

Analisis Membuat Aduan dalam Ruangan Komen di Laman Facebook Air Selangor *Analysis of Complaints in the Comments Section on Air Selangor's Facebook Page*

Normah Ahmad^{1*}, G Sharina Shaharuddin², Nor Rasimah Abdul Rashid³, Sri Qamariah Mohd Samsir⁴, Sarinah Sharif⁵

^{1,2,3,4,5} Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA Shah Alam, Malaysia

¹normah698@uitm.edu.my

²gsharina@uitm.edu.my

³nor_rasimah@uitm.edu.my

⁴sriqamariah@uitm.edu.my

⁵sarinah@uitm.edu.my

*corresponding author

Received: 17 September 2021

Article history:

Accepted: 7 March 2022

Published: 30 March 2022

Abstrak

Lakuan bahasa membuat aduan sering menarik perhatian penyelidik dalam banyak perspektif. Sebilangan besar kajian terdahulu mengenai membuat aduan banyak bergantung kepada data tugas penyempurnaan wacana (TPW), dan ada juga yang menggunakan data yang diperoleh secara etnografi. Pada masa kini, dengan penggunaan Internet yang meluas, banyak urusan manusia telah beralih ke dalam talian, termasuklah membuat aduan. Walau bagaimanapun, masih tidak banyak kajian mengenai lakuan bahasa aduan yang dilakukan di dalam talian. Justeru, kajian ini telah menggunakan data aduan di bahagian komen di laman Facebook Air Selangor. Sebanyak 74 aduan diperoleh daripada 200 komen di bahagian komen pada laman Facebook Air Selangor. Pengguna air membuat aduan sebagai tindak balas terhadap notis pemberitahuan mengenai gangguan bekalan air yang berlaku di Lembah Klang. Data dianalisis menggunakan kerangka yang diperkenalkan oleh Depraetere et al. (2020) dan Decock dan Depraetere (2018). Hasil kajian menunjukkan bahawa pengadu lebih suka menggunakan satu dan dua komponen sahaja, iaitu strategi pengaduan dan ketidakpuasan atau gabungan keduanya. Hasil kajian membuktikan bahawa pengadu lebih banyak menggunakan strategi pengaduan yang implisit berbanding eksplisit. Walaupun kajian ini dilakukan secara dalam talian, didapati bahawa aduan yang dibuat tidak terlalu agresif dan tidak menggunakan banyak kata-kata kasar. Sebilangan besar aduan hanya berhenti di komponen B, iaitu rasa tidak puas hati dan tidak banyak yang menggunakan komponen seterusnya. Kajian ini signifikan kerana dapat memberikan pengetahuan mengenai penggunaan bahasa dalam kalangan ahli masyarakat di Malaysia, terutamanya dalam membuat aduan di media sosial.

Kata kunci: *lakuan bahasa, membuat aduan, pragmatik, Facebook*

Abstract

The speech act of complaints has often caught the attention of researchers in many perspectives. Most previous studies on complaints relied on discourse completion task (DCT) data, and some used ethnographically obtained data. Nowadays, with the widespread use of the Internet, many human affairs have also shifted to online, including complaints. However, there is still not much research done on complaint speech act in an online setting. Therefore, this study has utilized the data of complaints in the comments section on the Facebook page of Syarikat Air Selangor. A total of 74 complaints were obtained from 200 comments in the comments section on Air Selangor's Facebook page. Water consumers make complaints as a response to a notification of water supply disruptions in the Klang Valley. The data were analyzed using the framework introduced by Depraetere et al. (2020) and Decock & Depraetere (2018).

The results showed that complainers preferred using only one and two components, namely the strategy of complaints and dissatisfaction or a combination of both. The results proved that the complainers employ more implicit complaint strategies and less explicit strategies. Although this study was conducted in an online setting, it was found that the complaints made were not too aggressive and did not use many harsh words. Most complaints only stop as far as component B, which is dissatisfaction, and do not escalate further. This study is significant because it can provide information on how Malaysians utilise language, particularly when voicing complaints on social media.

