

Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia Di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia)

¹Nazwa Fitriana, ²Achmad Zulfikar Siregar

^{1,2} Program Studi Hukum, Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

ARTICLE INFO

Kata kunci:
bahasa Indonesia,
media sosial,
sociolinguistik,
warganet,
generasi muda

Keywords:
Indonesian,
social media,
sociolinguistics,
netizens,
young generation

Email:
nazwafitriana80@gmail.com

ABSTRACT

Pesona bahasa Indonesia saat ini semakin memudar terlebih dengan menjamurnya media sosial. Pengguna media sosial yang disebut warganet kerap menggunakan istilah-istilah atau kosakata yang tidak sesuai dengan aturan kebahasaan. Hal tersebut berdampak pada cara komunikasi masyarakat Indonesia karena terbawanya bahasa yang digunakan pada media sosial dalam kehidupan sehari-hari baik lisan maupun tulis. Penggunaan bahasa pada status media sosial warganet dari perspektif sociolinguistik menjadi kajian dalam tulisan ini. Ada 15 macam penggunaan bahasa Indonesia di media sosial oleh warganet. Penggunaan bahasa Indonesia tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu 1) pergaulan, 2) gengsi, dan 3) iklan. Penggunaan bahasa Indonesia oleh warganet di media sosial tersebut akan mengancam kemurnian bahasa Indonesia. Generasi muda akan lebih gemar menggunakan bahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan aturan kebahasaan. Bahkan bisa jadi mereka tidak tahu bahasa Indonesia yang baik dan benar. Oleh karena itu, ada 10 langkah yang dapat dilakukan untuk melestarikan bahasa Indonesia agar pesona bahasa Indonesia tidak pudar. Artikel ini ditulis dengan harapan memberikan wawasan kepada pembaca terkait perkembangan bahasa Indonesia di era milenial dengan menjamurnya platform media sosial.

The charm of bahasa Indonesia (Indonesian language) is decreasing due to the increasing amounts of social media platforms. Warganet Indonesian term of social media users- uses slang or new vocabulary that is not accordance with the Indonesian language system. As the consequences, the spoken and written language of Indonesian society are being affected. The warganet's language use in their social media platforms' status seen from the sociolinguistics perspective becomes the focus of the study. Warganet have 15 types of Bahasa Indonesia use in their social media platforms. There are three factors that influence the use of bahasa Indonesia i.e. 1) society, 2) self-esteem, and 3) advertisement. The way warganet use Bahasa Indonesia in their social media platform will threaten the purity of bahasa Indonesia. Young generation will prefer to use slang to the bahasa Indonesia based on the language system. Moreover, there is also possibility that they might not even know the right Indonesian language system. Therefore, there are 10 ways to preserve the charm of bahasa Indonesia from extinction. This study is conducted in order to give knowledge to the readers about the development of bahasa Indonesia in the millennial era as the increasing of social media platforms.

Copyright © 2025 Jurnal Sosial Politik dan Hukum.

All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia mempunyai kedudukan penting bagi bangsa Indonesia, yaitu sebagai bahasa persatuan, bahasa nasional, dan bahasa negara. Kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan sesuai dengan ikrar ketiga Sumpah Pemuda yang berbunyi “Kami putra dan putri Indonesia menjunjung bahasa persatuan bahasa Indonesia.” Dikutip dari laman Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (2020) bahwa pada tanggal 28 Oktober 1928 Sumpah Pemuda diikrarkan oleh para pemuda dari berbagai pelosok Nusantara. Oleh karena itu, pada tanggal tersebut menjadi hari lahir bahasa Indonesia. Selain sebagai bahasa persatuan, pada tahun 1928 bahasa Indonesia juga dikukuhkan kedudukannya sebagai bahasa nasional. Selanjutnya pada

*Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia Di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia)–
Nazwa Fitriana, et.al*

tanggal 18 Agustus 1945 bahasa Indonesia dinyatakan kedudukannya sebagai bahasa negara. Pada saat itu Undang-Undang Dasar 1945 disahkan sebagai Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia. Dalam Undang-Undang Dasar 1945 disebutkan bahwa bahasa negara ialah bahasa Indonesia (Bab XV, Pasal 36).

Kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan tentunya sudah diketahui oleh masyarakat bahwa dalam berkomunikasi antarsuku menggunakan bahasa Indonesia. Hal tersebut agar tidak terjadi salah paham pada saat berkomunikasi. Bahasa Indonesia sebagai alat berkomunikasi masyarakat Indonesia yang sah dan diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945. Menurut Keraf (1997:1) bahasa ialah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Oleh karena Indonesia kaya akan bahasa daerah maka dalam berkomunikasi masyarakat menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu.

Pada dasarnya, bahasa memiliki fungsi-fungsi tertentu yang digunakan berdasarkan kebutuhan seseorang, yakni sebagai alat untuk mengekspresikan diri, sebagai alat untuk berkomunikasi, sebagai alat untuk mengadakan integrasi dan beradaptasi sosial dalam lingkungan atau situasi tertentu, dan sebagai alat untuk melakukan kontrol sosial (Keraf, 1997: 3). Pada era milenial ini bahasa tidak sekadar sebagai alat berkomunikasi, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri terutama bahasa yang digunakan pada media sosial.

