

Idealisme Berbahasa pada Media Sosial Sebagai Upaya Meminimalisasi Konflik di Masyarakat

Akmaluddin

Universitas Islam Negeri Mataram: akmal@uinmataram.ac.id

WA: 081916015946

Artikel Info

Received : 10 Agust 2023

Review :20 Agust 2023

Accepted :15 Nov 2023

Published : 30 Nov 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tiga hal berkaitan dengan penggunaan bahasa di media sosial yaitu: (a) penggunaan bahasa media sosial yang berpotensi menimbulkan konflik di masyarakat (b) mengidentifikasi motif penggunaan bahasa media sosial (c) menguraikan konsep dasar idealisme berbahasa media sosial di masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan mendeskripsikan data dengan serinci mungkin dari setting yang natural. Data berupa penggunaan bahasa pada media sosial yang rentan menimbulkan konflik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbahasa di media sosial sering tidak memperhatikan etika berbahasa sehingga rentan menjadi pemicu konflik di masyarakat. Motif penggunaan bahasa di media sosial pun sangat beragam yaitu sindiran, ungkapan keluhan atau kekecewaan, protes sosial, dan kelakar. Meminimalisasi konflik yang dipicu ekspresi berbahasa di media sosial dapat dilakukan dengan beberapa strategi (1) memperhatikan minat, keinginan, kelakuan, atau barang, (2) melebihkan rasa ketertarikan, persetujuan, dan simpati, (3) meningkatkan rasa tertarik, (4) menunjukkan kesamaan jati diri/kelompok, (5) mengusahakan persetujuan, (6) menghindari pertentangan, (7) mempresuposisi persepsi sejumlah persamaan penutur, (8) membuat lelucon, (9) mempresuposisikan bahwa penutur memahami keinginan lawan tutur, (10) membuat penawaran dan janji, (11) menunjukkan rasa optimisme, (12) berusaha melibatkan mitra tutur dalam suatu kegiatan tertentu, (13) memberikan dan meminta alasan, (14) menawarkan suatu tindakan timbal balik, dan (15) memberikan rasa simpati kepada lawan tutur.

Kata-kata kunci: idealisme berbahasa, bahasa media sosial, konflik

This research aims to explore three things related to the use of language on social media, namely: (a) the use of social media language which has the potential to cause conflict in society (b) identify the motives for using social media language (c) outline the basic concept of idealism in social media language in society. This research uses a descriptive qualitative approach because it aims to describe data in as much detail as possible from a natural setting. Data in the form of language use on social media that is prone to causing conflict. The results of this research show that language on social media often does not pay attention to language ethics, making it vulnerable to triggering conflict in society. The motives for using language on social media are very diverse, namely satire, expressions of complaint or disappointment, social protests and jokes. Minimizing conflict triggered by language expressions on social media can be done with several strategies (1) paying attention to interests, desires, behavior or goods, (2) exaggerating feelings of interest, approval and sympathy, (3) increasing feelings of interest, (4) showing similarity of identity/group, (5) seeking agreement, (6) avoiding conflict, (7) presupposing the perception of a number of similarities between speakers, (8) making jokes, (9) presupposing that the speaker understands the wishes of the interlocutor, (10) making offers and promises, (11) showing a sense of optimism, (12) trying to involve the interlocutor in a certain activity, (13) giving and asking for reasons, (14) offering a reciprocal action, and (15) giving a feeling of sympathy to the interlocutor. **Keywords: language idealism, social media language, conflict**

A. PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi dewasa ini begitu massif sehingga setiap orang dengan mudah berkomunikasi bahkan seperti bisa memiliki media sendiri. Kemudahan ini ditunjukkan dengan realita bahwa seorang pengguna bisa mengakses media sosial tanpa biaya besar dan tanpa alat mahal. Aplikasi media sosial ini pun menjanjikan kemudahan bagi pengguna untuk bebas mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. Namun demikian, segala bentuk kemudahan

yang ditawarkan media sosial ini tidak selalu dimanfaatkan dalam hal-hal yang positif. Beberapa layanan media sosial yang populer adalah *Facebook, Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, QQ, Instagram, Qzone, Tumblr, Twitter, Sina Weibo, Baidu Tieba, Skype, Viber, Snapchat, Reddit, LINE, Pinterest*, dan lain-lain.

Perkembangan media sosial di satu sisi memberikan kemudahan kepada kita selaku pengguna, namun di sisi lain timbul kebebasan berkomunikasi sehingga tidak jarang menimbulkan permasalahan. Misalnya, terjadi pemberitaan yang

kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan, pemberitaan dengan nada menyulut inharmonisasi kehidupan marak terjadi, tak jarang pula muncul bahasa-bahasa yang bernada penghinaan, pelecehan, penipuan, provokasi dan lain-lain dari berbagai media komunikasi yang berkembang ini. Semua ini tentu dapat menimbulkan kegaduhan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Idealisme berbahasa pada media sosial memiliki urgensi yang signifikan dalam upaya meminimalisasi konflik di masyarakat karena media sosial adalah platform yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini, menyebarkan informasi, dan memfasilitasi interaksi antarindividu. Oleh karena itu, mengintegrasikan idealisme berbahasa pada media sosial dapat memiliki dampak positif dalam menciptakan lingkungan daring yang lebih harmonis. Idealisme berbahasa mendorong terciptanya dialog dan diskusi yang konstruktif. Dengan menggunakan bahasa yang santun, hormat, dan membuka diri terhadap sudut pandang yang berbeda, media sosial dapat menjadi arena untuk pertukaran ide yang positif dan membangun pemahaman bersama.

Realita yang terjadi saat ini adalah peran media sosial yang seharusnya menjadi media komunikasi positif masih jauh dari harapan. Justru yang terjadi adalah media sosial digunakan sebagai sarana untuk saling menghina sehingga rentan memantik munculnya konflik. Melihat fenomena ini, tidaklah berlebihan jika muncul hipotesis bahwa konflik yang sering terjadi bermula dari narasi media sosial. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Alviani dan Gusnita (2018) yang menyebutkan bahwa melalui media sosial siapapun bebas mengeluarkan pendapat, opini, ide, dan gagasan yang berlebihan tanpa ada kontrol sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya

berujung pada sebuah perpecahan. Lebih lanjut, Alviani dan Gusnita menjelaskan bahwa pengaruh negatif terhadap perubahan sosial masyarakat di antaranya: sering terjadi konflik antarkelompok-kelompok tertentu dengan berlatar belakang suku, ras maupun agama.