Keywords: *speech acts, complaints, pragmatic, Facebook*

Pengenalan

Membuat aduan merupakan salah satu lakuan bahasa yang sering mendapat perhatian ramai pengkaji dalam bidang pragmatik. Kebanyakan kajian lepas banyak tertumpu kepada formula semantik atau strategi yang digunakan dalam membuat aduan. Kajian di Barat pula banyak membuat perbandingan antara penutur natif dan bukan natif sesuatu bahasa. Ada juga yang membandingkan bagaimana membuat aduan dalam dua bahasa dan budaya yang berbeza. Sebahagian besar daripada kajian-kajian tersebut banyak bergantung kepada data yang diperolehi secara elisitasi iaitu dengan menggunakan borang Tugas Penyempurnaan Wacana (TPW). Antaranya kajian oleh House dan Kasper (1981), Trosborg (1995), Olshtain dan Weinbach (1987), Boxer (1993) dan banyak lagi. Selain TPW, terdapat juga kajian yang menggunakan data lisan yang dikutip secara kaedah semula jadi atau etnografi. Antaranya ialah Heinrichsmeier (2020), Raabis et.al (2019), Orthaber dan Marquez Reiter (2011). Pada masa kini, yang mana Internet dan media sosial digunakan dengan amat meluas sekali, membuat aduan juga telah beralih ke medium ini. Aduan terhadap perkhidmatan contohnya, banyak menggunakan platform media sosial seperti Twitter, Facebook dan Instagram. Terdapat beberapa kajian yang mengkaji bagaimana aduan dilakukan dalam media sosial (Vasquez, 2010; Decock dan Depraetere, 2018 dan Vladimirov, 2021).

Membuat aduan yang dimaksudkan dalam kajian ini ialah “*complaint*” dalam bahasa Inggeris, yang merupakan sebuah kata nama atau pun “*to complain*” yang merupakan sebuah kata kerja. Menurut Kamus *MacMillan Online*, “*complaint*” bermaksud “*a written or spoken statement in which someone says they are not satisfied with something*”. Dalam Kamus Dewan edisi keempat terdapat perkataan “*kompelin*” yang termasuk dalam kategori bahasa percakapan dan membawa maksud “*aduan kerana tidak puas hati terhadap sesuatu*”. Menurut *Cambridge English-Malay Online Dictionary*, perkataan *complaint* dalam bahasa Melayu ialah “*aduan*”.

Pada masa lalu, aduan boleh dilakukan menerusi panggilan telefon, surat, email atau pun hadir ke kaunter. Namun pada masa kini, membuat aduan boleh dilakukan oleh sesiapa sahaja dan dengan cara yang amat pantas iaitu dengan cara meluahkan perasaan tidak puas hati di media sosial. Sesiapa sahaja boleh membuat aduan kerana segalanya berada di hujung jari. Keadaan membuat aduan secara tidak bersemuka ini boleh menjadikan sesebuah aduan itu menjadi terlalu agresif. Membuat aduan di media sosial berbeza

Analisis Membuat Aduan dalam Ruang Komen di Laman Facebook Air Selangor

dengan membuat aduan secara bersemuka kerana pembuat aduan tidak perlu memperkenalkan diri menyebabkan mereka lebih berani. Pembuat aduan juga mungkin terpengaruh antara satu sama lain menyebabkan aduan tersebut menjadi semakin bertambah dan agresif. Menurut Vladimirou et. al (2021), keadaan menjadi semakin melarat dan agresif ini disebabkan oleh faktor peniruan (*mimesis*). Jadi ada kemungkinan strategi membuat aduan di media sosial mengalami perubahan dari segi penggunaannya berbanding secara bersemuka. Justeru, kajian ini akan melihat kepada bagaimana membuat aduan direalisasikan di media sosial, iaitu di ruangan komen Facebook Air Selangor. Pada 3 September 2020 telah berlaku krisis bekalan air yang berpunca dari pencemaran bau daripada kilang haram yang melibatkan lebih 1 juta pengguna di Selangor dan Kuala Lumpur. Krisis ini berlarutan selama 4 hari (Harian Metro, 7 September 2020). Ekoran daripada itu, pihak Air Selangor telah membuat satu notis pemberitahuan mengenai gangguan bekalan air tersebut.

Permasalahan Kajian

Lakuan bahasa membuat aduan merupakan lakuan bahasa yang mengancam air muka. Menurut Brown dan Levinson (1978), membuat aduan termasuk dalam kategori mengancam air muka positif pendengar. Oleh itu membuat aduan perlu dilakukan secara berhati-hati bagi menjaga air muka pendengar, tetapi pada masa yang sama, pengadu ingin mengubah sesuatu keadaan yang tidak disukainya. Aduan yang dibuat secara terlalu berhati-hati berkemungkinan akan menyebabkan aduan itu tidak berkesan. Begitu juga sebaliknya, jika aduan itu dilakukan dengan cara yang terlalu agresif, juga boleh mengakibatkan terjadinya konflik di antara pengadu dan pihak yang menerima aduan. Membuat aduan yang dilakukan di atas talian terutamanya di media sosial cenderung untuk menjadi agresif memandangkan pengadu boleh berselindung di belakang nama samaran dan tidak menggunakan identitinya yang sebenar. Tabiat manusia juga, jika melakukan sesuatu perkara secara beramai-ramai akan menimbulkan kesan emosi yang berlebihan jika dibandingkan dengan melakukannya secara bersendirian.

