

The Importance of Speech Etiquette in Campur kode within Comments on Instagram Social Media

Etika Widi Utami¹

¹SMP Muhammadiyah Plus Doro

Email : etikawidi7@gmail.com ¹

Abstract

Technological advancements have enabled communication to occur in various ways, one of which is through the social media platform Instagram. Communication on social media is unlimited, providing a wide space for expression, which often leads to a lack of etiquette. This is influenced by various factors, including culture, environment, habits, and the desire to gain popularity. There is a need to improve speech etiquette, considering that communication and all matters related to social media are governed by law. This study aims to identify code-switching in comments on Instagram, examine the factors that influence the lack of speech etiquette in social media comments, and analyze the importance of maintaining proper speech etiquette in such comments. The research method used is descriptive-analytic, complemented by empirical analysis. Data collection techniques include observation and note-taking. The data analysis technique applied in this study is qualitative analysis based on the collected data. The analysis is conducted in three stages: classification, interpretation, and descriptive analysis, which is presented in narrative form. The results of this study reveal a significant amount of unethical campur kode that can offend the subjects being commented on. In conclusion, many comments on Instagram still lack proper speech etiquette, highlighting the need for increased awareness and adherence to ethical communication norms.

Keyword: Campur kode, etika, media sosial

Pentingnya Etika Tutur Dalam Campur Kode Pada Komentar Di Media Sosial Instagram

Abstrak

Kemajuan teknologi membuat komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui media sosial *instagram*. Komunikasi terjadi pada media sosial tidak terbatas, sehingga memberikan ruang yang luas untuk bertutur, dan tidak jarang kurang beretika. Hal itu dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya faktor budaya, lingkungan, kebiasaan, dan ingin populer. Perlu adanya peningkatan etika tutur, mengingat bahwa komunikasi atau segala yang menyangkut media sosial terdapat undang-undang yang mengatur di dalamnya. Kajian ini bertujuan menemukan campur kode pada komentar di media sosial *instagram*, menelaah faktor yang mempengaruhi tidak adanya etika tutur dalam komentar di media sosial *instagram*, dan menelaah pentingnya etika tutur dalam komentar di media sosial *instagram*. Pada metode kajiannya yaitu metode deskriptif analitis dan dilengkapi dengan kajian empirik. Selanjutnya teknik pengumpulan data menggunakan teknik simak dan teknik catat. Adapun teknik analisis data dalam kajian ini adalah analisis data kualitatif berupa data-data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya dianalisis dalam tiga tahap, yaitu klasifikasi, interpretasi, dan analisis deskriptif disajikan dalam bentuk narasi. Hasil kajian ini terdapat banyak campur kode

yang kurang beretika yang dapat menyinggung objek yang diberi komentar. Simpulannya yaitu masih banyaknya tuturan pada komentar di instagram yang kurang beretika, dan perlu adanya peningkatan terkait etika tutur.

Keyword: Campur kode, etika, media sosial

PENDAHULUAN

Pada perkembangan teknologi seperti sekarang ini, komunikasi dapat dilakukan dengan mudah dan efektif. Seperti yang diketahui bahwa komunikasi terus berkembang, sama halnya komunikasi yang dapat dilakukan melalui berbagai macam media sosial. Adanya media sosial komunikasi antar orang semakin mudah, baik dengan orang yang sudah dikenal maupun orang yang belum dikenal dari berbagai kalangan bahkan negara. Komunikasi itu dapat melalui melalui media sosial, antara lain media sosial *twitter, line, facebook, instagram*, dan lain sebagainya. Pada media sosial tersebut khususnya *intagram* seorang dapat bebas berkomentar dengan menggunakan berbagai bahasa, bahkan menggunakan dua bahasa secara bersamaan. Penggunaan dua bahasa secara bersamaan atau adanya penyisipan bahasa yang berbeda disebut campur kode.

Hal itu selaras dengan pendapat Sumarsono (2020-203) bahwa dikatakan campur kode apabila seseorang dalam bertutur menggabungkan dua bahasa secara bersamaan. Misalnya, ketika berbahasa Indonesia, seseorang menggabungkan unsur bahasa jawa, inggris, dan sebagainya. Berkaitan dengan hal itu tentu adanya penyebab campur kode. menurut Chaer (2007: 69) terjadinya campur kode yaitu bahwa peristiwa campur kode itu terjadi dengan disadari oleh si penutur. Penutur tidak menggunakan satu bahasa, tapi adanya unsur bahasa lain yang digunakan. Hal itu disebabkan karena ingin lebih santai dalam pembicaraan, atau dikarenakan bahasa yang digunakannya tidak terdapat akan konsep yang dimaksud oleh penutur.