Uraian di atas menjelaskan bahwa narasi teks media sosial pada dasarnya memiliki hubungan dengan munculnya konflik di masyarakat. Hal ini terjadi karena masyarakat tidak bijak dalam memanfaatkan media sosial. Narasi yang dibangun tidak didasari atas etika-etika berkomunikasi yang seharusnya dipenuhi. Narasi kontroversial yang dikirim pelakunya menjadikan etika komunikasi menjadi runtuh, kesantunan berbahasa pun menjadi terkikis. Hal ini karena narasi tersebut berisi informasi palsu, tidak valid, tidak bisa dipertanggungjawabkan, motifasinya menipu, memfitnah, memprovokasi dan hal-hal yang mengarah pada ketidakharmonisan dalam kehidupan. Padahal sejatinya komunikasi adalah penyampaian pesan yang bermanfaat bagi mitra tutur. Hal ini sepatutnya menjadi perhatian bagi kita semua yang masih menyimpan rasa peduli dengan kelayakan dan kebenaran informasi yang pantas disebar.

Beberapa bentuk konflik yang rentan muncul dari peristiwa berbahasa di media sosial yang tidak memperhatikan etika misalnya, seorang individu menggunakan bahasa kasar, menghina, atau melecehkan orang lain dengan membuat komentar yang merendahkan penampilan fisik, suku, atau orientasi seksual seseorang. Selain itu, media sosial sering menjadi tempat orang-orang berbagi pandangan politik. Bahasa yang tidak beretika, seperti mencaci maki atau menghina lawan politik, dapat memicu konflik dan memperlebar kesenjangan antara kelompok pendukung berbeda. Pada masalah yang lain,

pengguna media sosial kadang-kadang menggunakan bahasa yang merendahkan terhadap keyakinan agama orang lain. Ini dapat memicu konflik antaragama dan memperkeruh hubungan antar komunitas keagamaan.

Runtuhnya etika komunikasi dan kesantunan berbahasa dalam bermedia sosial ini paling tidak disebabkan oleh peranti komunikasi yang tidak diaplikasikan dengan tepat (Akmaluddin, 2017). Peranti komunikasi yang dimaksud adalah, *pertama*, dalam berkomunikasi, penutur (pengirim berita) seyogyanya menggunakan ujaran yang baik, pilihan kata yang digunakan perlu dicermati sehingga tidak menimbulkan reaksi negatif dari mitra tutur (penerima informasi) misalnya tidak menggunakan kata yang berkonotasi menghina, memojokkan dan meremehkan. *Kedua*, maksud yang terkandung dalam berita yang dikirim harus jelas, benar apa adanya, dan tidak berisi penipuan. *Ketiga*, efek yang ditimbulkan oleh berita yang dikirim perlu dipertimbangkan. Bila berita tersebut berdampak menyebabkan masyarakat resah, sikap kita adalah membantu menciptakan suasana kondusif. Caranya dengan tidak terjebak dan tidak ikut menyebarkan informasi hoax. Bagus sekiranya kita bisa melakukan klarifikasi melalui upaya pembuktian kebenaran berita tersebut kepada masyarakat.

Sebagai masyarakat yang masih peduli dengan informasi yang layak disebar, perlu diperhatikan etika dan kesantunan berkomunikasi yang diindikasikan dengan dua motivasi. *Pertama*, motivasi menjaga harkat dan martabat diri dengan mengirim berita yang menggunakan pilihan kata, atau ungkapan yang berkadar santun, tidak menghina, mencemooh, dan memojokkan orang lain. *Kedua*, motivasi menghormati orang lain sebagai penerima informasi yang kita sampaikan. Jika dua motivasi ini bisa

menjadi dasar pijakan dalam berkomunikasi dengan segala media sosial yang ada, potensi konflik bisa diminimalisasi, etika komunikasi bisa terbangun kembali, kesantunan berbahasa pun akan mewarnai setiap proses komunikasi. Namun, jika kedua motivasi ini tidak diterapkan dalam berkomunikasi, efek narasi kontroversial akan semakin menggurita di tengah-tengah masyarakat.

Dari berbagai media sosial yang ada, peneliti tertarik pada beberapa media sosial sebagai sumber data penelitian dengan alasan beberapa *platform* media sosial seperti *facebook, instagram, twitter, whatsApp*, dan lain-lain menjadi media paling populer di Indonesia dan di sebagian besar negara-negara lain. Pengguna *platform* media sosial ini telah menjangkau semua lapisan masyarakat pada berbagai rentang usia, pekerjaan, latar belakang pendidikan, status sosial, dan lain-lain. Hal ini berarti komunikasi melalui media sosial ini sangat intens sehingga data-data penelitian lebih mudah didapatkan. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau teori-teori baru tentang fenomena narasi teks media sosial yang berpotensi menyebabkan konflik. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan sumbangan gagasan dalam rangka mencegah terjadinya konflik yang lebih luas di dunia nyata.

B. METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif karena menggambarkan atau memaparkan fenomena yang diteliti (Mooney dalam Baedhowi, 2001: 95). Data berupa narasi percakapan komunikasi melalui media sosial. Penelitian ini termasuk dalam kelompok deskriptif karena bertujuan mendeskripsikan data dengan serinci mungkin dari setting yang natural. Adapun fokus penelitiannya adalah

penggunaan bahasa pada media sosial yang rentan menimbulkan konflik. Sumber data penelitian ini adalah dokumen yang berupa tulisan yang diunggah dalam media sosial *facebook*, *instagram*, *twitter*, *whatsApp* dalam wacana politik yang mengalami penyimpangan makna secara pragmatis. Sampel penelitian dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Artinya peneliti menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini subjek penelitian yang dimaksud adalah penggunaan bahasa pada berbagai media sosial. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, simak dan catat (Yin, 2000). Keabsahan data diupayakan melalui teknik triangulasi dan selanjutnya dianalisis menggunakan teknik content analysis dengan model interaktif dari Miles & Huberman (2004), dalam empat komponen, yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan/verifikasi. Selain itu, Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode observasi terhadap penggunaan bahasa di beberapa kanal media sosial berupa *facebook* dan *instagram*. Observasi dilakukan pada 10 sampai 23 Juni 2019. Peneliti membatasi pada dua kanal ini karena keduanya termasuk kanal media sosial paling banyak digunakan oleh pengguna. Setelah semua data yang diperlukan terkumpul, peneliti melakukan jejak audit yang berarti peneliti melakukan penelusuran dengan maksud memeriksa kembali data yang telah diperoleh (Akmaluddin, 2016). Artinya peneliti melakukan triangulasi terhadap keabsahan data dengan berpedoman pada indikator kesantunan berbahasa. Data yang diambil adalah data aktivitas berbahasa yang keluar dari idealisme berbahasa seperti: (a) berbahasa yang terkesan tidak menjaga martabat mitra tutur dan cenderung

