dapat digeneralisasikan sebagai ketidakhadiran mutlak strategi tersebut dalam interaksi pada akun X @idextratime secara keseluruhan.

Strategi Menahan Kesantunan (*withhold politeness*)

Strategi menahan kesantunan merupakan tidak adanya upaya melakukan kesantunan dalam suatu situasi yang mana seharusnya kesantunan itu hadir. Sebagai contoh, tidak mengucapkan terima kasih setelah menerima hadiah (Culpeper, 1996). Strategi ini tidak ditemukan dalam kolom komentar akun X @idextratime. Ini dikarenakan dari 32 komentar yang dianalisis, tidak ada satupun tuturan yang melakukan

pelepasan tindakan santun. Selain itu, pelepasan tindakan santun juga cukup sulit ditemukan dalam interaksi yang berbasis teks. Dengan demikian, dalam korpus terbatas yang telah dianalisis ini, tidak terdapat tuturan yang menunjukkan pelepasan tindakan santun sebagaimana karakteristik strategi menahan kesantunan. Tentu temuan ini hanya berlaku pada data penelitian yang digunakan. Karena itu, tidak dapat diartikan bahwa strategi tersebut tidak pernah muncul dalam interaksi pada akun X @idextratime secara keseluruhan.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 32 komentar di akun X @idextratime, ditemukan bahwa strategi ketidaksantunan yang dilakukan penggemar sepak bola merupakan bagian dari budaya *banter* atau olok-olokan. Karena itu, ketidaksantunan yang dilakukan ini diterima sebagai bagian dari budaya rivalitas penggemar sepak bola di ruang digital. Adapun jenis strategi ketidaksantunan yang paling sering digunakan berdasarkan data komentar, adalah strategi ketidaksantunan positif (19 tuturan), strategi kesantunan semu atau sarkasme (11 tuturan), dan strategi ketidaksantunan ganda (2 tuturan). Di samping itu, dalam penelitian ini tidak ditemukan 3 jenis strategi ketidaksantunan berdasarkan teori Culpeper, yakni ketidaksantunan langsung, ketidaksantunan negatif, dan menahan kesantunan. Dalam penelitian ini juga ditemukan 7 fungsi tindak tutur yang digunakan dalam tuturan, yakni menyindir, menghina, mencela, mengejek, merendahkan, meremehkan, dan melarang. Selanjutnya, target sasaran ketidaksantunan dalam komentar-komentar tersebut adalah para penggemar klub, klub, pemain, dan pelatih.

Secara sosiopragmatik, ketidaksantunan yang dilakukan oleh para penggemar sepak bola di media sosial bukanlah bentuk penyimpangan norma keasantunan di ruang digital, melainkan sebagai ekspresi yang menunjukkan solidaritas terhadap kelompok sendiri sekaligus rivalitas dengan kelompok lain. Tentu hal berakar dari kecintaan dan fanatisme terhadap klub yang didukung. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan terhadap budaya interaksi penggemar sepak bola di media sosial, penelitian ini tetap memiliki keterbatasan data sehingga hasil penelitian ini tidak sepenuhnya mencerminkan budaya interaksi penggemar sepak bola secara general.

Untuk itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mencakup data yang lebih luas dan dapat membandingkan interaksi penggemar sepak bola di berbagai *platform* media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang budaya interaksi fandom atau kelompok digital sekaligus bisa menjadi dasar untuk penelitian mengenai interaksi kelompok di media sosial yang dapat dikaji dengan kacamata sosiopragmatik.

Daftar Pustaka

- Advento, Z. P. M. (2025). Domesticating Football Rivalry Through Participatory Culture: The Derby Jateng Case. *Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences*, 5(2), 262–277. <https://doi.org/10.32509/mirshus.v5i2.138>
- Ahmad, H., & Yahmun, Y. (2017). Pemahaman tentang Budaya Supporter Sepakbola (Kajian Fenomenologi Berdasarkan Kasus Supporter Sepakbola Aremania Malang). *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, Dan Sosial Budaya*, 23(1), 33–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.33503/paradigma.v23i1.367>
- Baryadi, I. P. (2020). *Logika Penelitian Bahasa*. Mega Cakrawala.
- Beden, S., & Rosly, N. J. (2022). Strategi Ketidaksantunan Culpeper (1996) sebagai Tanda Keprihatinan Netizen Semasa Penularan Wabak Covid-19. *Jurnal Melayu Sedunia*,