Objektif Kajian

Objektif utama kajian ini ialah untuk mengenal pasti bagaimana lakuan bahasa membuat aduan dilakukan dalam media sosial. Secara khususnya, objektif kajian ini adalah:

1. Mengetahui strategi membuat aduan di ruangan komen laman Facebook Air Selangor.
2. Menganalisis strategi membuat aduan di ruangan komen laman Facebook Air Selangor.

Kajian Lepas

Menurut Austin (1962), menyatakan sesuatu adalah melakukan sesuatu. Kita menggunakan ujaran untuk melakukan sesuatu perbuatan seperti berjanji, membuat permintaan, memohon maaf, membuat penolakan dan lain-lain. Dalam tipologi lakuan bahasa Searle (1976), membuat aduan termasuk dalam kategori ekspresif. Lakuan bahasa ekspresif ialah merupakan tindakan atau lakuan ujaran yang meluahkan perasaan (dalaman) pengucap yang pada asasnya bersifat subjektif.

Ramai pengkaji sebelum ini memetik hasil kajian yang dilakukan oleh Olshtain dan Weinbach (1993). Menurut Olshtain dan Weinbach (1993), membuat aduan ialah suatu lakuan bahasa yang disampaikan oleh penutur untuk meluahkan ketidaksetujuan atau gangguan yang mencela dan bertindak sebagai reaksi terhadap tindakan terdahulu atau tindakan berterusan yang tidak menguntungkan pengadu/penutur.

(*“In the speech act of complaining, the speaker (S) expresses displeasure or annoyance – censure – as a reaction to a past or ongoing action, the consequences of which are perceived by S as affecting her unfavorably”*)

(Olshtain dan Weinbach, 1993:108)

Aduan ini biasanya dituju kepada pendengar, yang dianggap oleh penutur sebagai pihak bertanggungjawab terhadap tindakan yang menyakitkan hati itu. Dalam kajian mereka, Olshtain & Weinbach membandingkan aduan yang dilakukan oleh penutur asli Hebrew dan Inggeris. Mereka mendapati penutur bukan natif bahasa Hebrew menggunakan strategi aduan yang kurang berat (*less severe*) berbanding penutur natif yang menggunakan strategi yang lebih berat. Mereka juga menggunakan lebih banyak ayat penguat untuk memperjelaskan lagi mesej yang ingin disampaikan (Olshtain dan Weinbach, 1993:115).

Arumugam et. al (2017) pula mengkaji aduan secara online dalam bahasa Inggeris oleh penutur rakyat Malaysia. Aduan tersebut ditujukan kepada ASTRO, iaitu sebuah syarikat yang menyediakan perkhidmatan televisyen satelit. Kajian ini menggunakan kerangka analisis oleh Murphy & Neu (1996) yang mengandungi enam komponen iaitu aduan, kritikan, justifikasi, sindiran, amaran dan meminta penjelasan. Hasil kajian mendapati aduan yang dilakukan berlaku dalam set lakuan bahasa, dan bukannya berlaku secara terpencil. Hasil kajian yang diperolehi disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Murphy dan Neu (1996), yang menyatakan bahawa aduan biasanya membentuk satu set lakuan bahasa yang besar serta mengandungi lakuan bahasa yang lain seperti memberi amaran dan nasihat.

Orthaber dan Marquez Reiter (2011), mengkaji konstruksi aduan dalam panggilan telefon kepada syarikat perkhidmatan pengangkutan awam di Slovenia. Mereka meneliti rakaman panggilan telefon-pengguna yang menelefon pihak syarikat untuk membuat aduan. Kajian ini bukan hanya meneliti ujaran

Analisis Membuat Aduan dalam Ruang Komen di Laman Facebook Air Selangor

pengadu, tetapi juga ujaran kedua belah pihak, iaitu ujaran pengadu dan penerima aduan iaitu wakil syarikat pengangkutan tersebut. Konstruksi aduan terungkap melalui langkah demi langkah dan dalam beberapa gilir dalam perbualan tersebut. Pihak yang menerima aduan menggunakan strategi yang berbeza dalam tindak balas yang diberikan. Apabila berhadapan dengan pemanggil yang kurang agresif, wakil tersebut berusaha untuk memainkan peranan sebagai seorang yang memahami dan mengalihkan tanggungjawab kepada pihak ketiga. Manakala apabila berhadapan dengan pemanggil yang agresif, beliau menukar kepada strategi mempertahankan diri, melengahkan serta menggunakan strategi pengelakan.

