



***Exclamation* pada Judul Video YouTube Bertema Dakwah: Studi Kasus Kanal YouTube Mufti Menk**

Rizqi Yusnitasari¹, I Dewa Putu Wijana²

Magister Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada¹, Jalan Sosio Humaniora, Bulaksumur, Yogyakarta, Indonesia, 55281

Magister Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada², Jalan Sosio Humaniora, Bulaksumur, Yogyakarta, Indonesia, 55281

Correspondence Email : rizqi.yusnita@gmail.com putu.wijana@ugm.ac.id

Abstract

This research is a case study about the use of exclamation in a da'wah themed YouTube video title. The data source is a YouTube channel named Mufti Menk. The video titles that contain exclamation were collected. The exclamations were then analyzed based on the form and the use of syntactic instruments. The result of the study shows that the exclamations were found in two forms, i.e. minor sentence (in a form of phrases), and major sentence (in a form of simple sentences, compound sentences, and complex sentences), with some interjections as the supporting components. In addition, some syntactic instruments with different functions were also implemented in the sentences by using direct speech, active and passive sentences, foregrounding, topicalization, repetition, and syntactic compaction through deletion of subject, copula, main clause, 'it is', and 'there is'.

Keywords: *exclamation, da'wah, YouTube, title*

Abstrak

Penelitian ini merupakan studi kasus tentang penggunaan kalimat seru (*exclamation*) pada judul video YouTube bertema dakwah, yaitu pada kanal YouTube Mufti Menk. Dari kanal tersebut, judul-judul video yang memuat *exclamation* di dalamnya dikumpulkan. *Exclamation* yang terkandung di dalam judul video kemudian dianalisis berdasarkan bentuknya dan penggunaan instrumen sintaksisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *exclamation* pada judul video dalam kanal YouTube tersebut ditemukan dalam dua bentuk, yaitu kalimat minor (dalam bentuk frasa) dan kalimat mayor (dalam bentuk kalimat tunggal, kalimat majemuk, serta kalimat kompleks) dengan beberapa interjeksi sebagai unsur pendukung. Di samping itu, aplikasi *exclamation* pada judul ini juga mengadopsi beberapa instrumen sintaksis yang memiliki fungsinya masing-masing, yaitu dengan menggunakan kalimat langsung, diatesis aktif dan pasif, pengedepanan (*foregrounding*), penempatan (topikalisasi), repetisi, serta pemadatan sintaksis dengan cara pelepasan subjek, kopula, klausa inti, 'it is' dan 'there is'.

Kata kunci: *kalimat seru, dakwah, YouTube, judul*

Pendahuluan

Exclamation atau kalimat seru kini mulai merambah wacana-wacana tertulis di media sosial. Wacana bertema dakwah di media sosial pun menjadi salah satu yang mengadopsi pola kalimat ini. Adapun penggunaan *exclamation* pada wacana dakwah ini menjadi suatu hal yang unik, karena salah satu makna dakwah adalah menyeru

(Aziz, 2017). Dengan demikian, ‘dakwah’ dan *exclamation* sama-sama memiliki makna ‘seru’. Kesamaan makna ini kemudian menjadi suatu hal yang menarik.

Penerapan *exclamation* dalam wacana dakwah di media sosial sendiri contohnya dapat ditemukan di kanal YouTube ‘Mufti Menk’ milik Dr. Ismail Menk, seorang ‘mufti’ terkenal dari Zimbabwe. Dalam mengelola kanal YouTubanya, Dr. Ismail yang biasa dipanggil Mufti Menk ini banyak mengadopsi *exclamation* pada judul video yang ia unggah. Secara bertahap, judul video yang pada awalnya hanya menggunakan satu *exclamation* di tahun pertama (di tahun 2010), kemudian berkembang menjadi sekitar 90 *exclamation* per tahun pada tiga tahun terakhir. Adanya peningkatan drastis pada penggunaan *exclamation* pada judul tersebut menandakan perubahan gaya penulisan judul pada kanal YouTube Mufti Menk dari tahun ke tahun. Berikut adalah contoh *exclamation* yang ditemukan pada judul video YouTube Mufti Menk.

1. When your Period begins just before Iftar!
2. ALLAH HAS A BEAUTIFUL PLAN FOR YOU!
3. It’s not a stone, it’s a DIAMOND!

Perubahan ini kemudian menjadi menarik untuk diteliti, mengingat penyusunan judul video sangatlah penting untuk diperhatikan agar dapat menarik perhatian pengunjung. Adanya penambahan *exclamation* yang cukup banyak tersebut mungkin memberikan keunikan tersendiri yang dapat membantu menarik minat pengunjung.

