

Penggunaan Bahasa Indonesia di Media Sosial

Ati Sandi Rohayati

Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Langlangbuana

e-mail: Kikinessa75@gmail.com

Abstract

Research in the field of sociolinguistic analysis has been conducted extensively to understand the use of language in social media, including the use of Indonesian language. This research aims to analyze and explain the phenomenon of Indonesian language use in social media based on sociolinguistic aspects. The research method used is descriptive method with data collection through the analysis of message meanings from previous studies on similar themes. This research provides a better understanding of Indonesian language use in social media from a sociolinguistic perspective. Further research can develop new concepts and sociolinguistic theories to further understand the use of language in social media which is increasingly complex and diverse.

Keywords: Indonesian language, sociolinguistics, social media.

Abstrak

Penelitian dalam bidang analisis sosiolinguistik telah banyak dilakukan untuk memahami penggunaan bahasa di media sosial, termasuk penggunaan bahasa Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan fenomena penggunaan bahasa Indonesia di media sosial berdasarkan aspek sosiolinguistik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pengumpulan data melalui analisis makna pesan terhadap penelitian-penelitian terdahulu mengenai tema yang serupa. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan bahasa Indonesia di media sosial dari perspektif sosiolinguistik. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan konsep-konsep baru dan teori-teori sosiolinguistik untuk memahami lebih jauh penggunaan bahasa di media sosial yang semakin kompleks dan beragam.

Kata Kunci: Bahasa Indonesia, sosiolinguistik, Media Sosial

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia adalah bahasa utama yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, meskipun ada saat-saat di mana bahasa tersebut menjadi bahasa kedua setelah bahasa ibu karena keadaan bilingual atau multilingual. Pada abad ke-20, para pejuang kemerdekaan menyadari pentingnya memiliki satu bahasa nasional untuk menyatukan seluruh rakyat Indonesia.

Dengan Sumpah Pemuda pada tahun 1928, Bahasa Indonesia dipilih sebagai bahasa persatuan. Setelah kemerdekaan Republik Indonesia pada tahun 1945, Bahasa Indonesia menjadi bahasa resmi pemerintah dan administrasi, dan digunakan dalam situasi formal seperti pidato, penulisan, dan media massa resmi. Bahasa Indonesia juga merupakan bahasa formal yang digunakan sebagai media komunikasi di sekolah-sekolah dan perguruan tinggi serta acara-acara resmi lainnya.

Bahasa gaul, yang seharusnya menjadi bahasa per-gaulan, telah masuk ke dalam praktik pendidikan. Idealnya, semua generasi bangsa Indonesia harus mampu menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar baik secara lisan maupun tulisan.

Hal ini sangat penting karena Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional yang mempersatukan negeri ini (Puspitasari, 2017).

Bahasa yang digunakan dalam konteks sosial disebut dengan sosiolinguistik. Sosiolinguistik adalah studi yang menekankan pada penggunaan bahasa oleh penuturnya di dalam kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat. Studi ini menghasilkan aturan dan panduan mengenai penggunaan bahasa dalam aktivitas manusia di dalam masyarakat. Sosiolinguistik menggunakan teori dan disiplin lain yang terkait dengan penggunaan bahasa seperti sosiologi, psikologi, dan antropologi. Sosiolinguistik memandang bahasa sebagai sarana interaksi di dalam masyarakat, bukan hanya sebagai sistem bahasa. Oleh karena itu, semua konsep sosiolinguistik tidak dapat dipisahkan dari hubungan bahasa dengan kegiatan masyarakat (Mujib, 2009) Dalam sosiolinguistik, media sosial telah memberikan pengaruh pada cara bahasa digunakan dan dipahami dalam masyarakat.

Sebagai contoh, terdapat perbedaan dalam gaya penulisan dan struktur kalimat antara bahasa yang digunakan di media sosial dan bahasa formal seperti surat atau laporan. Media sosial juga memengaruhi penggunaan kata dan frasa dalam bahasa, dan bahkan menghasilkan bahasa baru seperti emoji dan singkatan. Namun, pengaruh media sosial pada bahasa juga dapat berdampak negatif, seperti mengurangi kemampuan menulis dan membaca dengan benar di kalangan pengguna media sosial. Untuk memahami dampak media sosial pada bahasa dan masyarakat, studi sosiolinguistik terus berkembang dalam mengembangkan metode dan teori yang relevan untuk memeriksa fenomena sosial dan linguistik di era digital ini.