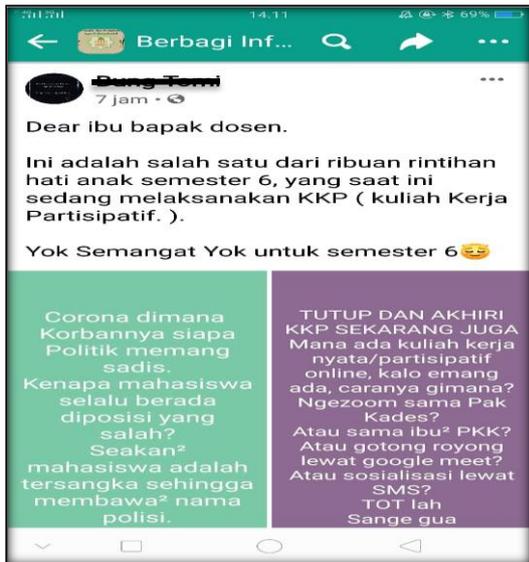
mempermalukan mitra tutur; (b) berbahasa yang berisi perkataan yang kurang baik mengenai diri mitra tutur atau orang atau barang yang ada kaitannya dengan mitra tutur; (c) ungkapan rasa senang atas kemalangan mitra tutur.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan diuraikan hasil penelitian dan pembahasan sebagai jawaban atas rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini. Data ini peneliti pilih yang berupa unggahan status yang ada di beberapa media sosial misalnya *facebook*, *instagram*, dan *WhatsApp* di internet. Dalam pembahasan ini peneliti mengambil sebagian data sesuai dengan keperluan klasifikasi. Data peneliti salin sesuai dengan bentuk aslinya. Data terklasifikasi berdasarkan makna dan bentuk. Berdasarkan makna status dan komentar menyatakan: doa, sindiran, keluhan atau kekecewaan, promosi, protes sosial, pemberian semangat, imbauan, pengumuman, kelakar, renungan. Berdasarkan bentuk status dan komentar berwujud: singkatan, akronim, bahasa alay, dan ungkapan. Berikut ini beberapa klasifikasi dan pembahasan rumusan masalah untuk menjawab masalah dalam penelitian ini.

1. Bentuk-Bentuk Ekspresi Bahasa Media Sosial

Produk bahasa di media sosial saat ini telah meluas dan tidak lagi terbatas pada tulisan semata, namun dilengkapi juga dengan berbagai gambar. Beberapa gambar berikut adalah bentuk-bentuk produk berbahasa di media sosial yang diambil peneliti sebagai wujud data dalam penelitian ini.

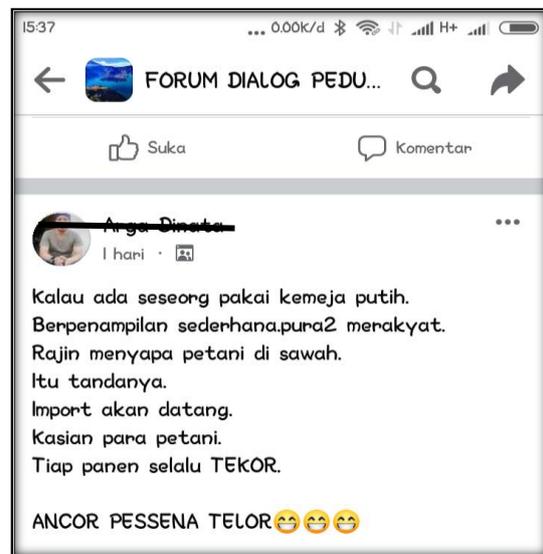


Gambar 1. Unggahan status di media sosial facebook dengan inisial pemilik akun BT

Tangkapan layar di atas adalah salah satu bentuk berbahasa di media sosial yaitu status seorang pengguna dengan inisial BT. Ditilik dari pilihan kata yang digunakan, pemilik status tersebut merupakan kaum terpelajar yaitu mahasiswa ditunjukkan dengan kata-kata *dosen, semester, kuliah kerja partisipatif, mahasiswa, kuliah kerja nyata*. Dalam unggahan statusnya, mahasiswa tersebut nampaknya tidak puas dengan model pelaksanaan kuliah kerja partisipatif yang terkesan membatasi gerak mahasiswa di lapangan. Model pelaksanaan KKP ini memang menyesuaikan dengan situasi pandemi yang masih mewabah sehingga mahasiswa yang mengikuti program diharuskan bekerja dari rumah masing-masing. Namun demikian, keluhan itu disampaikan dengan bahasa yang tidak mencerminkan kaum akademis. Bahasa akademis memiliki cir: (a) bahasa resmi, bukan bahasa pergaulan, (b) bersifat formal dan objektif, (c) nadanya tidak emosional, (d) keindahan bahasanya tetap diperhatikan (Kurniawan, 2016). Mengacu pendapat pakar tentang ciri bahasa akademis ini, kata dalam unggahan media sosial BT tersebut yang

tidak pantas digunakan oleh orang berpendidikan tinggi yaitu kata *sange*. Kata ini merupakan produk bahasa slang yang muncul di kalangan generasi milenial yang nuansa maknanya negatif. Kata *sange* diartikan berdasarkan pada pemakaiannya sehari-hari yang sama dengan nafsu birahi (Stevani, 2023).