Di samping itu, wacana dakwah dalam media sosial YouTube juga menarik dilakukan mengingat media sosial ini cukup populer di masyarakat dunia. Di Amerika sendiri contohnya, YouTube dan Facebook menjadi media sosial terfavorit di kalangan masyarakat berusia 30 tahun ke atas (Auxier & Anderson, 2021). Di samping itu, A’raaf K *et al* (2021) mengatakan bahwa YouTube tidak hanya menunjang pembelajaran, tetapi juga dakwah. Pemakaian YouTube sebagai sarana dakwah ini didasari oleh kelebihan yang dimiliki YouTube, yaitu memiliki durasi yang jauh lebih lama dibandingkan dengan media sosial populer lain, misalnya Instagram dan Snaphchat (Handayani, 2021).

Sebelum penelitian ini, ada beberapa penelitian terbaru mengenai *exclamation*. Yang pertama, dilakukan oleh Trotzke & Villalba (2020) yang meneliti *exclamation* saat digunakan di dalam wacana. *Exclamation* yang diteliti ini adalah *exclamation* pada rumpun bahasa Jermanik dan rumpun bahasa Roman/Latin. Pada tahun 2021, beberapa penelitian tentang *exclamation* juga dilakukan, di antaranya yang dilakukan oleh Ghesquière & Throughton (2021). Penelitian tersebut difokuskan untuk menginvestigasi kata *what* sebagai *degree modifier*, serta sebagai *introductory degree marker* pada kalimat seru bahasa Inggris. Pada penelitian lain, Samsi *et al.* (2021) meneliti *exclamation* bahasa Sunda dengan sudut pandang tipologi bahasa. Ada pula Enggarwati & Utomo (2021) yang mengambil topik tentang fungsi, peran, dan kategori sintaksis bahasa Indonesia dalam kalimat berita dan kalimat seru pada naskah pidato.

Dalam hal wacana dakwah sendiri ada satu penelitian yang mengangkat topik *exclamation*, namun bukan dalam bentuk judul wacana. Hartatik (2014) meneliti tentang *exclamation* pada terjemahan surat Al Ahzab dalam Al Qur’an dengan menganalisis bentuk serta isi *exclamation* yang ditemukan. Selanjutnya, penelitian tentang kalimat judul di antaranya dilakukan oleh Permadi (2015) dan Sabardila

(2017). Namun, kedua penelitian tersebut mengambil judul berita surat kabar sebagai sumber datanya. Permadi (2015) meneliti judul berita di surat kabar berbahasa Inggris dengan menitikberatkan pada aspek sintaksis (linguistik struktural). Kemudian, Sabardila (2017) meneliti judul berita pada lima surat kabar, namun memberikan pembahasan yang lebih mendalam, yaitu dengan mengidentifikasi bentuk judul berita tidak hanya dari sisi linguistik struktural, namun juga dari sisi wacana dan fungsinya. Aspek linguistik struktural yang dipakai sendiri mencakup aspek fonologis, aspek stilistika deskriptif, dan aspek gramatikal. Pada penelitian yang dilakukan pada judul di lima surat kabar tersebut, ia menemukan bahwa terdapat kecenderungan pemakaian unsur 5W + 1H pada judul berita tersebut. Adapun penelitian tentang judul wacana yang memuat *exclamation* masih jarang ditemukan.

Dari tinjauan pustaka yang telah dilakukan tersebut, terlihat bahwa sebagian besar penelitian memberikan sudut pandang yang bervariasi. Objeknya pun berbeda-beda, sebagian terbatas pada satu bahasa saja dan sebagian lain lebih dari satu bahasa. Namun, dari penelitian-penelitian tersebut nampaknya penelitian mengenai *exclamation* masih jarang yang mengambil data berupa judul, khususnya dari media sosial yang bertema dakwah. Oleh sebab itu, penelitian ini akan mengambil topik mengenai *exclamation* pada judul konten bertema dakwah di media sosial YouTube. Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka yang telah dilakukan, maka pertanyaan yang akan dijawab pada penelitian ini adalah: bagaimana variasi bentuk dari *exclamation* pada judul video di kanal YouTube dakwah Mufti Menk dan bagaimana penggunaan instrumen sintaksis pada *exclamation* dalam judul video tersebut?

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta membuat interpretasi terkait variasi bentuk *exclamation* pada judul video di kanal YouTube Mufti Menk beserta instrumen sintaksis yang dipakai. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah penelitian khususnya mengenai kajian tentang *exclamation*. Kemudian secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih dalam tentang bagaimana variasi bentuk *exclamation* dalam judul konten dakwah di YouTube sehingga dapat memberikan *insight* atau pertimbangan bagi mereka yang ingin mengunggah video dakwah dalam merangkai atau merumuskan judul video.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yang dijadikan objek penelitian dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu sebagai berikut.