Menurut Trosborg (1995), membuat aduan ialah suatu lakuan ilokusi yang mana penutur menyatakan rasa tidak puas hati dan perasaan negatif terhadap sesuatu keadaan dan pendengar itu bertanggungjawab sama ada secara langsung atau tidak langsung. Trosborg meneliti perkembangan kompetensi pragmatik dalam membuat aduan, permintaan dan permohonan maaf dalam kalangan pelajar bahasa Inggeris Denmark. Beliau mengkaji strategi dan juga tahap kelangsungan (*directness level*) dalam lakuan bahasa tersebut dan menyimpulkan pelajar bahasa Inggeris menghasilkan kurang aduan berbanding penutur asli. Strategi kumpulan pelajar tersebut juga berbeza dari segi kelangsungan dan keberkesanan serta mudah mengaku kalah apabila berhadapan dengan pihak yang diadu.

House dan Kasper (1981) dan kemudiannya Trosborg (1995) telah meletakkan strategi aduan di atas kontinum langsung dan tidak langsung. Trosborg membahagikan aduan kepada empat kategori dan kemudiannya memecahkan pula kepada lapan sub strategi seperti dalam jadual 1 di bawah.

Jadual 1 Kategori membuat aduan Trosborg (1995)

Kategori	Kategori Aduan	Strategi	Contoh ujaran (Terjemahan)
Kategori 1	Tiada teguran eksplisit	-Petunjuk	<i>Kereta saya OK je semalam.</i>
Kategori 2	Tidak bersetuju	-Marah	<i>Kereta saya dah kemek!</i>
		-Akibat buruk	<i>Kereta saya dah kemek! Habislah insuran saya!</i>
Kategori 3	Tuduhan	-Tuduhan tidak langsung	<i>Awak yang guna kereta saya semalam kan?</i>

		-Tuduhan langsung	<i>Awak yang langgar kereta saya semalam kan?</i>
Kategori 4	Menyalahkan	-Menyalahkan secara implisit	<i>Awak boleh hati-hati sikit tak?</i>
		-Menyalahkan secara eksplisit (Perbuatan)	<i>Kenapa awak buat benda bodoh sangat?</i>
		-Menyalahkan secara eksplisit (Orang)	<i>Awak memang tak guna!</i>

Kategori aduan yang dibina oleh Trosborg adalah berdasarkan kelangsungan dan ketidaklangsungan dalam membuat aduan. Kategori 1 adalah aduan paling tidak langsung, manakala kategori 4 adalah yang paling langsung. Begitu juga dengan ancaman air muka, kategori 1 adalah yang paling rendah ancaman air muka, manakala kategori 4 adalah yang tertinggi

Metodologi

Kajian ini merupakan satu kajian kualitatif yang menggunakan data yang diperolehi daripada media sosial. Kajian ini menggunakan komen pengguna di laman Facebook Air Selangor sebagai data kajian. Pengkaji memilih satu status semasa pemulihan bekalan air yang dikeluarkan oleh pihak pengurusan Air Selangor dalam bulan September 2020. Tiga bulan terakhir tahun 2020 merupakan satu tempoh yang banyak berlaku gangguan bekalan air di Lembah Klang. Hantaran yang dipilih adalah antara yang mendapat paling banyak komen, iaitu sebanyak 1100 komen. Daripada 1100 komen tersebut, sebanyak 200 komen terawal telah dipilih. 200 sampel dipilih adalah memadai untuk kajian ini yang bersifat kualitatif dan juga untuk mengelakkan daripada menggunakan komen yang hampir sama. Daripada 200 komen-komen tersebut, didapati sebanyak 74 komen berbentuk aduan, manakala selebihnya adalah komen-komen selain aduan seperti pujian, ucapan terima kasih dan lain-lain. Kebanyakan komen-komen yang didapati adalah dalam bahasa Melayu dan sebahagian kecil dalam bahasa Inggeris. Data yang diperolehi dianalisis menggunakan kerangka yang dicadangkan oleh Depraetere et al. (2020) dan Decock dan Depraetere (2018). Terdapat empat komponen aduan yang digunakan dalam kerangka ini iaitu “aduan”, “ketidakpuasan hati”, “mempertanggungjawabkan kepada orang atau institusi” dan “mahu supaya aduan diatasi”.