Gambar 2. Unggahan status di grup media sosial facebook dengan inisial pemilik akun AD

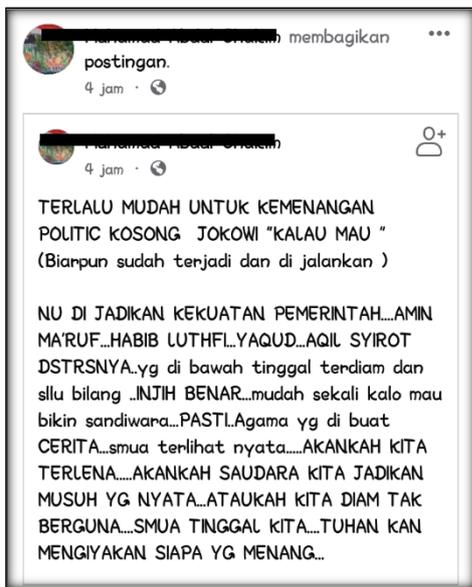


Status pada tangkapan layar salah satu media sosial dengan inisial pemilik akun AD di atas berisi sindiran terhadap situasi yang dalam pandangannya sering terjadi impor beberapa produk pertanian sedangkan petani dalam masa panen. Akibatnya, harga produk pertanian dalam negeri menjadi turun yang berakibat pada kurangnya pendapatan petani.



Gambar 3. Unggahan status di grup media sosial facebook dengan inisial pemilik akun AR

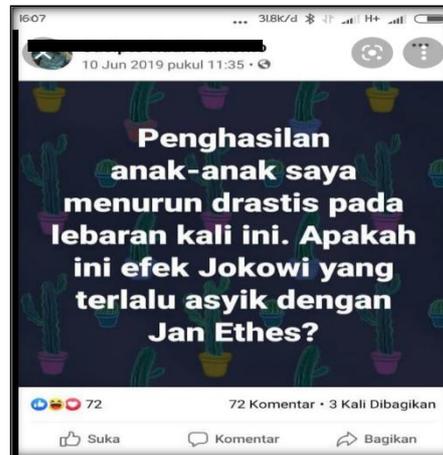
Senada dengan gambar 2 di atas, pada tangkapan layar gambar 3 berikut ini merupakan aktivitas berbahasa dalam rangka merespons masalah yang sama yaitu tentang impor di masa panen petani. Jika pada gambar 2 tidak disebutkan secara eksplisit suatu pihak, gambar 3 secara gamblang menyebut nama Presiden yang melakukan impor. Bahkan pada gambar 3 penulis status dengan inisial AR menyebutkan para pendukung Jokowi pada pilpres 2019 adalah orang-orang *ngeyel*. Hal ini tentu berpotensi membuat para pendukung Jokowi bereaksi sehingga terjadi konflik meski dalam skala kecil.



Gambar 4. Unggahan status di media sosial facebook dengan inisial pemilik akun MAC

Agenda politik selalu menjadi rawan konflik terlebih para pendukung kontestan sering membuat statemen-statemen propaganda yang terkadang tidak berdasar. Pernyataan yang mereka buat sebagai status di berbagai akun media sosialnya tampak sebatas asumsi yang didasari oleh rasa kebencian terhadap lawan politiknya. Justifikasi tanpa bukti menjadi sesuatu yang sangat mudah dilakukan. Hal ini tentu berpotensi menimbulkan kegaduhan di tengah masyarakat. Contoh sederhana situasi

ini tampak pada gambar 4 di atas yang merupakan unggahan status oleh pemilik akun dengan inisial MAC. Pemilik akun dengan inisial MAC menyebut kelompok tertentu bahkan pribadi seseorang hanya sebagai alat kekuasaan.



Gambar 5. Unggahan status di media sosial facebook dengan inisial pemilik akun SHP

Pembahasan pada bab sebelumnya telah menyinggung bahwa kebebasan berbahasa saat ini muncul tidak terlepas dari perkembangan sarana komunikasi. Kebebasan berbahasa ini tidak lagi mengindahkan etika berbahasa sebab pembicara dengan mitra tuturnya tidak langsung bertemu pada satu lokasi dan waktu terjadinya proses komunikasi. Oleh karena itu, seseorang bisa membuat pernyataan-pernyataan dengan nada meremehkan orang lain. Tangkapan layar status gambar 5 misalnya menjadikan suatu pihak sebagai kambing hitam dalam suatu permasalahan. Pemilik status dengan inisial SHP di atas dalam unggahan statusnya menuliskan bahwa penghasilan anak-anaknya turun sebagai efek Jokowi terlalu asyik dengan Jan Ethes. Secara tidak langsung, pemilik status mengungkapkan bahwa Jokowi sebagai representasi pemerintah tidak konsen dengan tugas dan tanggung jawabnya.



Gambar 6. Unggahan status di media sosial Instagram dengan inisial pemilik akun RGP

Dua tahun lebih wabah covid-19 mengganggu stabilitas berbagai sendi kehidupan. Efeknya beragam misalnya banyak masyarakat yang penghasilannya menurun bahkan sampai di PHK, pola pembelajaran berubah dari tatap muka langsung menjadi sistem daring sehingga dirasa tidak maksimal, interaksi dan komunikasi masyarakat pun dibatasi. Bahaya covid-19 ini semakin ganas hingga menelan jutaan korban. Dalam kondisi genting seperti ini, pemerintah baik pusat maupun daerah melakukan berbagai upaya untuk meminimalisasi dampak negatifnya misalnya menerapkan berbagai strategi. Salah satunya program Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Namun demikian, situasi seperti ini masih dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak puas dengan pemerintah sehingga membuat pernyataan provokatif sebagaimana tampak pada tangkapan layar status pemilik akun dengan inisial RGP pada gambar 6 di atas.

Data tangkapan layar status pemilik akun dengan inisial RGP pada gambar 6 tersebut membuat plesetan singkatan PPKM menjadi Pernah Percaya Kemudian Menyesal. Di satu sisi plesetan singkatan ini dibuat karena kebijakan pemerintah yang

selalu berubah. Selain itu, banyak pihak yang justru kekayaannya meningkat drastis di masa pandemi ini dan pihak-pihak ini adalah pejabat sehingga tidak berlebihan plesetan itu muncul.