1. Berbahasa internasional (bahasa Inggris)
2. Merupakan tokoh berpengaruh di dunia
3. Memiliki jumlah pelanggan (*subscriber*) yang besar di antara kanal-kanal dakwah internasional yang lain
4. Menggunakan banyak *exclamation* pada judulnya

Berdasarkan kriteria tersebut kemudian dilakukan seleksi dan terpilihlah kanal YouTube Mufti Menk. Kanal YouTube ini memakai bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar, memiliki jumlah pelanggan yang besar (sebanyak 4,48 juta pelanggan), dan memakai banyak *exclamation* pada judul videonya. Mufti Menk juga merupakan

seorang tokoh muslim berpengaruh di dunia yang telah memenangkan banyak penghargaan, di antaranya adalah *Top 500 Most Influential Muslims in the World* sejak tahun 2010 hingga tahun 2021.

Adapun data penelitian diperoleh dengan mengumpulkan judul-judul video yang terdapat pada kanal YouTube Mufti Menk tersebut. Judul-judul ini kemudian disortir dan dipilih mana saja yang terdapat *exclamation* di dalamnya. *Exclamation* tersebut kemudian dijadikan data penelitian.

Pada proses penelitian, data tersebut diteliti dengan teknik Bagi Unsur Langsung. Teknik Bagi Unsur Langsung ini menurut Kesuma (2011), bermanfaat untuk menentukan bagian-bagian fungsional suatu konstruksi. Hasil penerapan teknik ini kemudian menjadi dasar bagi analisis data selanjutnya. Selanjutnya, data dianalisis berdasarkan teori-teori berikut.

Greenbaum & Nelson (2002) mendefinisikan *exclamation* sebagai salah satu dari empat tipe kalimat. Berdasarkan penggunaannya, ia membagi kalimat menjadi empat jenis, yaitu:

1. *statements*, utamanya digunakan untuk menyampaikan informasi
2. *questions*, utamanya digunakan untuk meminta informasi
3. *directives*, utamanya digunakan untuk meminta aksi/respon
4. *exclamation*, utamanya digunakan untuk mengekspresikan emosi yang kuat

Dalam istilah yang lain, jenis kalimat tersebut disebut juga sebagai *affirmative*, *interrogative*, *imperative*, dan *exclamation*.

Dari pembagian tersebut, terdapat satu ciri khas yang membedakan *exclamation* dengan jenis kalimat lainnya, yaitu adanya unsur emosi. Muhshin (2001) menyatakan bahwa *exclamation* ‘menyampaikan’ kondisi emosi dari penutur serta mengindikasikan bahwa pendengar mungkin akan tertarik dengan informasi tersebut. Selain mengandung unsur emosi, *exclamation* menunjukkan kemiripan dengan kalimat deklaratif, yaitu memiliki konten proposisional yang dianggap benar oleh si penutur (Michaelis, 2001; Sadock & Zwicky, 1985). Hanya saja, *exclamation* lebih menekankan pada reaksi emosional yang kuat terhadap apa yang dianggap sebagai fakta sedangkan kalimat deklaratif lebih menekankan pada penilaian benar salah tentang suatu proposisi (Sadock & Zwicky, 1985). Adapun Rett (2011) menyebutkan bahwa *exclamation* menggambarkan sesuatu yang di luar ekspektasi. Hal ini juga disebabkan karena adanya *deviation from norm*, yaitu keadaan yang tidak seperti pada umumnya/tidak biasa (Beijer, 2002).

Exclamation sendiri dari segi sintaksis dapat diekspresikan dalam macam-macam bentuk kalimat, contohnya sebagai berikut.

1. (Wow,) John bakes delicious dessert! (Rett, 2011)
2. (My,) What delicious desserts John bakes! (Rett, 2011)
3. (Boy,) Does John bake delicious desserts! (Rett, 2011)
4. (My,) The delicious desserts John bakes! (Rett, 2011)
5. That's so tacky! (Sadock & Zwicky, 1985)
6. She's such a good syntactician! (Sadock & Zwicky, 1985)
7. Sue wore orange shoes! (Rett, 2008)

Contoh di atas menunjukkan bahwa *exclamation* dapat berbentuk frasa, klausa, dan kalimat. Adapun dalam setiap bahasa termasuk bahasa Inggris, terdapat klasifikasi

tentang satuan kebahasaan tersebut. Menurut Meyer (2009), ada lima jenis frasa dalam bahasa Inggris yaitu *noun phrase*, *verb phrase*, *adjective phrase*, *adverb phrase*, dan *prepositional phrase*.

Klausa dan kalimat sendiri berbeda dengan kata dan frasa, di mana klausa dan kalimat itu memang terdiri dari kata dan frasa, akan tetapi dapat dianalisis menjadi fungsi-fungsi klausa yaitu: subjek, predikat, objek (objek langsung dan tak langsung), pelengkap (subjek dan objek) dan adverbial (Meyer, 2009).

