

KOLOKASI PRIA, LELAKI, DAN JANTAN SEBAGAI REPRESENTASI MASKULINITAS DI INDONESIA

Mika Wulan Dari ^a

mikawlnr@gmail.com

Universitas Tanjungpura, Indonesia

Agus Syahrani ^b

agussyahrani@untan.ac.id

Universitas Tanjungpura, Indonesia

Dedy Ari Asfar

dedy018@brin.go.id

Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

ABSTRAK

Bahasa adalah salah satu cara untuk mengenal masyarakat dan kebudayaannya termasuk norma yang berkaitan dengan kelaki-lakian. Mengeksplorasi perubahan maskulinitas melalui bahasa adalah konsep yang menarik untuk ditinjau kembali. Penelitian ini meneliti kata-kata yang identik dengan "laki-laki" di Indonesia dan meninjau penggunaannya untuk menggambarkan maskulinitas saat ini di negara ini. Penelitian ini menerapkan analisis wacana pada korpora yang bersumber dari Leipzig Corpora dan CQPWeb. Data dianalisis menggunakan preferensi semantik untuk mencari makna dan prosodi semantik untuk menemukan konotasi pria, lelaki, dan jantan. Temuan mengungkapkan perbedaan arti dan penggunaan kata pria, lelaki, dan jantan. Perbedaan maknanya adalah bahwa pria merupakan laki-laki dalam usia dewasa, sedangkan lelaki adalah representasi dari laki-laki yang tidak dibatasi usianya, dan jantan diartikan sebagai alat kelamin hewan atau tumbuhan dan keperkasaan dalam konteks maskulinitas. Menurut penggunaan, kata pria sering digunakan di ranah publik, seperti dalam konteks pekerjaan dan wacana berita. Lelaki cenderung lebih banyak digunakan di ranah pribadi, seperti keluarga, daripada di tempat umum. Jantan cenderung digunakan dalam wacana publik. Konotasi pria, lelaki, dan jantan bersifat netral. Penelitian ini berhasil menunjukkan pergeseran maskulinitas Indonesia dari bentuk tradisional ke bentuk baru, menunjukkan dampak studi bahasa terhadap analisis maskulinisasi di Indonesia.

Kata Kunci: kolokasi; korpus; kesetaraan gender; indonesia; maskulinitas

PENDAHULUAN

Variasi penggunaan kata-kata yang memiliki arti yang sama (sinonim) menciptakan ambiguitas dalam arti dan penggunaannya. Ambiguitas disebabkan oleh kesalahan pemilihan kata yang terjadi ketika sebuah kata digunakan dengan sinonim yang mengubah makna yang dimaksudkan. Misalnya, dalam bahasa Inggris, lebih baik mengatakan "*fast car*" dan "*fast food*" daripada "*quick car*" atau "*quick food*". Penutur suatu bahasa menciptakan konsep umum secara kebetulan dan mungkin tidak selalu menyadari dengan tepat apa yang mengidentifikasi

^a Penulis utama

^b Penulis korespondensi

aturan yang dapat diterima; namun, bagi sebagian orang, berbicara bahasa sebagai bahasa kedua membutuhkan ide-ide yang jelas sebagai spesifikasi bagaimana sebuah kata digunakan (Wilks & Fass, 1992). Orang biasa menggunakan kata pria, lelaki, dan jantan sebagai sinonim untuk "laki-laki" dalam berbagai konteks di Indonesia. Tapi, bagaimana penggunaan kata itu dengan benar? Menurut Phoocharoensil (2021) kolokasi diperlukan untuk menghasilkan ucapan dan tulisan yang terdengar alami. Nasser (2022) menegaskan bahwa beberapa faktor, termasuk kolokasi, maksud, dan tujuan penggunaan kata, serta pembaca, dapat mempengaruhi arti suatu kata.

Kolokasi adalah sering munculnya kata-kata dengan kekuatan asosiasi tinggi (Garibyan et al., 2022). Kolokasi terdiri dari dua bagian: kata node dan kolokasi, kata node adalah kata yang kolokabilitasnya (kecenderungan datang dengan kata-kata tertentu) sedang diperiksa (Al-Otaibi, 2022). Menurut Selmistratis (2020) memahami kolokasi dan frekuensi kemunculan sinonim secara bersamaan sangat penting untuk memahami makna. Mengenai pendekatan berbasis frekuensi, kolokasi mengacu pada kemunculan kata-kata yang sering terjadi dalam rentang tertentu, yang diidentifikasi sebagai empat kata di kedua sisi simpul kata fokus tertentu (Hamed, 2021). Linguistik korpus menyediakan metode empiris yang kuat untuk mempelajari penggunaan kata-kata yang sebenarnya melalui bukti berbasis frekuensi (Motschenbacher, 2020). Menurut Gries (2009), interpretasi korpus linguistik melibatkan frekuensi, yang mengacu pada seberapa sering morfem, kata, dan frasa muncul dalam daftar frekuensi. Kolokasi akan membuat konteks sinonim untuk "manusia" ini jelas. Beberapa akademisi telah meneliti secara menyeluruh bukti empiris makna berdasarkan kolokasi. Yuliatwati (2014) menyelidiki kolokasi kata-kata yang mengacu pada perempuan di media Sunda. Penelitiannya menemukan bahwa penggunaan kata "wanita" dalam bahasa Sunda sangat bervariasi tergantung pada konteksnya. Zahid (2019) juga mempelajari definisi "cantik" berdasarkan kolokasi, mengungkapkan penggunaannya dalam tiga pengertian: rasa, penglihatan, dan penciuman. Khoiriyatunnisa, dkk (2022) melakukan kajian tentang makna menggunakan korpus, meneliti kata nashara dalam Al-Qur'an. Temuan mereka mengungkapkan bahwa nashara membawa banyak makna, seperti kemenangan, balas dendam, pembantaian, dan Kekristenan.

Beberapa penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa terkait dengan konteks, sedangkan konteks dihasilkan oleh masyarakat. Salah satu cara untuk memahami masyarakat adalah melalui bahasanya. Bahasa memengaruhi perilaku dengan membentuk pola komunikasi, interaksi sosial, dan norma budaya dalam suatu komunitas (Erwin & Sri Maryani, 2022). Bahasa mencerminkan perilaku komunitas, mencerminkan hubungan sosial dan pandangan masyarakat pada label yang sangat selaras dengan perilaku yang diharapkan dari pria dan wanita (Jalal, 2009). Dalam masyarakat Indonesia, bahasa adalah alat yang relevan untuk menganalisis stereotip gender (Smith-Hefner, 2009; Nugraha et al., 2023). Penggunaan kata pria, lelaki, dan jantan bukan hanya soal memilih sinonim untuk "pria"; penggunaannya juga dapat mengungkapkan status laki-laki di Indonesia. Peran bahasa dan budaya sangat penting dalam membentuk stigma sosial, termasuk yang terkait dengan gender. Kolokasi akan mempertimbangkan variabel sosial seperti masyarakat dan konteks pria, lelaki, dan jantan untuk menentukan makna sinonim tersebut.

MASKULINITAS DI INDONESIA

Maskulinitas yang mencakup sekelompok atribut, perilaku, dan peran yang umumnya terkait dengan laki-laki, telah mengalami transformasi signifikan di Indonesia (Connell & Messerschmidt, 2005). Pembentukan konsep maskulinitas dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan agama yang bervariasi di berbagai komunitas (Boangmanalu & Aprilia, 2023).