Namun tuturan yang dilakukan dan adanya campur kode tersebut terkadang kurang adanya etika, sehingga dapat menyinggung perasaan orang lain. Kebebasan berbahasa pada media sosial hendaknya dibarengi dengan etika tutur, sehingga komunikasi yang terjalin tidak melanggar norma. Karena seperti sekarang ini sudah adanya undang-undang ITE yang mengaturnya, maka perlunya kehati-hatian yang lebih dalam bertutur di media sosial. Adanya hal itu perlu adanya pengetahuan bagaimana pentingnya etika tutur dalam berkomunikasi di media sosial.

Pada kajian ini lebih fokus pada penggunaan campur kode dalam komentar di media sosial *instagaram*. Campur kode yang begitu banyaknya memberikan ruang yang banyak untuk dikaji dan dikaitkan dengan etika tutur. Semakin banyaknya singgungan yang dilontarkan melalui media sosial dan hal itu tentu dapat mempengaruhi kualitas etika tutur yang semakin rendah. Beberapa hal yang sudah dipaparkan maka muncul permasalahan yang akan dibahas antara

lain adalah: 1). Bagaimanakah campur kode yang terdapat pada komentar di media sosial *instagram*? Bagaimanakah faktor-faktor yang mempengaruhi etika tutur pada media sosial *instagram*? Bagaimanakah pentingnya etika tutur dalam komentar di media sosial *instagram*?

Tujuan kajian ini antara lain: 1). Menemukan campur kode pada Komentar di media sosial *instagram* 2). Menelaah faktor-faktor yang mempengaruhi tidak adanya etika tutur dalam komentar di media sosial *instagram*. 3) menelaah pentingnya etika tutur dalam komentar di media sosial *instagram*.

METODE

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif analitis. Metode ini diterapkan dengan memeriksa bahasa. Pemeriksaan bahasa yang dimaksud tidak hanya sekedar apa dan bagaimana bahasa, tetapi bahasa itu memaparkan nilai atau kebermanfaatan terhadap penggunaan bahasa tersebut (Sudaryanto: 1993:7). Selanjutnya dilengkapi dengan temuan-temuan baru yang ada pada realita kehidupan sekarang.

Selanjutnya teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik simak, dan dilanjutkan dengan teknik catat. Teknik simak yaitu teknik yang dilakukan dengan cara menyimak objek kajian (Sudaryanto 1993:41). Pada kajian ini menyimak tentang komentar dalam media sosial *instagram*, kemudian untuk mempermudah dalam pengumpulan data dibantu dengan teknik catat. Pada kajian ini yaitu mencatat hal-hal penting yang berkaitan dengan ruang lingkup kajian.

Adapun teknik analisis data dalam kajian ini adalah analisis data kualitatif berupa data-data yang telah dikumpulkan. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu klasifikasi data, interpretasi data, dan analisis deskriptif, selanjutnya disajikan dalam bentuk narasi. Tahapan berikutnya setelah data dianalisis yaitu penyajian hasil analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

BENTUK CAMPUR KODE

Berikut bentuk campur kode pada komentar di media sosial *instagram*.



(DATA 1)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @luarbagaskara "ujung-ujungnya banyak yang dukung, kan *good looking*". *Good looking* merupakan bahasa Inggris yang artinya berparas bagus. Pada komentar tersebut di awal menggunakan bahasa Indonesia dan disisipi bahasa Inggris, sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan (kalimat).

Selain itu pada komentar selanjutnya @nirinaimt "*bad attitude* kalau *good looking* tetep aja didukung". Penutur menggunakan dua bahasa, dimana bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Penyisipan bahasa dalam satu tuturan tersebut dinamakan **campur kode**.



(DATA 2)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @ari.wahyuni9402 "lah pada *manjat* semua biar viral apa yak. *Manjat* pohon aja ngapa dah ada faedahnya. Ambil mangga tetangga misalnya". *manjat* merupakan bahasa Jawa yang artinya panjat. Pada komentar tersebut di awal menggunakan bahasa Indonesia dan disisipi Jawa, sehingga

tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena tuturan (kalimat).

masih dalam satu



(DATA 3)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @princes_stunning “Alhamdulillah untung cerai, jadinya nasibnya gak terus2 an nelongso”. *Nelongso* merupakan bahasawayangartinya susah. Pada komentar tersebut di awal menggunakan bahasa Indonesia dan disisipi jawa, sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan (kalimat).