Chaer (2007) juga mengajukan klasifikasi kalimat berdasarkan lengkap tidaknya klausa yang menjadi konstituen dasar dibagi menjadi dua yaitu, kalimat mayor (jika klausanya lengkap, sekurang-kurangnya memiliki unsur subjek dan predikat) dan kalimat minor (jika klausanya tidak lengkap, entah hanya terdiri dari subjek saja, predikat saja, objek saja, atau keterangan saja). Walau tidak lengkap, namun dapat dipahami karena konteksnya diketahui oleh pendengar maupun pembicara. Konteks ini bisa berupa konteks kalimat, konteks situasi, atau juga konteks topik pembicaraan. Jadi, kalimat-kalimat jawaban singkat, kalimat seruan, kalimat perintah, kalimat salam, dan sebagainya adalah termasuk kalimat minor.

Menurut Greenbaum & Nelson (2002), ada tiga jenis kalimat berdasarkan jumlah klausa, yaitu *simple sentence* (terdiri dari satu klausa), *compound sentences* (terdiri dari dua atau lebih klausa utama yang independen dan dihubungkan dengan koordinator *and*, *or*, *but* atau titik koma) dan *complex sentences* (memiliki satu atau lebih klausa subordinat/klausa dependen).

Dalam sintaksis, juga dikenal penggunaan instrumen sintaksis. Beberapa instrumen sintaksis yang banyak dipakai adalah sebagai berikut.

1. Diatesis

Fowler (1991) mengungkapkan bagaimana perbedaan penggunaan kalimat aktif dan pasif memberikan penekanan yang berbeda pada kalimat. Kalimat pasif dengan pelesapan subjek misalnya, dapat memberikan kesan untuk mengaburkan pelaku dengan memfokuskan pembahasan pada objek.

2. Pengedepanan (*Foregrounding*) dan Pementingan (Topikalisasi)

Selain pelesapan subjek yang diutarakan oleh Fowler (1991) pada pembahasan sebelumnya, ada pula yang disebut sebagai pengedepanan dan pementingan (topikalisasi). Misalnya ada yang mengutamakan pada aspek waktu dan tempat kejadian suatu peristiwa. Swan (2008) mengungkapkan bahwa jika ada kalimat yang diawali sesuatu selain subjek, maka sesuatu itulah yang menjadi topik atau fokus pembicaraan. Ini berfungsi juga untuk memberikan suatu penekanan.

3. Pemadatan Sintaksis

Jika ditinjau secara umum, pemadatan sintaksis digunakan ketika ada keterbatasan ruang dalam penulisan kalimat. Oleh sebab itu, biasanya banyak dijumpai pelesapan-pelesapan. Pada kalimat judul sendiri, pemadatan ini misalnya dapat ditemui pada judul berita surat kabar. Selain karena keterbatasan ruang, ada pula alasan lain yang menyebabkan adanya pemadatan sintaksis. Menurut Permadi (2015), dalam penulisan judul berita, pelesapan sering digunakan tidak hanya untuk penghematan

kolom (*space economy*), tetapi juga untuk membuat judul berita menarik dan lebih padat. Pelesapan ini tidak hanya terbatas pada pelesapan subjek seperti pada contoh tersebut, tetapi juga dapat berupa pelesapan objek, kopula, dan fungsi sintaksis lainnya. Dari segi bentuk, pelesapan ini juga membantu dalam memadatkan struktur sintaksis.

4. Penggunaan Kalimat Langsung

Permadi (2015) mengemukakan bahwa penggunaan kalimat langsung dapat memberikan efek yang berbeda dibandingkan dengan penggunaan kalimat tidak langsung. Hal ini dikarenakan pemakaian kalimat langsung dapat memberikan fokus atau tekanan pada kalimat langsung itu sendiri. Selain itu, sumber atau orang yang mengucapkan kalimat tersebut juga berpengaruh pada bobot kalimat tersebut.

5. Repetisi

Permadi (2015) mengungkapkan bahwa repetisi atau pengulangan unsur atau konstituen kalimat dimaksudkan untuk memberikan penonjolan (*emphasis*) pada konstituen atau unsur yang diulang. Selain untuk penonjolan, repetisi juga digunakan sekaligus untuk menyatakan ketidaksenangan, kejengkelan, kemarahan dan bahkan dapat juga untuk menyatakan kegembiraan, kekaguman, atau antusiasme.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk Kalimat

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, *exclamation* pada judul video ditemukan dalam bentuk kalimat minor dan kalimat mayor. Kalimat minor tersebut berupa frasa sedangkan kalimat mayornya berupa kalimat tunggal, kalimat majemuk, dan kalimat kompleks. Berikut adalah rinciannya beserta contoh data.

1. Frasa

Contoh Data	Jenis Frasa
<i>The 5 Greatest Prophets!</i>	Frasa Nomina
<i>Too Late, Dad!</i>	Frasa Adjektiva
<i>From TikTok to Paradise!</i>	Frasa Preposisional

Dari hasil analisis data di atas diketahui bahwa tiga dari lima jenis frasa yang dikemukakan oleh Meyer (2009) ditemukan pada data yang diteliti.