Teknologi yang berkembang pesat di Indonesia memberikan peran penting bagi generasi milenial. Salah satu contohnya adalah media sosial yang memudahkan orang untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara online tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat. Saat ini, TikTok, YouTube, dan Instagram menjadi platform digital yang sangat digemari oleh masyarakat, terutama para pemuda. Platform digital ini memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk menunjukkan kreativitas dan bakat mereka dengan membagikan video atau unggahan foto yang dapat dipublikasikan (Mujayyidah & Cahyo, 2023).

METODE

Metode adalah cara yang harus dilaksanakan atau diterapkan; sedangkan teknik adalah cara melaksanakan metode (Sudaryanto 2015:9). Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif sedangkan strategi penelitian menggunakan analisis atau mengamati isi dari penelitian terdahulu. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial atau masyarakat pada penelitian-penelitian terdahulu, karena banyaknya kesalahan bahasa yang tidak benar terdapat pada postingan masyarakat pengguna instagram tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis berdasarkan langkah-langkah yang digunakan yaitu dengan mengklarifikasikan data tersebut sesuai dengan permasalahan yang dibahas. Setelah itu akan disimpulkan berdasarkan hasil analisis data tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Inggit Shivani Kartika Ayu Kusumawardani pada jurnalnya yang berjudul "Pergunaan Bahasa Indonesia di Media Sosial "Instagram", bahwa Pembahasan diksi yang tidak sesuai digunakan pada penulisan status atau judul dalam foto di Instagram: "Fix ini anak baba". Kata "fix" dapat diartikan sebagai "pasti" atau "tepat", namun kata ini tidak umum digunakan dalam bahasa Indonesia sehari-hari dan lebih sering digunakan dalam bahasa Inggris. Selain itu, kata "baba" merupakan kata slang yang tidak umum digunakan dalam bahasa Indonesia untuk merujuk pada ayah atau bapak. Penggunaan kata-kata slang atau bahasa campuran dalam status atau judul Instagram dapat membingungkan pembaca yang tidak mengerti artinya.

"Hmm gaada brand deodoran mau endorse freya? itu meskipun belipet- lipet, tapi putih dan wangi loh" Penggunaan kata "gaada" bukanlah bentuk yang benar dalam bahasa Indonesia, yang seharusnya adalah "tidak ada". Kata "belipet-lipet" bukanlah kata yang umum digunakan dan tidak memiliki arti yang jelas. Selain itu, penggunaan bahasa Inggris dalam kata "endorse" dapat membingungkan pembaca yang tidak mengerti artinya. "Saya rela bertukar tempat gantiin Faiza untuk sakit"

Penggunaan kata "gantiin" bukanlah bentuk yang benar dalam bahasa Indonesia, yang seharusnya adalah "menggantikan". Penggunaan kata-kata yang tidak baku dapat memperumit pemahaman dan mengurangi kredibilitas penulis di mata pembaca. Penting untuk menggunakan diksi atau pilihan kata yang tepat dan baku dalam penulisan status atau judul di Instagram. Penggunaan bahasa slang atau campuran dan penulisan yang tidak sesuai dengan KBBI dapat membingungkan pembaca dan mengurangi kredibilitas penulis.

Berikutnya adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Rai Bagus Triadi dengan judul "Pergunaan Makian Bahasa Indonesia Pada Media Sosial (Kajian Sociolinguistik)". Dalam hasil penelitiannya ia menjelaskan makian dalam Bahasa Indonesia pada kajian sociolinguistik Wijana (2006:119) memaparkan bahwa dilihat dari referensi, sistem makian dalam bahasa Indonesia dapat digolongkan menjadi bermacam-macam, yakni (1) keadaan, (2) binatang, (3) benda, (4) bagian tubuh, (5) kekerabatan, (6) makhluk halus, (7) aktivitas, (8) profesi dan (9) seruan.