(DATA 4)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @nie_mariyne “Rasanya kawin cerai gmn tu ya..GK bisa berpkr waras saya”. *waras* merupakan bahasawayangartinya sehat atau normal, sewajarnya. Pada komentar tersebut di awal menggunakan bahasa Indonesia dan disisipi

bahawa Jawa, sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan(kalimat).



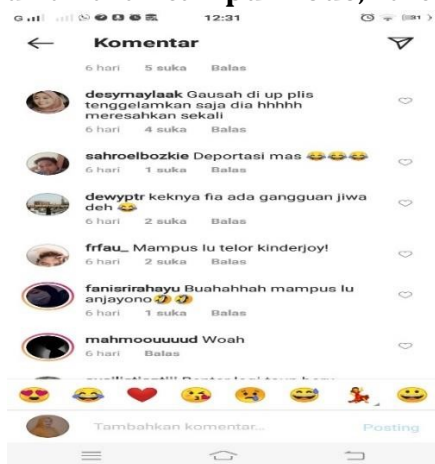
(DATA 5)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @restiim “klarifikasi *trooos*, situ oke?”. *Trooos* merupakan bahasajawayangartinya terus. Pada komentar tersebut ada penyisipan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa, sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan(kalimat). Selanjutnya pada komentar @hey_ramaa “ya makanya jangan asal *comot* gimane sih sekelas lambe turah asal viral masukin *feed*”. *Comott* merupakan bahasajawayangartinya ambil, dan *feed* merupakan bahasa Inggris. Pada komentar tersebut ada penyisipan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan Inggris sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan(kalimat).



(DATA 6)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @nadirajihannn “yg bikin rame kan MEDIA, keluarganya jg makin ksni makin repot klarifikasi, sampe sampe *ad chanel yutub sendiri*”.*Ad chanel* merupakan bahasa Inggris. Pada komentar tersebut selain menggunakan bahasa Indonesia juga menggunakan bahasa Inggris, sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan(kalimat).



(DATA 7)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @desymailaak “gakusah di *up plis* tenggelamkan saja dia hhhh meresahkan sekali”.*Up plis* yang seharusnya *up please* merupakan bahasa Inggris. Pada

komentar tersebut menggunakan bahasa Indonesia yang disisipi bahasa Inggris, sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan(kalimat).



(DATA 8)

Pada komentar di atas terdapat **campur kode**, di mana pada komentar @setya_n_“gue sebel hal kayak gini,,, ngebacot, minta maaf,,, dimaafin,,,terkenal buruknya,,, la apa perlu gua juga begitu,,,biar gua terkenal, IG gua jadi nambah *polloversssss* biarpun hujatan gitu,,,semakin kesini semakin banyak low yang bertingkah seperti itu klo gak ada hukumannya,,,semua org bisa melakukannya”.*polloversssss* yang seharusnya *followers* merupakan bahasa Inggris yang artinya pengikut. Pada komentar tersebut menggunakan bahasa Indonesia yang disisipi bahasa Inggris, sehingga tuturan tersebut dinamakan **campur kode**, karena masih dalam satu tuturan(kalimat).

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TIDAK ADANYA ETIKA TUTUR DALAM KOMENTAR DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Pada dasarnya setiap orang memiliki karakter atau kepribadiannya masing-masing. Namun hal itu dapat saja berubah karena beberapa faktor. Beberapa faktor tersebut diantaranya yaitu budaya, teman, lingkungan, dan kebiasaan. Keempat faktor itu memberikan suatu perubahan perilaku dalam hal bertutur atau berkomunikasi pada media sosial. Pada saat berkomunikasi di media sosial khususnya instagram terkadang tidak melihat sisi positif atau bahkan seakanakan menghujat. Tentu hal tersebut dinamakan tidak beretika.

Semakin rendahnya etika berkomunikasi merupakan hal yang sangat tidak baik, melihat bahwa bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang ramah. Namun dengan semakin populernya media sosial instagram memebrikan ruang gerak dalam berkomunikasi tanpa ada batasnya.

Hal itu terjadi karena selain keempat faktor yang sudah disebutkan di atas. Adanya rasa bahwa pada diri sendirimerupakan yang paling benar, dan apa yang

dituturkan tidak salah atau menyakiti perasaan seseorang. Seperti pada campur kode yang ditemukan di komentar media sosial instagram. Sebagian orang menganggap itu hal biasa, namun belum tentu pada orang yang menjadi objek komentar. Bisa saja tuturan tersebut menyinggung perasaan orang tersebut.