- 5(1), 35–54.
<https://ejournal.um.edu.my/index.php/jurnalmelayusedunia/article/view/40301>
- Bogdan, R. C., & Bilken, S. K. (1992). *Quality Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon.
- Cambridge University Press. (n.d.). *Lose face*. Cambridge Dictionary. Retrieved <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/lose-face>
- Charness, G., & Chen, Y. (2020). Social Identity, Group Behavior, and Teams. *Annual Review of Economics*, 12, 691–713. <https://doi.org/https://doi.org/10.1146/annurev-economics-091619-032800>
- Cheng, Y., & Wu, Y. (2025). The formation mechanism of “sports fandom circle” in the digital media era: An analysis from the perspective of fan emotional dynamic development. *PLOS ONE*, 20(9), 1–29. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0330900>
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25, 349–367. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00014-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00014-3)
- Culpeper, J. (2011). *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*. Cambridge University Press.
- Dixon, K., Cleland, J., & Cashmore, E. (2024). Banter and the rise of LGBTQ+ awareness in football cultures: a bourdieusian approach. *Soccer & Society*, 25(7), 872–884. <https://doi.org/10.1080/14660970.2023.2288835>
- File, K., & Worlledge, T. (2023). Fan identity and football culture: locating variation in the discursive performance of football fan identities in a UK stadium. *Soccer and Society*, 24(7), 974–989. <https://doi.org/10.1080/14660970.2023.2250662>
- Gustiani, T., Aslinda, A., & Usman, F. (2022). Strategi Ketidaksantunan dalam Video Debat Pemilihan Presiden Tahun 2019. *SeBaSa*, 5(1), 104–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.29408/sbs.v5i1.5501>
- Hanif, A. (2021). Penggunaan Strategi Ketidaksantunan Julukan Tak Pantas dalam Sinilar Deddy Corbuzier. *Mahakarya*, 2(1), 35–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/mjmib.v2i1.3866>
- Husein, A. N. (2026). *10 Website Berita dan Informasi Paling Banyak Dikunjungi Warga Indonesia 2026*. Good Stats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/10-website-berita-dan-informasi-paling-banyak-dikunjungi-warga-indonesia-2026-AncPq>
- Indriyono, F., & Simatupang, E. C. (2025). Conceptual Metaphor in Manchester United Chants: A Semantics Study. *JALL (Journal of Applied Linguistics and Literacy)*, 9(2), 255–265. <https://doi.org/10.25157/jall.v9i2.20866>
- Inkasari, D. A., Widodo, F. R., & Setyarahajoe, R. (2024). Dampak Media Sosial Twitter Akun @FiersaBesari pada Gaya Komunikasi Remaja. *Kinesik*, 11(2), 172–189. <https://doi.org/doi.org/10.22487/ejk.v11i2.1377>
- Irawati, R. A., Sujatna, E. T. S., & Yuliawati, S. (2023). Strategi Ketidaksantunan Sarkasme Warganet pada Kolom Komentar Instagram Ganjar Pranowo. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(3), 911–930. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.739>
- Keraf, G. (1997). *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Nusa Indah.
- Kosseff, J. (2022). *The United States of Anonymous: How the First Amendment Shaped Online Speech*. Cornell University Press.
- Kunjana, R. (2009). *Sosiopragmatik*. Penerbit Erlangga.
- Kunjana, R. (2013). Reinterpretasi ketidaksantunan pragmatik. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 25(1), 58–70. <https://journals.ums.ac.id/index.php/KLS/article/view/85>
- Leech, G. (1993). *Prinsip-Prinsip Pragmatik* (Edisi Terj). UI Press.