Dapatan dan Perbincangan

Kajian ini menggunakan kerangka analisis yang diperkenalkan oleh Depraetere et.al (2020) dan Decock dan Depraetere (2018). Mereka telah membina satu taksonomi membuat aduan berdasarkan kajian yang dilakukan oleh House dan Kasper (1981) dan Trosborg (1995). Mereka membina empat komponen aduan (ABCD) seperti berikut:

1. Aduan (*complainable*) : tindakan atau kejadian masa lalu atau pada masa sekarang yang tidak menepati jangkaan dan kemahuan pengadu. (A)
2. Ketidakpuasan hati: pengadu tidak setuju dengan aduan tersebut, dan menjelaskan bahawa dia merasa marah atau tidak berpuas hati. (B)
3. Orang atau institusi yang bertanggungjawab terhadap aduan tersebut: pengadu menganggap pihak yang diadu adalah bertanggungjawab (sekurang-kurangnya sebahagian) daripada kesan negatif yang diterima pengadu. (C)
4. Mahu supaya aduan dapat diatasi: penutur mahu supaya pihak yang menerima aduan itu membuat sesuatu atau menyelesaikan masalah tersebut. (D)

Jadual 1 berikut menunjukkan bilangan keseluruhan frekuensi penggunaan komponen strategi aduan dalam data.

Jadual 2 Kekerapan penggunaan komponen A, B, C, D

(A=aduan, B=ketidakpuasan hati, C=orang/institusi dipertanggungjawab, D=mahu supaya aduan diselesaikan).

Komponen	Kekerapan
A	42
B	60
C	15
D	14
Jumlah	131

Jadual 2 di atas menunjukkan kekerapan penggunaan komponen strategi aduan yang terdapat dalam komen pengguna di laman Facebook Air Selangor. Komponen B (ketidakpuasan hati) adalah yang paling banyak digunakan iaitu sebanyak 61 kali, diikuti oleh komponen A (aduan) sebanyak 42 kali. Manakala C dan D

mempunyai bilangan yang hampir sama iaitu masing-masing 15 dan 14. Terdapat aduan yang hanya menggunakan satu komponen sahaja dan ada yang menggunakan lebih dari satu komponen.

Komponen A

Komponen A adalah merupakan kandungan aduan itu sendiri atau kesan yang dirasai oleh pengadu. Menurut Depraetere et.al, (2020), ianya boleh berbentuk deklaratif, seruan, imperatif dan juga interogatif. Ia boleh memberikan daya ilokusi khusus seperti permintaan, penegasan, ekspresif, mahupun soalan retorik.

Berikut merupakan contoh-contoh komponen A yang ditemui dalam data.

(1) *Kenapa Gombak lambat sangat?! Bile nak sampai Bkt Antarabangsa ni?*

(2) *Woi asal (apa pasal) Andalas sampai 8/9 baru ada air?*

(3) *Beratnya ujian kami kali ni...*

(4) *Ntahlah...nak suruh bersabar...dah bersabar sangat dah ni...*

(5) *Isu air ni menjejaskan rutin harian termasuk yang ada family & yang bekerja...*

Contoh (1) dan (2) di atas termasuk dalam jenis ayat interogatif iaitu “bila” dan “mengapa” (apa pasal). Dalam contoh (1), pengadu mempersoalkan mengapa tempat tinggal beliau belum ada air dan bila mereka akan mendapat kembali bekalan air yang terputus di kawasan Bukit Antarabangsa. Begitu juga dengan contoh (2), pengadu bertanyakan soalan mengapa Andalas lambat mendapat semula bekalan air, iaitu sehingga tarikh 8hb. September. Contoh (3) dan (4) pula merupakan aduan berbentuk ekspresif, iaitu tindakan atau lakuan ujaran yang meluahkan perasaan dalaman masing-masing. Dalam contoh (3), pengadu menyatakan kesukaran yang dialaminya apabila bekalan air terputus untuk jangka waktu yang panjang dengan mengujarkan *Beratnya ujian kami kali ni....* Begitu juga dengan contoh (4) yang sama menggambarkan tekanan yang dialami oleh pengadu yang menyebabkan beliau terpaksa menahan sabar apabila berhadapan dengan masalah ketiadaan air. Manakala contoh (5) merupakan satu ujaran berbentuk penegasan apabila pengadu menyatakan pendapat ataupun keadaan yang berlaku bahawa isu air telah menjejaskan rutin harian bagi mereka yang berkeluarga dan yang bekerja.

Komponen B

Komponen B merupakan strategi yang paling banyak ditemui dalam data iaitu sebanyak 60 kali. Komponen B adalah strategi aduan yang menyatakan ketidakpuasan hati pengadu serta tidak bersetuju dan marah terhadap perkara yang berlaku. Menurut Depraetere et. al, (2020), komponen B mempunyai julat yang besar dan mengandungi pelbagai bentuk realisasi seperti tidak bersetuju, tidak berpuas hati, marah termasuk penggunaan adjektif dan adverba negatif seperti “memalukan”, “tidak berguna”, “tidak normal” dan lain-lain. Ini termasuk juga penggunaan emoji negatif.