Selain karena faktor budaya, lingkungan, teman, dan kebiasaan, ada hal yang menjadi *trend* yaitu popularitas. Terkadang hal itu menimbulkan pemikiran agar menjadi populer sehingga berkomentar tanpa mementingkan etika tutur.

PENTINGNYA ETIKA TUTUR DALAM KOMENTAR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.

Pada pergaulan atau komunikasi bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan tingkat internasional diperlukan norma atau sistem yang mengatur bagaimana baiknya manusia berkomunikasi. Sistem tersebut dapat berjalan semestinya, sehingga terwujudnya saling menghormati satu sama lain. Tujuan adanya norma tersebut tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar tetap senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merasa dirugikan atau tersinggung. Sehingga terjaminnya perilaku yang tengah berlangsung sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi yang telah diatur atau ditentukan. Hal itulah yang mendasari pentingnya etika tutur dalam berkomunikasi, khususnya pada media sosial *instagram*.

Etika berkomunikasi tidak hanya berkaitan dengan tuturan kata yang baik atau sopan tetapi juga diawali adanya niat yang apadanyakemudian diekspresikan dengan ketenangan, empati. Serta sesuai dengan konteks (Corry, 2009). Hal itu dapat membentuk komunikasi secara dua arah yang baik, adanya rasa saling menghargaidan menghormati.

Berkaitan dengan komunikasi, etika, dan media sosial merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Mengingat bahwa media sosial adalah hal yang tanpa batas. Tidak dipungkiri tuturan yang terjadi tidak sesuai dengan norma atau aturan yang berlaku. Kecenderungan sikap tidak peduli membuat semakin banyaknya etika tutur dalam berkomunikasi kurang diperhatikan. Adanya undang-undang ITE yang mengatur merupakan filter untuk sedikit mencegahnya tuturan-tuturan yang kurang beretika. Sudah adanya undangundang terkait hal itu maka sebagai pengguna media sosial harus lebih berhati-hati lagi. Mengetahui dampak buruk akan komukasi yang tidak beretika, dampak secara langsung dari mitra tutur, bahkan hukum Maka dari itu etika tutur harus lebih ditingkatkan lagi.

Hal tersebut senada dengan Mufid (2009:185-186) yang menyatakan bahwa komunikasi selalu berkaitan dengan berbagai ilmu. Karena apada setiap ilmu tentu membutuhkan adanya komunikasi yang baik. Hal itu memperlihatkan bahwa komunikasi sangat berpengaruh dalam keidupan manusia. Selain itu komunikasi juga mempengaruhi aspek ilmu dalam bidang berwirausaha.

Bagaimana jika dalam berwirausaha tidak adanya nilai, ide, ataupun gagasan yang tidak dikomunikasikan dengan baik, maka hasil yang dicapai tidak akan maksimal. Pendapat tersebut berkaitan dengan etika komunikasi atau bertutur, etika komunikasi bertujuan guna menyatukan keselarasan dalam berkomunikasi dan disertai dengan norma yang berlaku, serta kultur budaya masing-masing negara. Agar apa yang hendak dicapai dapat terwujud dengan maksimal.

PENUTUP

Beberapa bentuk campur kode yang ditemukan pada kajian ini di media sosial *instagram* khususnya pada kolom komentar banyak yang tidak beretika. Hal itu dapat menyinggung perasaan seseorang yang menjadi objek di komentar tersebut. Kurangnya etika tutur tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor budaya, lingkungan, dan kebiasaan. Selain itu faktor popularitas atau ingin menjadi populer juga sangat dipengaruhi.

Kurang adanya kesadaran bahwa berkomunikasi yang tidak beretika merupakan hal yang dapat memberikan dampak yang buruk bagi dirinya sendiri, mengingat bahwa undang-undang juga telah mengatur akan hal tersebut. Diperlukannya lebih kewaspadaan dan sistem untuk mengontrol dalam bertutur khususnya pada media sosial *instagram*, sehingga etika tutur di media sosial lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Chaer, A. (2007). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.

Mufid., M. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Prasanti., d & Sri., S., E. (2017). Etika Komunikasi dalam Media Sosial Bagi Ibuibu Pkk di Desa Mekarmukti Kab.Bandung Barat. *Profetik Jurnal Komunikasi*. 10(1). 21-34.

Sudaryanto, (1993). *Metode dan Teknik Analissi Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Sumarsono, & Paina, P. (2002). *Sosiolinguistik*. Yongyakarta : Pustaka Pelajar.