Gambar 7. Ekspresi bahasa di ruang publik

Ekspresi berbahasa masyarakat selain pada media sosial elektronik juga ditemukan pada dinding kosong di pinggir-pinggir jalan. Ekspresi ini berupa lukisan yang disebut mural, didominasi oleh gambar dengan sedikit tulisan sebagai pelengkap. Ekspresi berbahasa berupa mural ini menggunakan diksi yang singkat namun maknanya yang terkadang menohok, mengkritik pedas sehingga terkadang menimbulkan efek geram pada pihak yang dituju. Kasus mural yang pernah menyita perhatian publik adalah lukisan wajah yang diduga Presiden Jokowi dengan mata tertutup bertuliskan *404: not found*.

Dalam bahasa computer pesan *404: not found* adalah kode respons standar *Hypertext Transfer Protocol* (http) yang dihasilkan saat pengguna mengakses tautan yang rusak atau mati. Itu adalah cara internet untuk mengatakan bahwa pengguna telah mencapai jalan buntu. Seiring berkembangnya teknologi, web pun demikian. Proses manual web menjadi otomatis dan kode status kesalahan: "404 Tidak Ditemukan" masih memiliki tempatnya di internet. Pesan itu menjadi sangat populer sehingga orang-orang mulai menggunakannya untuk berbagai

maksud misalnya untuk menolak lelucon yang tidak lucu, untuk barang-barang yang hilang mulai dari barang curian dan bahkan orang yang kabur dari penjara, dan bentuk kekecewaan murni secara emosional atau masalah yang tak terduga. Inilah yang menjadi dasar pembuat mural mengekspresikan dirinya.

Ekspresi berbahasa melalui mural pada gambar 7 di atas menjadi polemik, pro dan kontra pun tidak terhindarkan bahkan pembuat mural sempat menjadi target pencarian pihak kepolisian. Pesan ekspresi berbahasa melalui mural tersebut seolah mengatakan bahwa wajah yang mirip Jokowi tersebut telah hilang, kabur, tidak terlihat eksistensinya. Jika itu adalah Jokowi, pesan tersebut bermakna bahwa Presiden Jokowi dianggap tidak ada, pemerintah dianggap tidak hadir dalam penyelesaian berbagai permasalahan di tengah masyarakat.

2. Motif Penggunaan Bahasa Media Sosial

Motif penggunaan bahasa di media sosial dapat dilihat berdasarkan dua aspek yaitu aspek makna dan aspek bentuk bahasa. Kedua aspek ini diuraikan pada sub pembahasan di bawah ini.

A. Motif Penggunaan Bahasa di Media Sosial Berdasarkan Makna

1) Doa

X : Alhamdulillah diterima. Semoga Allah memudahkan. Pulau Dewata tunggu aku.

A : Aduh sampe lupa yah ada agenda seminar bhs ibu di Bali. Tenggat abstrak tgl berapa yah

B : oleh2 y bu...

C : hati2 y bu. mg lancar... amin

Data di atas menggambarkan aktivitas berbahasa di media sosial dengan nuansa makna bahasa yang digunakan adalah doa.

Hal ini dapat dilihat pada pernyataan *Semoga Allah memudahkan*. Atas unggahan status tersebut akhirnya dikomentari oleh beberapa orang di antaranya (A) mengomentari dengan kesan kaget dan diakhiri pertanyaan C “*Aduh sampe lupa yah ada agenda seminar bhs ibu di Bali. Tenggat abstrak tgl berapa yah*”. Selain itu, ada yang mengomentari dengan harapan yaitu (B) *oleh2 y bu...* Sementara itu, ada pula yang memberi komentar dengan peringatan dan doa (C): “*hati2 y bu. mg lancar... amin*”. Aktivitas berbahasa dalam kutipan ini menunjukkan adanya upaya saling memberi perhatian dan dukungan sehingga sangat mendukung terwujudnya komunikasi yang ideal dan jauh dari konflik antarpengguna media sosial.

2) Sindiran

X : Sesubuh ini listrik dah padam. Terima kasih PLN...

A : Kok berterima kasih pd PLN?

X : gaya bahasa tingkat tinggi Prof... hehehe

A : tak perlu berbahasa tinggi dg Perusahaan yng tidak sadar dg tugas pelayanan masyarakat itu!

Data ini berisi sindiran. Penulis status (X) menyindir: “*Sesubuh ini listrik dah padam. Terima kasih PLN...*”. Tulisan terima kasih PLN ditujukan kepada PLN yang tidak memberikan pelayanan dengan memuaskan karena listrik sering padam. Peristiwa berbahasa seperti yang tergambar dalam kutipan tersebut berpotensi menimbulkan konflik meski dalam skala kecil. Data tersebut menggambarkan bahwa ada pihak yang disudutkan dan dinilai tidak sadar dengan tugasnya yaitu PLN. Belum tentu padamnya listrik bukan karena kesalahan PLN semata namun bisa disebabkan hal-hal di luar kendali sehingga tidak layak digunakan untuk membuat generalisasi

bahwa PLN tidak sadar dengan tugas pelayanan.

3) Keluhan atau Kekecewaan

X : Pantas saja bau menyengat itu merebak sore ini menjelang pulang ktr, ternyata tanggul lapindo jebol parah.

A : Oh ya? Trus gimn kondisi di jln, aman
Pada data tersebut penulis status (X) mengeluh: "Pantas saja bau menyengat itu merebak sore ini menjelang pulang ktr, ternyata tanggul lapindo jebol parah." A berkomentar: "Oh ya? Trus gimn kondisi di jln, aman" Komentar tersebut berupa pertanyaan tentang kondisi akibat tanggul jebol. Status yang diunggah (X) pada data di atas menunjukkan keluhan dan pemilik status mengekspresikan keluhannya dengan bahasa di media sosial.

4) Promosi

X : BBM naik...? Ngga pusing.... VIAR solusi cerdas usaha anda. Hemat BBM. SIM C. Investasi Terjangkau, Bisa Kredit. Sparepart Lengkap. Biaya Perawatan lebih Murah. Ke Muncul aja..

A : siap mas...sambil ngobrol bisa jadi berita..siap ekspos Muncul Bursa Motor.. .momentnya pas nih ya mas..harga bbm naik barusan.....Viar memang jozzzzzz

B : Muncul terima tukar tambah gak?