Berikut merupakan contoh komponen B yang ditemui dalam data.

(6) *Stress gila!!!!*

(7) *Jalan mana pergi lepas air ni. Aishhhhh*

(8) *Why is shah alam /klang still ZERO %!!!!!!*

(9) *Notis last minit gtau (beritahu). Masa dah pulih nak salur air peringkat-peringkat pulak....kita orang nak guna air...*

(10) *Do you have any idea that kidney patients undergoing dialysis have suffered, and some are fighting death now because their kidney dialysis process stopped halfway when the water supply was cut?*

(11) *Takpe saya dah berak guna pasir kucing...Mandi pun jilat jilat jek terima kasih la sebab buat saya macam binatang.*

(12) *Kami dah biasa jadi kambing kak.*

Contoh (6), (7) dan (8) di atas menggambarkan kemarahan dan rasa tidak puas hati pengadu apabila menggunakan tanda seruan *Stress gila!!!!* dan juga *Aishhhhh* Contoh (8) juga menggunakan tanda seruan dan juga huruf besar *Why is shah alam /klang still ZERO %!!!!!!*.

Contoh (9) pula ketidakpuasan hati disuarakan dengan mempersoalkan mengapa pengguna mendapat notis terlalu lewat serta waktu pemulihan air yang dilakukan secara berperingkat telah menyusahkan pengguna. Contoh (10) pula berbentuk soalan yang pada masa yang sama menyatakan kesukaran dan bahaya yang di-

tanggung oleh pesakit buah pinggang yang terpaksa menghentikan dialisis apabila bekalan air terputus dan ini boleh membawa kepada kematian.

Manakala contoh (11) dan (12) pula adalah ketidakpuasan hati yang berbentuk sindiran. Colston, (1997), berpendapat bahawa penggunaan sindiran dapat meningkatkan kesan emosi negatif sesuatu mesej. Walaupun ada ketikanya sindiran digunakan untuk tujuan kesantunan, tetapi dalam situasi ini sindiran digunakan untuk memperkuat mesej yang ingin disampaikan. Ada kalanya sesuatu sindiran itu amat menusuk hati dan memberikan kesan yang lebih kepada pendengar berbanding ujaran biasa. Dalam contoh (11) *Takpe saya dah berak guna pasir kucing...Mandi pun jilat jilat jek terima kasih la sebab buat saya macam binatang* merupakan satu sindiran kerana penutur menyatakan beliau tidak memerlukan air kerana boleh membuang air dan mandi seperti kucing iaitu jilat-jilat sahaja. Begitu juga dengan contoh (12) *Kami biasa jadi kambing, kak* juga menunjukkan kononnya pengadu tidak memerlukan air dan biasa jadi seperti kambing, iaitu tidak mandi atau takut air.

Komponen C

Strategi ini adalah mempertanggungjawabkan aduan itu kepada orang atau institusi. Dalam kes ini, syarikat Air Selangor merupakan pihak yang bertanggungjawab. Berikut merupakan contoh-contoh penggunaan komponen C yang ditemui dalam data.

(13) *Ini Air Selangor* punya pengurusan memang lembab...

(14) *Dear Air Selangor*, please take our requests seriously in getting the water returned back to our pipes and sending more water tankers to streets yet to receive water.

(15) *Macam mana Air Selangor* boleh jadi macam ni.

(16) **YANG PELIKNYA PIHAK AIR TU TAK BAGI APA YANG BERLAKU KAT SANA.**

(17) *Senior management*, you guys really need to look into your strategy...thousands of rakyat affected!!!

Dalam contoh-contoh (13) hingga (15) di atas, jelas sekali pihak yang dipertanggungjawabkan ialah syarikat Air Selangor. Bagi contoh (16) dan (17) pula, tiada nama syarikat Air Selangor disebut tetapi menggunakan “pihak air” dan juga “*senior management*” sebagai pihak yang dipertanggungjawabkan. Da-

lam contoh (16), selain menggunakan strategi mempertanggungjawabkan aduan kepada “pihak air”, ianya juga menggunakan huruf besar. Dalam kajian Depraetere et. al (2020) yang mengkaji korpus bahasa Perancis, leksikal yang menandakan komponen C ini ialah penggunaan “vous/tu” (anda) dan juga *hashtag* nama syarikat yang bertanggungjawab.

Komponen D

Komponen D ialah strategi meminta atau mengharapkan supaya masalah diatasi. Berikut merupakan contoh-contoh penggunaan komponen D.