Kalimat Tunggal (*Simple Sentences*)

Exclamation dalam bentuk kalimat tunggal ditemukan dengan bermacam-macam pola unsur fungsional, seperti yang terlihat pada contoh di bawah ini.

- a. Mufti Menk Responds!
S P
- b. Mufti Menk Answers GOOGLE'S top Questions!
S P O
- c. Shaitan will tell you this!
S P O dO

Klausa Independen Klausa Dependen

c. WHEN YOU DO THIS, THE LOSS IS YOURS!

Klausa Dependen Klausa Independen

Contoh *exclamation* di atas memiliki klausa dependen sebagaimana yang dikatakan oleh Greenbaum & Nelson (2002), sehingga dapat dikatakan sebagai kalimat kompleks.

Tabel 2. Perbandingan Persentase Jenis Kalimat

Frasa	Kalimat Tunggal	Kalimat Majemuk	Kalimat Kompleks
30,4 %	57,7 %	4,3 %	7,5 %

Secara keseluruhan, jenis kalimat tunggal paling banyak ditemukan pada *exclamation* dalam judul video YouTube yang diteliti. Bentuk kalimat tunggal ini dapat membantu memuat cukup informasi dengan struktur yang tidak terlalu kompleks tetapi juga tidak terlalu sederhana.

Adapun pada data yang diteliti juga terdapat beberapa interjeksi (kata seru) yang mendampingi *exclamation* pada judul. Contoh data yang didampingi interjeksi misalnya pada data berikut.

Important! What will happen to your belongings when you die!

NOOO WAYYYY! THEY STOPPED MY SPEECH FOR THIS!!

Penggunaan Instrumen Sintaksis

Diatesis

Exclamation pada judul yang diteliti ditemukan baik dalam bentuk aktif maupun bentuk pasif. Berikut adalah contoh datanya.

a. Aktif

- 1) *Mufti Menk Responds!*
- 2) *Allah knows you PERSONALLY!*
- 3) *EVERYONE is going through a test!*
- 4) *You will go through HARSHIP!*
- 5) *This Verse Will Change Your Life Forever!*

b. Pasif

- 1) *YOU WILL BE TESTED!*
- 2) *THIS was created for YOU and ME!*
- 3) *It has not been created in vain!*
- 4) *You'll be asked to recite The Qur'an on the Day of Judgment!*
- 5) *One of the last verses revealed!*

Dalam hal diatesis terdapat keterkaitan dengan penokohan yang terwujud melalui *pronoun*. Penggunaan *pronoun* tersebut menunjukkan siapa yang melakukan aksi dan siapa yang dikenai aksi (*agent* dan *patient*). Ada juga kalimat intransitif yang tidak memerlukan objek sehingga fokus pada aksi yang dilakukan oleh subjek. Melalui

diatesis ini digambarkan hubungan antara masing-masing tokoh, misalnya tokoh ‘penonton video’ terkadang digambarkan sebagai subjek seperti pada contoh a(4) dan pada contoh lain misalnya contoh b(1) beralih fungsi menjadi objek. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Fowler (1991) yang menunjukkan relasi subjek-objek dalam konstruksi kalimat aktif dan pasif.

Adapun pada data yang diteliti, secara keseluruhan tokoh ‘penonton video’ menjadi yang paling sering disebutkan, dengan diwakili beberapa *pronoun* seperti ‘*you*’, ‘*your*’ dan *pronoun* lain yang berbeda namun tetap merujuk pada penonton (tergantung konteks). Banyaknya keterlibatan penonton yang ditunjukkan oleh *pronoun* ini menunjukkan bahwa Mufti Menk ingin melibatkan secara langsung penonton pada judul video-videonya agar muncul kesan kedekatan antara kedua pihak.

Pengedepanan (*Foregrounding*)

Pada data yang diteliti ditemukan satu data dengan pengedepanan yang mirip dengan gaya penulisan judul berita, yaitu pada data berikut.

Death, Your Time is Up!

Pada data di atas, kata *death* digunakan untuk mengawali kalimat yang kemudian dilanjutkan dengan kalimat ‘*your time is up*’. Di sini ditemukan pengutamaan pada kata *death*, di mana pada kondisi normal biasanya diletakkan di belakang sebagai berikut.

Your Time is Up, Death!

Selain pengedepanan kata *death*, juga terdapat pengedepanan di level klausa. Di bawah ini adalah contoh di mana klausa bawahan yang biasanya diletakkan setelah klausa utama namun pada data yang diteliti diletakkan sebelum klausa utama.

Without a LIFE VEST you won’t SURVIVE!

Pada kalimat di atas, klausa bawahan dikedepankan untuk menunjukkan pengutamaan pada sebab (tidak memakai *life vest*).