- Lillo, A. (2020). A bit o ' footy rabbit : Some notes on football rhyming slang. *Lebende Sprachen*, 65(1), 20–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/les-2020-0002>
- Mangan, J. A. (2021). *Tribal Identities Nationalism, Europe, Sport*. Routledge.
- Matrood, D. T. (2025). Language and Digital Identity: A Sociolinguistic Study of Online Communities. *Frontiers in Global Research*, 1(2), 1–3. <https://doi.org/10.55559/fgr.v1i2.1>
- Nurfutri, R., Anwar, M., & Sulistyaningrum, S. D. (2026). Ketidaksantunan Berbahasa dalam Interaksi Netizen dan Grok AI pada Platform X : Kajian Pragmatik. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 12(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.30605/onoma.v12i1.7357>
- Panjaitan, L. L., & Patria, A. N. (2024). International Journal of Linguistics, Literature and Translation Social Media and Language Evolution: The Impact of Digital Communication on Language Change. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 7(12), 53–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.32996/ijllt.2024.7.12.8>
- Prayudi, S., & Nasution, W. (2020). Ragam Bahasa dalam Media Sosial Twitter: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Metamorfosa*, 8(2), 269–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.46244/metamorfosa.v8i2.1140>
- Sakroni, Subardhini, M., & Riyadi, S. (2024). Pelaku Bullying Ditinjau Dari Perspektif Teori Identitas Sosial Sebuah Systematic Review Literature. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora*, 8(1), 1042–1051. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2.3926>
- Seles, S., Astuti, D. P. J., Sandi, A. T., & Siregar, N. S. (2026). Kesantunan Berbahasa Masyarakat Seginim dalam Komentar Instagram: Kajian Teori Brown dan Levinson. *Jurnal Cakrawala Indonesia*, 11(1), 89–101. <https://jurnal.umsrappang.ac.id/cakrawala/article/view/2786>
- Simanjuntak, A, M, O., & Santosa, R, P. (2024). Analisis Peran Anonimitas Terhadap Manifestasi Agresi Pada Pengguna Media Sosial Twitter. *Jurnal Psikologi Wijaya Putra (Psikowipa)*, 5(2), 123–140. <https://doi.org/10.38156/psikowipa.v5i2.147>
- Smutradontri, P., & Gadavani, S. (2020). Fandom and identity construction: an analysis of Thai fans' engagement with Twitter. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00653-1>
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Sanata Dharma University Press.
- Syahputra, I. (2016). Terbentuknya Identitas Fans Sepak Bola Sebagai Budaya Massa dalam Industri Media. *Jurnal Informasi*, 46(2), 205–214. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/informasi.v46i2.11377>
- Syapriani, I., Putriana, D., Pebri Aula, R., Stefani Sembiring, G., Aulia, V., Khoiria Ramadhani Pulungan, S., & Rosadi, M. (2025). Strategi Komunikasi Pengguna Media Sosial Dalam Mengelola Bahasa, Etika, Dan Resistansi Sosial Di Ruang Komentar Platform Digital X(Twitter). *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 360–368. <https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis/article/view/348>
- Tajfel, H. (1981). *Human Groups & Social Categories Study in Social Psychology*. Cambridge University Press.
- Tarigan, H. G. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. CV. Angkasa.
- Triana, H., Indriyani, V., & Zakarya, Z. B. (2026). Paronomasia in Humorous Discourse on Instagram @ Queteryo : A Syntagmatic Perspective. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(2), 556–575. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v7i2.21198>

- Utomo, G. Y., & Kristianingsih, S. A. (2023). *Hubungan Fanatisme Dengan Perilaku Agresif Verbal Suporter Sepak Bola di Media Sosial Menanggapi Kebijakan PSSI Pada Masa Pandemi*. 5(2), 219–232. <https://doi.org/10.33024/jpm.v5i2.8319>
- Wenger, E. (2000). Communities of practice and social learning systems. *Organization*, 7(2), 225–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/135050840072002>
- Widiatmika, K. P. (2024). Seeking answers in the shadows: The use of auto-based accounts on Twitter/X as a platform for social Q&A. *Jurnal Sosial Humaniora*, 15(1), 53–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jsh.v15i1.12884>
- Wirawanda, Y. (2019). Fanatisme Fans Sepakbola terkait Flaming dan Netiquette. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 10(2), 123–132. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v10i2.6755>
- Yin, W., & Zubiaga, A. (2022). Hidden behind the obvious: Misleading keywords and implicitly abusive language on social media. *Online Social Networks and Media*, 30, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2022.100210>