C : Ciyus?

D : Mas Rhiez@ Pasti «dönk» ,, mtr apa \cup
 $\alpha \pi q \mathbb{M} \alpha \bar{u}$ ditukar mas?

Pada data tersebut penulis status (X) penjualan motor. Status tersebut kemudian diberi komentar oleh (A, B, C, dan D). Komentar A tersebut berisi persetujuan terhadap apa yang disampaikan oleh X. Komentar B, C, dan D berupa pertanyaan yang menghendaki jawaban.

5) Protes sosial

X : Aneh ya, Solusi AIDS kondomisasi, Solusi zina lokalisasi, Solusi narkoba rehabilitasi, Solusi nyalurin syahwat pacarisasi. Jangan heran kalau yang merebak: # pornoaksi # hamilisasi ujungnya... # aborsi. Secara gitu, wong kemaksiatan banyak sponsornya di negeri ini. Acara televisi menyuguhkan artis yang serba seksi. Perselingkuhan dan perceraian jadi gosip setiap hari. Hedonisme dan materialisme jadi idealisme anak negeri. Musik berbau maksiat jadi trend sampai ke pelosok negeri. Pacaran dan hamil di luar nikah dimaklumi LALU, DIMANA HATI NURANI? DIMANA AKHLAK ISLAM? Pertolongan Allah untuk negeri kita tercinta ini. Aamiin.

Pada data ini penulis status (X) melakukan protes dengan menulis status tersebut. Status tersebut merupakan ungkapan protes sosial terhadap keadaan di negeri ini. Kerusakan moral terjadi di mana-mana. Solusi yang diberikan oleh pemerintah atas kerusakan moral tersebut tidak menyelesaikan masalah. Pemerintah terkesan malah memberikan ruang dan tidak menghapus praktik-praktik tersebut. Status pada facebook itu muncul atas kondisi sosial masyarakat yang memprihatinkan tersebut.

6) Pemberian semangat

X : Kenapa mesti khawatir dengan kenaikan BBM? Padahal rezeki sudah dijamin oleh Allah bahkan jika satu pintu rezeki ditutup akan dibuka pintu lainnya.

A : Assw. Engkau biasax menyampaikan yg benar saudaraku.

X : Wlkmslm. Semeton. Mudah2an. Alhamdulillah bs jumpa lg via fb.

Pada data tersebut penulis status (X) memberikan semangat dengan menulis status tersebut. X memberikan semangat kepada pengguna *facebook* atas kenaikan harga BBM. Meskipun harga BBM naik, masyarakat tidak perlu khawatir akan rezekinya. Rezeki manusia sudah dijamin oleh Allah SWT. Status tersebut ditanggapi oleh A dengan menulis: “Assw. Engkau biasax menyampaikan yg benar saudaraku”. Komentar A tersebut menguatkan substansi status yang disampaikan oleh X.

7) Imbauan

X : Cari orang yang mau menerima kekurangan mu, dan dia yang tidak meninggalkan mu demi orang lain.

Status tersebut merupakan imbauan agar bersikap mau menerima apa adanya dan berserah diri pada Allah SWT. Imbauan ini merupakan bagian dari bentuk cara saling memberikan nasihat antarsesama. Saling bernasihat dalam hal kebaikan adalah perintah Allah sehingga perlu dilakukan.

8) Pengumuman

X : Kegiatan Pembentukan dan Pengembangan Relawan BPBD Kab. Bantul (01-05 Des 2014) dan dibuka langsung oleh Bupati.

A : Pesertanya cpa aja ki, , ,

B : Untuk Dik... siiipppp... kerja kalian memang luar biasa.....!??... lanjutkan!!

Pada data tersebut penulis status (X) menyampaikan pengumuman. Pengumuman yang disampaikan oleh X ditanggapi oleh A. A berkomentar dalam bentuk pertanyaan. B berkomentar dengan memberikan apresiasi.

9) Kelakar

X : BBM : Banyak Banyak Mikir, BBM : Bikin Bapak Mengeluh, BBM : Banyak Buruh Menjerit, BBM : Bakul Bakwan Manyuuun, BBM : Babu Babu Meronta..

A : Hahaha...sing ngisor dewe kui tak rani Babu Babu Montok je...

B : Barang Barang Melejit...

C : Bikin Babu Mewek

D : Boro Boro Menabung....

E : Bakul Buntul Meriang.

Pada data tersebut penulis status (X) menyampaikan kelakar dengan memplesetkan singkatan BBM. Singkatan yang sebenarnya adalah Bahan Bakar Minyak. Plesetan ini berkorelasi sebagai imbas kenaikan BBM. Singkatan tersebut kemudian diplesetkan juga oleh B, C, D, dan E.

10) Renungan

X : Madura adalah imajinasi tentang api yg tak pernah padam. Imajinasi tentang kuasa yg tak biasa. bagaimana kita membayangkan aplikasi yg mengalir tak terputus apinya.

A : Katanya k madura..mampir..Pak.

Data tersebut merupakan ungkapan perenungan tentang daerah Madura. Perenungan tentang semangat yang tak pernah padam.

B. Motif Penggunaan Bahasa Di Media Sosial Berdasarkan Bentuk

Status dan komentar pada data ini berdasarkan bentuk diperoleh klasifikasi sebagai berikut.

1) Singkatan

A : Gd luck!

B : Gunung Kidul pantai n jln nya bagus bingit.

C : Gmn rencana minggu terakhir?

D : sebenarx mau k pantai, pagi ini,, cuma bapakx diva lg ada acara sbentar jam 8,,,

Pada data di atas terdapat penggunaan singkatan sebagai motif berbahasa. Data (A) terdapat bentuk *Gd* yang merupakan singkatan dari *good* yang berarti *baik*. Pada (B) terdapat bentuk *n* sebagai singkatan dari *and* yang berarti *dan*, selain itu terdapat bentuk *jln* yang merupakan singkatan dari *jalan*. Data (C) terdapat bentuk *Gmn* yang merupakan singkatan dari *bagaimana*. Begitu juga pada data (D) terdapat fonem *x* pada kata *sebenarx* dan *bapakx* merupakan bentuk singkatan dari *nya*. Pada data ini juga terdapat bentuk *lg* yang merupakan singkatan dari *lagi*.