Pengedepanan pada contoh-contoh di atas senada dengan hasil penelitian Permadi (2015) berikut.

Again, high profile figures turn down Bakrie Award

Pada contoh tersebut terdapat pengedepanan pada kata *again* untuk menunjukkan sebuah ironi karena suatu kejadian yang berulang.

Pementingan (Topikalisasi)

a. Siapa

1) *The 5 Greatest Prophets!*

siapa

- | | |
|--|-----------------------|
| 2) <i>The GREATEST leader of all time!</i> | siapa - kapan |
| 3) <i>Shaitan will tell you this!</i> | siapa - apa |
| 4) <i>SHE WAS RIGHT THERE!</i> | siapa - di mana |
| b. Apa | |
| 1) <i>Unacceptable Arranged Marriages!</i> | apa |
| 2) <i>This Verse Can Change Your Life Forever!</i> | apa - bagaimana |
| c. Di mana | |
| Unsur 'di mana' hanya ditemukan sebagai pendamping unsur lain (tidak berdiri sendiri dan tidak diposisikan di awal kalimat). | |
| 1) <i>DON'T WANT MY HUSBAND IN PARADISE!</i> | siapa - di mana |
| 2) <i>Allah tells YOU this 14 times in the Qur'an!</i> | siapa - apa - di mana |
| d. Kapan | |
| 1) <i>When you get tested MORE!</i> | kapan |
| 2) <i>When the two seas meet!</i> | kapan |
| 3) <i>When Allah loves you, He tests you!</i> | kapan - siapa |
| e. Mengapa | |
| 1) <i>Because you didn't get the wedding invite!</i> | mengapa |
| 2) <i>Being Extreme in THIS will give you a MISERABLE LIFE!</i> | mengapa - apa |
| f. Bagaimana | |
| 1) <i>Smells Like Mango Pickle!!</i> | bagaimana |
| 2) <i>The BETTER Way to Call Out to Allah!</i> | bagaimana - siapa |

Adanya unsur tersebut mirip dengan yang ada pada topikalisasi judul berita seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Sabardila, 2017) di mana kalimat judul berita mengandung unsur 5W+1H. Kemiripan dengan judul berita tersebut disebabkan karena *exclamation* pada data yang diteliti lebih banyak menggunakan struktur *sentence exclamation* yang secara sintaksis serupa dengan kalimat deklaratif. Struktur ini memungkinkan *exclamation* untuk memuat informasi lebih banyak daripada struktur *exclamatives* yang disebutkan oleh (Rett, 2011) seperti klausa *wh* (*wh-clause*). Muatan informasi ini dapat dimanfaatkan pada judul bertema dakwah karena dakwah sendiri juga memberikan edukasi berupa informasi tentang suatu peristiwa atau yang lainnya. Jadi dalam hal ini Mufti Menk tidak menggunakan *exclamation* hanya untuk menonjolkan unsur emosi saja.

Penggunaan Kalimat Langsung

Sebagian besar *exclamation* pada judul yang diteliti menggunakan kalimat tidak langsung. Namun demikian, ada pula *exclamation* yang mengadopsi bentuk kalimat langsung seperti pada data di bawah ini.

- a. *"The House has an Owner who will protect it!"*
- b. *"I am always right!"*
- c. *"Your whole family are stupid!"*

Penggunaan kalimat langsung ini bertujuan untuk memberikan penekanan lebih jika dibandingkan dengan kalimat tidak langsung, senada dengan pendapat Permadi

(2015). Selain itu, intonasi *exclamation* juga menambahkan urgensi dari topik yang terkandung di dalam judul untuk dibahas.

1. Repetisi

Pada *exclamation* yang diteliti, terdapat banyak penonjolan melalui pengulangan pada bagian tertentu, seperti yang disebutkan oleh Permadi (2015). Hasil analisis data menunjukkan banyak penekanan menggunakan aspek grafologi, yaitu melalui kapitalisasi yang digunakan berulang. Kapitalisasi tersebut bervariasi penggunaannya bergantung pada aspek apa yang menjadi fokus. Berikut adalah contoh datanya.