Penelitian terakhir adalah yang dilakukan oleh Meilan Arsati dan Leli Nisfi setiana yang berjudul "Pudarnya Bahasa Indonesia di Media Sosial (Sebuah Kajian sociolinguistik Pergunaan Bahasa Indonesia)". Analisis ini memberikan pembahasan dan hasil menurut salah satu pendapat yaitu Menurut Ambar (2018), bahasa yang sering digunakan di media sosial seperti Twitter biasanya disebut sebagai internet slang. Internet slang adalah jenis bahasa yang umum digunakan oleh pengguna internet dengan tujuan mempercepat komunikasi dan mengekspresikan emosi. Untuk mencapai tujuan ini, internet slang menggunakan huruf dengan suara yang sama, tanda baca, huruf kapital, onomatopeia, dan emotikon. Selain internet slang, bahasa formal, bahasa informal atau bahasa percakapan, bahasa campuran, frasa, idiom, dan jenis bahasa lainnya juga digunakan di media sosial.

Dalam penggunaan media sosial, terdapat berbagai jenis bahasa yang digunakan oleh pengguna. Pertama, terdapat bahasa formal yang mengacu pada bahasa Indonesia baku sesuai dengan KBBI dan EBI. Bahasa formal ini biasanya digunakan oleh pejabat, dosen, guru, praktisi pendidikan, peneliti, atau pegawai instansi dalam media sosial seperti Facebook, Wikipedia, forum daring, dan situs ulasan lainnya. Kedua, terdapat bahasa informal yang sering digunakan oleh masyarakat atau warganet karena konteks media sosial yang tidak formal. Bahasa informal ini dipengaruhi oleh

budaya setempat atau bahasa daerah dan dapat ditemukan di media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Ketiga, terdapat bahasa daerah yang cukup banyak digunakan dalam percakapan sehari-hari dan juga diterapkan dalam media sosial oleh para pengguna seperti bahasa Betawi, Jawa, atau Ngapak. Keempat, terdapat bahasa asing seperti bahasa Inggris yang dipelajari oleh masyarakat Indonesia dan pengaruhnya terlihat pada kosakata dan alat elektronik yang digunakan untuk mengakses media sosial. Kelima, terdapat variasi penggunaan bahasa dalam media sosial seperti penggunaan huruf homofon yang mengacu pada huruf yang memiliki kesamaan bunyi dengan kata yang diucapkan seperti kependekan kata dan singkatan kata dalam bahasa asing. (Arsanti & Setiana).

Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan bahasa Indonesia, dimana bahasa yang digunakan di media sosial sering kali tidak sesuai dengan aturan kebahasaan dan telah mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial juga telah menciptakan istilah-istilah baru, baik yang diserap langsung dari bahasa Indonesia maupun campuran dengan bahasa asing.

Namun, hal ini dapat mengancam kemurnian bahasa Indonesia jika tidak diatur dengan baik karena masyarakat atau warganet yang terbiasa menggunakan kosakata atau istilah yang tidak baku atau standar dalam kehidupan sehari-hari. Contoh kosakata baru yang sering digunakan dalam media sosial seperti viral, hoaks, COD, GWS, RIP, OTW, BTW, online, offline, netizen, sharing, share, hashtag, posting, upload, download, repost, latepost, screenshot, selfie, ngesive, story, realpict, dan lain-lain. Kosakata tersebut sering kali dipengaruhi oleh bahasa asing. Jika hal ini terus dibiarkan, maka bahasa Indonesia dapat kehilangan daya tariknya dan generasi muda dapat kehilangan pemahaman yang tepat mengenai bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk memperbaiki dan menjaga kemurnian bahasa Indonesia agar tetap sesuai dengan aturan kebahasaan. (Arsanti & Setiana)

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis sosiolinguistik penggunaan bahasa Indonesia di media sosial Instagram, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa utama yang digunakan oleh pengguna media sosial Instagram di Indonesia. Meskipun penggunaan istilah-istilah bahasa asing terkadang terlihat, namun bahasa Indonesia masih menjadi bahasa yang dominan. Penggunaan bahasa gaul atau bahasa nonformal di media sosial Instagram semakin banyak digunakan. Terdapat berbagai jenis bahasa gaul seperti singkatan, akronim, dan kosakata baru yang tercipta di media sosial.