2) Akronim

X: Makanya ndak enak k Jawa pas liburan atau lebaran...pasti macet. Btw, **pulkam** baliak ya?

Akronim *pulkam* merupakan kependekan dari pulang kampung.

3) Bahasa alay

A : **Ciyus?**

B : Mas Rhiez@ Pasti «dönk» , , , mtr apa **Чáπρ η αύ** ditukar mas?

Kata *ciyus* dari kata *serius*. Kata-kata **Чáπρ η αύ** berarti yang mau.

4) Ungkapan

X : *Sabar kuwi luhur wekasane...*

Ungkapan tersebut berasal dari bahasa Jawa. *Sabar kuwi luhur wekasane*. 'Pada akhirnya orang yang sabar akan memperoleh kemuliaan' Itulah beberapa temuan penggunaan bahasa di media sosial pada internet.

3. Idealisme Berbahasa Media Sosial

Aktivitas berbahasa yang ideal, yang tetap dalam *frame* sopan santun di media sosial dalam rangka membangun komunikasi

yang efektif bukanlah sesuatu yang mustahil. Bukan pula sesuatu yang rumit jika kita memiliki iktikad kuat untuk itu. Berbahasa ideal berarti kita sedang mempertahankan bangunan komunikasi yang berprinsip pada asas kebermanfaatn.

Aktivitas berbahasa pada media sosial akhir-akhir ini rentan menimbulkan konflik karena konten berbahasa yang cenderung tidak terkontrol. Berbahasa pada media sosial seolah tidak mengenal etika berkomunikasi yang ideal antara pembicara (komunikator) dengan lawan bicara (komunikan). Etika dan kesantunan yang kita maknai sebagai ilmu tentang apa yang baik dan yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral, tentang kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak tidak lagi menjadi pegangan dalam berkomunikasi pada media sosial. Produk bahasa di media sosial saat ini telah meluas dan tidak lagi terbatas pada tulisan semata namun juga dilengkapi dengan berbagai gambar.

Segala bentuk kemudahan berbahasa dengan media komunikasi yang berkembang saat ini harus disikapi dengan bijak. Kemajuan teknologi tidak dapat dinafikan, ia sudah hadir menyeruak di tengah-tengah kehidupan kita. Beberapa bentuk sikap berikut ini kiranya layak kita miliki dalam berbahasa di media sosial.

Pertama, berbahasa menggunakan media sosial dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. Maksud kesadaran dalam hal ini adalah kita memahami bahwa melakukan sesuatu tentu memiliki tujuan. Tujuan inilah yang kemudian memandu kita dalam berbahasa di media sosial apakah sebuah produk bahasa layak disebar ke publik. Sementara tanggung jawab berkaitan dengan dampak atau akibat yang ditimbulkan dari suatu tindakan. Bertanggung jawab artinya adalah kemauan menanggung konsekuensi dari perilakunya.

Kedua, berbahasa menggunakan media sosial untuk keperluan positif. Media sosial dengan segala jenisnya sebagai bentuk kemajuan teknologi tidak hanya menyediakan konten positif sehingga kita perlu memilah konten yang dapat digunakan untuk keperluan positif. Konten positif didasarkan pada nilai kemanfaatan, kemanusiaan, dan kebaikan.

Ketiga menggunakan media sosial dengan penuh kejujuran. Media sosial tidak hanya memudahkan kita berkirim pesan dalam bentuk tulisan, namun bisa berupa pesan dalam gambar bahkan video. Media sosial yang ada saat ini sangat berpotensi manipulatif sehingga menggoda penggunaanya bertindak tidak jujur.

Selain beberapa sikap di atas, mewujudkan idealisme berbahasa di media sosial perlu memperhatikan beberapa hal. (a) Ketika berbahasa harus mampu menjaga martabat mitra tutur agar tidak merasa dipermalukan. (b) Ketika berbahasa tidak mengatakan hal-hal yang kurang baik mengenai diri mitra tutur atau orang atau barang yang ada kaitannya dengan mitra tutur. (c) Tidak mengungkapkan rasa senang atas kemalangan mitra tutur. (d) Produk bahasa yang dihasilkan dapat memberikan kebermanfaatan kepada mitra tutur. (e) Produk bahasa yang dihasilkan tidak berisi pujian terhadap diri sendiri secara berlebihan. (f) Produk bahasa yang dihasilkan mampu mengungkapkan rasa simpati terhadap apa yang dialami oleh mitra tutur. (g) Memahami suasana perasaan mitra tutur sehingga ketika berbahasa dapat membuat hati mitra tutur berkenan.

Untuk mengurangi kekecewaan lawan tutur, Brown dan Levinson (1987) menawarkan lima belas strategi tindakan kepada lawan tutur. Yaitu, (1) memperhatikan minat, keinginan, kelakuan, atau barang, misalnya *Wah, baru saja potong*

rambut ya... Omong-omong saya datang untuk meminjam sedikit tepung terigu; (2) melebihkan rasa ketertarikan, persetujuan, simpati, misalnya *Kebun Anda betul-betul luar biasa bagusnya;* (3) meningkatkan rasa tertarik, misalnya *Betul kan? atau Tahu maksud saya kan?;* (4) menunjukkan kesamaan jati diri/kelompok, misalnya *Bantu saya membawa tas ini ya nak?;* (5) mengusahakan persetujuan, misalnya, *Betul, hal itu sangat masuk akal.* (6) menghindari pertentangan, misalnya *Ya, memang kecil, tapi sebenarnya tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar;* (7) mempresuposisi persepsi sejumlah persamaan penutur, misalnya *Oh luka ini sakit sekali, ma* atau *Ya sayang, memang sakit sekali, saya tahu;* (8) membuat lelucon, misalnya *Tidak masalah kan kalau kue itu saya habisi saja;* (9) mempresuposisikan bahwa penutur memahami keinginan lawan tutur, misalnya *Ya saya tahu kamu tidak suka pesta, tetapi pesta ini baik untukmu, datanglah;* (10) membuat penawaran dan janji, misalnya *Saya akan singgah kapan-kapan minggu depan;* (11) menunjukkan rasa optimisme, misalnya *Ke depan masyarakat akan memiliki penegak hukum yang lebih baik;* (12) berusaha melibatkan mitra tutur dalam suatu kegiatan tertentu, misalnya *Kalau begitu, mari kita makan kue;* (13) memberikan dan meminta alasan, misalnya *Bagaimana kalau saya bantu bawa barang anda?;* (14) menawarkan suatu tindakan timbal balik, yaitu kalau lawan tutur melakukan X maka penutur melakukan tindakan Y, misalnya *Kalau kamu mau pinjam bukuku, saya pinjam tugasmu;* dan (15) memberikan rasa simpati kepada lawan tutur, misalnya: *Beritahu saya ya kalau ada yang bisa saya lakukan untuk anda.*

Beberapa hal di atas dapat digunakan sebagai panduan dalam berbahasa terutama di media sosial sehingga komunikasi yang kita

bangun tidak rentan menimbulkan konflik di masyarakat.