Tabel 3. Repetisi Kapitalisasi

Contoh Data	Fokus
<i>The GREATEST leader of all time!</i>	Sifat (kehebatan tokoh)
<i>MOST TOUCHING VIDEO FROM THE TRIP TO PAKISTAN!</i>	Perasaan (pada keseluruhan kalimat)
<i>We all want to INCREASE in Good!</i>	Peningkatan/progress
<i>When you get tested MORE!</i>	Tingkatan ujian
<i>TWO Years of Sins WIPED!</i>	Penghapusan dosa dan jangka waktu
<i>Paradise is NOT a fantasy!</i>	Negasi atau pengingkaran atas suatu argumen
<i>This message is for YOU!</i>	Penonton video (<i>you</i>)
<i>THIS was created for YOU and ME!</i>	Topik dan sasarannya (<i>you and me</i>)

Pemadatan Sintaksis

Pada data yang diteliti, terdapat banyak pelesapan yang digunakan untuk menghemat ruang penulisan (*space economy*), seperti yang disebutkan oleh Permadi (2015). Pada judul video YouTube sendiri ruang untuk menuliskan judul cukup terbatas, terlebih jika saat pemilihan video pengunjung menggunakan media *handphone*. Penggunaan *handphone* pada saat pemilihan video akan menyebabkan judul panjang terpotong, dan harus dibuka satu per satu jika ingin melihat judul secara utuh. Adanya pemadatan sintaksis pada sebagian data penelitian mungkin ditujukan untuk mengantisipasi hal tersebut.

Berikut ini adalah pelesapan-pelesapan yang ditemukan beserta beberapa fungsi tambahannya.

a. Pelesapan Subjek

Bila pada judul berita penghilangan subjek biasanya digunakan untuk menghilangkan fokus pada pelaku (Fowler, 1991), maka pada data penelitian ini pelesapan subjek digunakan untuk memberikan kesan keterlibatan semua ‘tokoh’ yang ada sehingga terkesan lebih berlaku universal.

- 1) *DON'T WANT MY HUSBAND IN PARADISE!*
- 2) *FAILED MY EXAMS!*
- 3) *Bored in the House!*
- 4) *Finally made it to the GYM!*

- 5) *Just Heard Some Sad News!*
- 6) *Smells Like Mango Pickle!!*
- b. Pelesapan 'there are' dan 'there is'
 - 1) *So many challenges in life!*
 - 2) *No fear, no sadness!*
- c. Pelesapan kopula 'to be'
 - 1) *One of the last verses revealed!*
 - 2) *TWO Years of Sins WIPED!*
- d. Pelesapan 'It is'
 - 1) *Too Late Dad!*
 - 2) *Greater than your issues!*
 - 3) *Not just the Mother in law!*
 - 4) *Too cute not to share!*
- e. Pelesapan Klausa Inti

Pada beberapa judul ditemukan beberapa *exclamation* dalam bentuk klausa bawahan. Klausa ini mengalami pelesapan klausa inti dan hanya tersisa klausa bawahannya saja. Penggunaan klausa bawahan ini menandakan suatu informasi yang belum selesai, karena ketiadaan klausa inti. Maka dari itu, pengunjung perlu membuka video terlebih dahulu agar dapat mengerti keseluruhan maksud dari video tersebut. Adapun fenomena ini juga ditemukan pada judul berita seperti yang diteliti oleh Sabardila (2017). Ia menemukan bahwa melalui penggunaan klausa bawahan pada kalimat judul berita, pembaca diarahkan untuk menggali kelanjutan tuturan pada tubuh berita tersebut. Hal ini disebabkan karena klausa inti 'disembunyikan' pada tubuh berita untuk memberikan kekuatan pada bagian tersebut. Berikut ini adalah contoh data yang menggunakan klausa bawahan sebagai *exclamation* pada judul yang diteliti.

- 1) *When you worry about your position!*
- 2) *When your Period begins just before Iftar!*
- 3) *When you get tested MORE!*
- 4) *If they are Jealous!*
- 5) *When the two seas meet!*

Adapun pada data berikut, klausa inti digantikan oleh interjeksi.

Angry! Because you didn't get the wedding invite!

Pada *exclamation* tersebut klausa inti diwakili oleh interjeksi 'angry!' lalu dilanjutkan dengan klausa bawahan 'Because you didn't get the wedding invite!'

Konversi dari Kalimat Interogatif (*question*)

Seerti yang telah disebutkan sebelumnya oleh Greenbaum & Nelson (2002), kalimat interogatif adalah salah satu jenis kalimat selain *exclamation*. Umumnya kalimat ini berdiri sendiri sebagai sebuah kalimat pertanyaan. Namun demikian, pada data yang diteliti, juga ditemukan *exclamation* yang mengadopsi bentuk dari kalimat

interogatif. Kalimat interogatif yang biasanya diakhiri dengan tanda tanya pada judul berikut ini diubah menjadi diakhiri dengan tanda seru seperti *exclamation*.

- a. *What will happen to your belongings when you die!*
- b. *Why did it happen to me!*
- c. *Why did it take the Qur'an 23 years!*
- d. *What are you ready to SACRIFICE!!*
- e. *How to enter Paradise without reckoning!*

Perubahan menjadi kalimat seru ini kemudian memberikan pula perubahan intonasi dari kalimat tanya menjadi kalimat seru. Perubahan tersebut akan memberikan kesan yang lebih menarik perhatian karena membawa unsur emosi yang ditunjukkan melalui pemakaian intonasi kalimat *exclamation*.