Pemakaian bahasa gaul di media sosial Instagram juga dapat dianggap sebagai bentuk identitas budaya bagi generasi muda Indonesia, terutama dalam hal ungkapan dan pernyataan yang memperlihatkan kedekatan dengan kelompok teman sebaya. Meskipun begitu, pemakaian bahasa gaul di media sosial Instagram juga mengakibatkan adanya pergeseran penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam penulisan dan penggunaan ejaan.

Penggunaan bahasa daerah di media sosial Instagram masih tergolong rendah, namun penggunaan bahasa daerah semakin berkembang di kalangan pemuda dan remaja Indonesia sebagai bentuk pelestarian dan identitas budaya. Dalam kesimpulannya, penggunaan bahasa Indonesia di media sosial Instagram terus berkembang dan berubah seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dalam hal ini, penting bagi kita untuk tetap memperhatikan kaidah-kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, D. Y. (2020). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBELAJARAN. PROSIDING SAMASTA. From <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/SAMASTA/article/view/7146/4424>
- Agustina, N., Sudradjat, R. T., & Isnaini, H. (2022). ANALISIS SEMIOTIKA PADA PUISI “DALAM DOA: II” KARYA SAPARDI DJOKO DAMONO. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(5).
- Arbi, F., & Dewi, S. I. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT FOTOGRAFI PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI KAMERA INDONESIA MALANG. *Jurnal ilmu politik dan ilmu sosial*. From <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1474>
- Arsanti, M., & Setiana, L. N. (n.d.). Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia di Media Sosial di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia). *Lingua Franca*.
- Gunawan, H. (2023). penggunaan Bahasa Gaul pada Media Sosial Instagram Di kalangan Remaja. *JIMPS*. From <https://jim.usk.ac.id/sejarah/article/view/23613/11050>
- Gustiasari, D. R. (2018). PENGARUH PERKEMBANGAN ZAMAN TERHADAP PERGESERAN TATA BAHASA INDONESIA; STUDI KASUS PADA PENGGUNA INSTAGRAM TAHUN 2018. *Jurnal Renaissance*. From <http://www.ejournal-academia.org/index.php/renaissance>
- Isnaini, H. (2023). *Semesta Sastra (Studi Ilmu Sastra): Pengantar Teori, Sejarah, dan Kritik*. Bandung: CV Pustaka Humaniora.
- Isnaini, H., & Lestari, R. D. (2022). Hawa, Taman, dan Cinta: Metafora Religiositas pada Puisi-Puisi Sapardi Djoko Damono. *Jurnal Gurindam: UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, Volume 2, Nomor 2, 1-14.
- Isnaini, H., Permana, I., & Lestari, R. D. (2022). Mite Sanghyang Kenit: Daya Tarik Wisata Alam di Desa Rajamandala Kulon Kabupaten Bandung Barat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, Volume 1, Nomor 2, 64-68.
- KUSUMAWARDANI, I. S. (n.d.). Penggunaan Bahasa Indonesia di Media Sosial ” Instagram”. osf.io.
- Mujayyidah, F. N., & C. H. (2023). Analisis Ragam Bahasa dalam Media Sosial TikTok. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Mujib, A. (2009). Hubungan Bahasa dan Kebudayaan. *adabbiyat*.
- Sunarti, S., Yusup, M., & Isnaini, H. (2022). NILAI-NILAI NASIONALISME PADA PUISI “DONGENG PAHLAWAN” KARYA WS. RENDRA. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(4), 253-260.
- Suryawin, P. C., Wijaya, M., & Isnaini, H. (2022). Tindak Tutur (Speech Act) dan Implikatur dalam Penggunaan Bahasa. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, Volume 1, Nomor 3, 29-36.