- (18) *Tolong lah pihak-pihak atasan cari jalan penyelesaian..*
- (19) *Bukalah sekejap untuk tadah air.*
- (20) *Please.. please... Kalau cek list..area ni akan dpt air on 8th Sept.. please laaa ...*
- (21) *Kalau boleh tolong la longgarkan waktu bekerja pada kami di Selangor ni.. Tolong pertimbangkan.*
- (22) *Adoi lain kali jgn jadi mcm ni laa.. Mintak2 cepat air ada kat Klang ni..*
- (23) *Semoga deras sikit airnya datang. Semoga kerajaan buat kerja telus sikit cari solution utk masalah kerap berulang nih hizz...*

Contoh-contoh di atas kebanyakannya merupakan pengharapan pengguna air supaya pihak yang bertanggungjawab menyelesaikan segera masalah yang dihadapi. Ada yang mengharapkan bekalan air segera pulih dan ada yang meminta kerajaan supaya berusaha mencari penyelesaian terhadap masalah bekalan air yang seringkali terjadi seperti dalam contoh (18) dan (23) . Ada juga contoh seperti (21) yang membuat permintaan dari sudut yang lain iaitu meminta kelonggaran waktu bekerja di Selangor, mungkin bagi membolehkan pengguna menadah air dan sebagainya. Harapan pengguna ini mungkin terhadap majikannya dan bukannya terhadap pihak Air Selangor. Bagi contoh (19), (20) dan (22) pengguna mengharapkan bekalan air pulih, tanpa menyebut siapakan yang harus bertanggungjawab.

Gabungan komponen A, B, C dan D.

Dalam sesuatu aduan, pengguna/ pengadu menggunakan sama ada satu komponen sahaja ataupun menggabungkan beberapa komponen. Jadual 2 berikut menunjukkan penggunaan komponen dalam data. Walau bagaimanapun, kajian ini hanya mengambil kira gabungan tanpa mengambil kira urutan, samada AB atau BA dianggap tiada perbezaan.

Jadual 3

Gabungan komponen aduan. A, B, C, D. (A=aduan, B=ketidakpuasan hati, C=orang/institusi dipertanggungjawab, D=mahu supaya aduan diselesaikan).

Komponen	Kekerapan
A	11
B	26
C	1
AB	22
ABC	4
ABCD	2
ABD	2
BC	2
BCD	2
BD	2
Jumlah	74

Menurut model analisis oleh Depraetere et.al (2020), sesuatu aduan itu dianggap paling eksplisit apabila menggabungkan lebih banyak komponen. Aduan yang menggunakan empat komponen dianggap yang paling eksplisit. *“Degree of explicitness is defined in terms of the number of components explicitly realized (one, two, three or four components): four-component complaints are the most explicit ones; two- and three-component complaints can contain any combination of two or three complaint components”*. (Depraetere et. al 2020: 216-217). Daripada jadual di atas didapati komponen B yang paling banyak digunakan secara tunggal (26 kali), diikuti dengan komponen A (11 kali). Manakala komponen yang digunakan secara gabungan yang tertinggi ialah AB iaitu sebanyak 22 kali, diikuti ABC sebanyak 4 kali. Gabungan empat komponen ABCD pula hanya ditemui sebanyak dua kali. Contoh (24) di bawah merupakan aduan yang paling eksplisit, jelas dan lengkap.

(24) *Haru biru dibuek eh.. Macam mana Air Selangor boleh jadi mcm ni.. Adoi lain kali jgn jadi mcm ni laa.. Susah rakyat Malaysia asyik mengamuk je air tk de...Mintak2 cepat air ada kt Klang ni.. Negeri lain ok jee.. Negeri Selangor ni asyik kes sungai tercemar je dari dulu pon same je...Tutup kilang yg berdekatan ngn sungai laa.. Amik tindakan TEGAS..*

Aduan (24) di atas menggunakan semua keempat-empat komponen iaitu aduan, menyatakan keadaan yang dihadapi *Haru biru dibuek eh* ketidakpuasan hati *Adoi lain kali jangan jadi macam ni laa...susah rakyat Malaysia mengamuk takde air*. Orang/ institusi dipertanggungjawab *Macam mana Air Selangor boleh jadi macam ni* dan harapan supaya masalah di atasi *Tutup kilang yg berdekatan ngn sungai laa.. Amik tindakan TEGAS*.