Simpulan

Bentuk *exclamation* pada judul video di kanal YouTube Mufti Menk bervariasi, yaitu terdiri dari kalimat minor (berupa frasa) dan kalimat mayor (berupa kalimat tunggal, kalimat majemuk, dan kalimat kompleks) dengan beberapa interjeksi sebagai unsur pendamping. Selain itu ditemukan pula *exclamation* dalam bentuk *wh-clause* menggunakan kata 'what' (dalam jumlah yang sangat sedikit). Di samping itu beberapa instrumen sintaksis juga diterapkan yaitu melalui diatesis aktif dan pasif, penggunaan kalimat langsung, pengedepanan (*foregrounding*), penempatan (topikalisasi), repetisi, konversi dari kalimat interogatif serta pemadatan sintaksis dengan cara pelepasan subjek, kopula, klausa inti, 'it is' dan 'there is'. Penggunaan instrumen sintaksis ini memiliki fungsi yang berbeda-beda, yaitu untuk menghemat ruang penulisan, mengatur fokus pengujung, memberikan penekanan pada hal yang dirasa penting, serta membangun kedekatan dengan penonton video dengan melibatkan mereka secara langsung (melalui penggunaan *pronoun*). Selain itu, penggunaan *exclamation* juga memberikan warna tersendiri pada judul dengan adanya permainan intonasi yang membawa unsur emosi.

Rujukan

- A'raaf K, I. M., N.P., P., Larasati, S., Noor M., M. F., & Fajrussalam, H. (2021). *Penggunaan aplikasi YouTube sebagai media dakwah di era pandemi Covid-19*. 21(2), 173–180.
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). *Social Media Use in 2021*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2021/04/PI_2021.04.07_Social-Media-Use_FINAL.pdf
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah*. Penerbit Kencana.
- Beijer, F. (2002). *The Syntax and Pragmatics of Exclamations and other Expressive/Emotional Utterances*. <https://lup.lub.lu.se/search/files/5340344/624533.pdf>
- Chaer, A. (2007). *Linguistik Umum*. Rineka Cipta.
- Enggarwati, A., & Utomo, A. P. Y. (2021). *Fungsi, peran, dan kategori sintaksis bahasa Indonesia dalam kalimat berita dan kalimat seruan pada naskah pidato Bung Karno 17 Agustus 1945*. 4(1), 38–54.
- Fowler, R. (1991). *Language in The News: Discourse and Ideology in The Press*. Routledge.

- Ghesquière, L., & Throughton, F. (2021). *What a change! A diachronic study of exclamative What constructions*. 49(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/0075424220986612>
- Greenbaum, S., & Nelson, G. (2002). *An Introduction to English Grammar*. Pearson Education.
- Handayani, R. (2021). *Youtube sebagai media komunikasi dalam berdakwah di tengah pandemi*. 15(1), 123–138. <https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3569>
- Hartatik, Y. (2014). *Kalimat Seruan Pada Terjemahan Al-Qur'an Surat Al Ahzab* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/29736/>
- Kesuma, T. M. J. (2011). *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*. Carasvati Books.
- Meyer, C. F. (2009). *Introducing English Linguistics*. Cambridge University Press.
- Michaelis, L. (2001). Exclamative constructions. In *Language Typology and Language Universals: An International Handbook*. Walter de Gruyter. https://www.academia.edu/14161006/Exclamative_Constructions
- Muhshin, I. (2001). *Evidentiality and Epistemological Stance – Narrative Retelling*. John Benjamins Publishing.
- Permadi, M. B. (2015). *Sintaksis Dalam Judul Berita Bahasa Inggris*. Universitas Gadjah Mada.
- Rett, J. (2008). A Degree Account of Exclamatives. *SALT* 18, 18, 601–618. <https://journals.linguisticsociety.org/proceedings/index.php/SALT/article/view/2470/2218>
- Rett, J. (2011). *Exclamatives, degrees and speech acts*. 34(5), 411–442.
- Sabardila, A. (2017). *Kajian Tentang Bentuk Kebahasaan dan Representasi Isi Dalam Judul Berita di Lima Koran di Indonesia*. Universitas Gadjah Mada.
- Sadock, J. M., & Zwicky, A. M. (1985). Speech Act Distinctions in Syntax. In *Language Typology and Syntactic Description* (pp. 155–196). Cambridge University Press. https://www.researchgate.net/publication/200052681_Speech_act_distinctions_in_syntax
- Samsi, Y. S., Lukmana, I., & Sudana, D. (2021). *A corpus-based study of Sundanese exclamatory sentences: A functional typology perspective*. 17(3), 1198–1209.
- Swan, M. (2008). *Practical English Grammar*. Oxford University Press.
- Trotzke, A., & Villalba, X. (2020). *Exclamatives as responses at the syntax-pragmatics interface*. 168, 139–171. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2020.06.012>