D. SIMPULAN

Bahasa adalah sesuatu yang dinamis, selalu berubah dan berkembang seiring dengan perkembangan budaya, wawasan, dan peradaban penuturnya. Perkembangan teknologi media komunikasi sebagai bagian dari perkembangan hasil pemikiran manusia turut memengaruhi perkembangan bahasa. Di satu sisi, perkembangan teknologi datang dengan segala bentuk tawaran kemudahan dalam ekspresi berbahasa. Tidak hanya menawarkan kemudahan, perkembangan teknologi juga ikut memperkaya unsur-unsur kebahasaan. Namun demikian, pada sisi yang lain perkembangan teknologi telah banyak menggeser pola ekspresi berbahasa penggunaannya. Setiap orang kini dengan mudah menyatakan pendapat, pemikiran, ide, dan gagasan.

Ekspresi berbahasa melalui media sosial kini tidak lagi hanya berupa tulisan namun disertai juga dengan gambar yang dapat mendukung ide dari tulisan yang dibuat. Sementara itu, motif berbahasa pada media sosial pun sangat beragam misalnya protes sosial, sindiran, imbauan, renungan, promosi, dan motivasi. Berdasarkan bentuknya, ekspresi berbahasa di media sosial pun menggunakan diksi dan gaya bahasa yang bervariasi sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

Proses berbahasa tidak lagi mengharuskan penutur dan mitra tutur untuk hadir di satu tempat dan waktu karena adanya perantara media komunikasi. Hal ini menyebabkan unsur-unsur non-kebahasaan yang dapat mendukung terwujudnya aktivitas berbahasa dengan baik tidak dapat digunakan. Situasi ini sangat membuka peluang terjadinya multitafsir terhadap

sebuah produk bahasa yang dihasilkan. Efek negatifnya, potensi konflik sangat rentan terjadi. Konflik pada berbagai skala baik yang bersifat horizontal maupun vertikal yang bermula dari bahasa media sosial sering terjadi di tengah masyarakat. Dalam pada itu, untuk meminimalisasi potensi konflik yang diakibatkan oleh ekspresi berbahasa di media sosial, perlu kiranya kita memiliki prinsip-prinsip yang ideal dalam berbahasa.

Daftar Pustaka

- Akmaluddin. (2016). Problematika Bahasa Indonesia Kekinian: Sebuah Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Ragam Tulisan. *Mabasan*, 10(2), 63–84.
- Akmaluddin. (2017). Hoax dan Runtuhnya Etika Komunikasi Oleh. *Lombok Post*, 11 April(1), 17.
- Budiyono. (2015). *Fenomena Komunikasi Politik dalam Media Sosial*. IPTEK-KOM, Vol. 17 No. 2, Desember 2015: 143-160
- Dharmawan, Arya Hadi, 2006. *Konflik-Sosial dan Resolusi Konflik: Analisis Sosio-Budaya (Dengan Fokus Perhatian Kalimantan Barat)*. Seminar PERAGI Pontianak 10-11 Januari 2006
- Katubi. (2010). *Bahasa dan Konflik*. 36(1), 29–51.
- Kurniawan, K. (2016). *Bahasa Indonesia Keilmuan untuk Perguruan Tinggi* (N. F. Atif (ed.); Ketiga). PT Refika Aditama.
- Miles, M.B. dan A. Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Nugrahani, Farida. 2018. Prosiding Kongres Bahasa Indonesia “Penggunaan Bahasa dalam Media Sosial: Cermin Pudarnya Karakter Bangsa”. Jakarta: *Prosiding Kongres Bahasa Indonesia*.

- Nurhaidah, M. Z. A. (2018). "Literasi Berbasis Aplikasi Digital Sebagai Upaya Politik Bahasa Di Sekolah Menengah Nurhaidah". Jakarta: *Prosiding Kongres Bahasa Indonesia*.
- Nuswantoro, A. R. (2017). Media Massa dalam Situasi Konflik: dari Bandwagon Effect Sampai Peace Narrative. *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 503. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i6.55>
- Sriyanto. 2018. "Penggunaan Bahasa dalam Media Sosial Suatu Tinjauan Linguistik Forensik: Studi Kasus Penggunaan Bahasa dalam Twitter". Jakarta: *Prosiding Kongres Bahasa Indonesia*
- Stevani, E. G. (2023). *Jangan Sembarangan Diucapkan! Inilah Arti Kata Sange, Bahasa Gaul yang Ternyata Bermakna Negatif* Artikel ini telah tayang di *TribunJatim.com* dengan judul *Jangan Sembarangan Diucapkan! Inilah Arti Kata Sange, Bahasa Gaul yang Ternyata Bermakna Negatif*, [htt. Tribunjatim.Com](http://Tribunjatim.Com).
<https://jatim.tribunnews.com/2023/03/06/jangan-sembarangan-diucapkan-inilah-arti-kata-sange-bahasa-gaul-yang-ternyata-bermakna-negatif>
- Sumarsono. 2011. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Untari, Dewi. 2018. "Gaya Bahasa dalam Meme di Media Sosial". Jakarta: *Prosiding Kongres Bahasa Indonesia*.
- Quinn, George. 2018. "Bergawai-ria Merenungkan Pendemokrasian Teknologi Digital dalam Pemelajaran Bahasa". Jakarta: *Prosiding Kongres Bahasa Indonesia*.