Kesimpulan dan cadangan

Kajian ini telah dianalisis menggunakan kerangka analisis yang dikemukakan oleh Depraetere et.al (2020) dan Decock dan Depraetere (2018). Hasil kajian ini mendapati bahawa aduan yang dilakukan oleh pengguna di laman Facebook Air Selangor adalah terdiri daripada komponen tunggal aduan (A) dan ketidakpuasan hati (B) dan juga gabungan komponen AB. Penggunaan ketiga-tiga strategi ini mewakili 79.7% daripada keseluruhan data. Ini menunjukkan aduan yang terdapat di ruangan komen Air Selangor lebih bersifat implisit atau kurang langsung. Hasil kajian ini juga tidak menunjukkan komen-komen keterlaluan yang tidak santun, walaupun ada pengkaji yang mengatakan bahawa aduan di media sosial boleh menjadi agresif dan kasar berbanding dengan aduan secara bersemuka disebabkan faktor *mimesis* (Vladimirou, 2021).

Kajian ini telah dapat memberikan gambaran kasar bagaimana lakuan bahasa membuat aduan dilakukan oleh pengguna media sosial di Malaysia. Isu bekalan air yang terputus merupakan isu yang amat membebankan masyarakat yang terlibat yang memerlukan mereka menyuarakan ketidaksetujuan atas apa yang berlaku. Bagaimana pengguna bahasa menyuarakan aduan tersebut sedikit sebanyak dapat mencerminkan budi pekerti sesebuah masyarakat.

Kajian ini telah menggunakan data penutur di Malaysia yang menggunakan bahasa Melayu dan sedikit bahasa Inggeris. Kajian ini tidak memberi tumpuan kepada persamaan dan perbezaan realisasi membuat aduan di antara penutur berlainan bangsa. Untuk kajian pada masa hadapan, dicadangkan supaya dilakukan analisis dari perspektif silang budaya dan membuat perbandingan aduan yang dilakukan oleh penutur-penutur berlainan bangsa di Malaysia.

Rujukan

- Arumugam, N., Ahmad, N., Supramaniam, K. A Study of the Speech Act of Complaining. *International Journal of Modern Languages And Applied Linguistics*, 1(1), 13-23.
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. New York: Oxford University Press.
- Boxer, D. (1993). Social distance and speech behavior: The case of indirect complaints. *Journal of Pragmatics*, Vol. 8 (1), 1 – 35.
- Brown, P., and Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cambridge English-Malay Dictionary Online. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-malaysian/>
- Colston, H. L. (1997). Salting a wound or sugaring a pill: The pragmatic functions of ironic criticism. *Discourse Processes*, 23, 25–45.
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (2005). *Kamus Dewan (Edisi keempat)*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- 4 hari lagi*. (7 September 2020). *Harian Metro*. <https://www.hmetro.com.my/utama/2020/09/617151/4-hari-lagi-metrotv>
- Heinrichsmeier, R. (2021). Who gets to speak: The role of reported speech for identity work in complaint stories. *Journal of Pragmatics* 174 (2021) 43-54.
- House, J., and Kasper, G. (1981). Politeness markers in English and German. In: F. Coulmas (Ed.), *Conversational Routine* (pp. 157–186). The Hague: Mouton.
- Kurtyka, A., (2019). I complain, therefore I am: on indirect complaints in Polish. *Journal of Pragmatics* 153, 34-45. Macmillan Dictionary <https://www.macmillandictionary.com/>
- Murphy, B. and Neu, J. (1996). My grade's too low: The speech act set of complaining. In S. M. Gass and J. Neu (Eds.), *Speech acts across cultures: Challenges to communication in a second language* (pp. 191-216). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Olshain, E. and Weinbach, L. (1987). Complaints: A study of speech act behaviour among native and non-native speakers of Hebrew. In J. Verschueren and M. Bertucelli-Papi (Eds.), *The Pragmatic Perspective* (pp. 195-208). Amsterdam: John Benjamins.
- Olshain, E. and Weinbach, L. (1993). Interlanguage features of the speech act of complaining. In G. Kasper & S. Blum-Kulka (Eds.), *Interlanguage pragmatics* (pp. 108-122). New York: Oxford University Press.
- Orthaber, S., and Reiter, R. 2011. "Talk to the hand". Complaints to a public transport company. *Journal of Pragmatics* 43, 3860–3876.

- Rääbis, A., Hennoste, T., Rumm, A., Laanesoo, Kirsi. (2019). They are so stupid, so stupid. Emotional affect in Estonian school-related complaints. *Journal of Pragmatics* 153, 20–33.
- Searle, J. R. (1976). The classification of illocutionary acts. *Language in Society*, 5, 1–14.
- Trosborg, A. (1995). *Interlanguage pragmatics: Requests, complaints and apologies*. New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Vásquez, C. (2011). Complaints online: The case of TripAdvisor. *Journal of Pragmatics* 43, 1707–1717.
- Vladimirou, D., House, J., Kadar, D. (2021) Aggressive complaining on Social Media: The case of #MuckyMerton, *Journal of Pragmatics*, 177, 51-64.