Hopkins (2008) mendefinisikan media sosial sebagai istilah yang tidak hanya mencakup berbagai platform media baru, tetapi juga menyiratkan dimasukkannya sistem seperti FriendFeed, Facebook, dan lain-lain yang pada umumnya dianggap sebagai jejaring sosial. Idenya adalah bahwa berbagai platform media yang mempunyai komponen sosial dan sebagai media komunikasi publik. Definisi tersebut diikuti oleh Valenza (2014) bahwa media sosial adalah platform internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi secara segera dan berkomunikasi secara terus menerus dengan komunitasnya. Berdasarkan definisi dari para ahli tersebut dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan salah satu platform atau media untuk berkomunikasi dengan orang lain dalam sebuah jaringan internet.

Kemenkominfo (2013) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Enam tahun kemudian berdasarkan hasil riset Wearesosial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi (Databoks 2017). Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia sudah tidak bisa dipisahkan dengan internet dan media sosial.

Pada era digital platform media sosial seperti Facebook, Whatsapp, Instagram, Tweeter, Youtube, dll. sudah menjadi bagian hidup sebagian besar masyarakat Indonesia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Kehadiran media sosial di tengah-tengah masyarakat saat ini menjadi fenomena tersendiri. Bahkan hampir semua lini kehidupan masyarakat tidak bisa dipisahkan dari media sosial. Dampaknya media sosial saat ini mengubah budaya dan cara berkomunikasi masyarakat Indonesia terutama generasi milenial. Dahulu masyarakat senang berkomunikasi secara langsung. Akan tetapi, saat ini masyarakat lebih senang berkomunikasi menggunakan media sosial. Bahkan ketika sedang bersama atau berkumpul pun masyarakat sibuk dengan media sosial masing-masing. Artinya walaupun sedang bersama, tetapi komunikasi kurang terjalin dengan baik.

Menurut Putri (2017) bahasa Indonesia memegang peranan penting pada semua aspek kehidupan. Saat ini adalah era millennial, masa adanya peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media dan teknologi digital. Hal tersebut berdampak pada perkembangan

bahasa Indonesia. Keadaan yang ada sekarang adalah fungsi bahasa Indonesia mulai digantikan atau tergeser oleh bahasa asing dan adanya perilaku yang cenderung menyelipkan istilah asing, padahal padanan dalam bahasa Indonesianya ada, dikarenakan sikap yang meyakini bahwa akan terlihat modern, dan terpelajar dan dengan alasan mempermudah komunikasi di era millennial. Hal ini tentu saja akan mengancam kemurnian bahasa Indonesia padahal bahasa menjadi bagian terpenting dalam berkomunikasi menggunakan media sosial.

Penggunaan bahasa dalam media sosial menjadi kajian yang menarik dari pemerhati atau praktisi bahasa di Indonesia bahkan dunia. Hal tersebut karena media sosial memberi pengaruh kurang baik terhadap perkembangan bahasa nasional masing-masing karena penggunaannya tidak sesuai dengan tata bahasa baku yang telah ditentukan. Demikian halnya dengan penggunaan bahasa Indonesia pada media sosial masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial.

Dalam berkomunikasi menggunakan media sosial masyarakat khususnya generasi milenial memang tidak diharuskan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Tidak ada aturan baku tentang penggunaan bahasa Indonesia di media sosial. Walaupun tidak ada aturan baku tentang penggunaan bahasa pada media sosial, tetapi dalam bermedia sosial bisa menggunakan bahasa baku atau bahasa formal. Hal tersebut karena penggunaan media sosial pada konteks nonformal, sehingga tidak harus taat aturan kebahasaan. Akan tetapi, penggunaan bahasa pada media sosial dapat mencerminkan siapa penggunanya. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Arsanti (2017:211) dalam makalahnya yang berjudul "Siapa Dia? Lihatlah Bahasa pada Media Sosialnya" bahwa karakteristik atau identitas masyarakat bisa dilihat dari bahasa pada media sosialnya. Berbagai karakter dari warganet bisa dilihat dari unggahan-unggahan status media sosialnya.

Tidak adanya aturan baku penggunaan bahasa Indonesia pada media sosial menyebabkan pudarnya kemurnian bahasa Indonesia itu sendiri. Akibatnya bahasa Indonesia digunakan secara serampangan karena tidak sesuai dengan kaidah tata bahasa baku bahasa Indonesia. Tidak pakemnya penggunaan bahasa Indonesia dalam media sosial tersebut disebabkan oleh perkembangan teknologi. Selain itu, penggunaan bahasa Indonesia pada media sosial juga dipengaruhi oleh faktor budaya, bahasa daerah, dan kata-kata serapan "bahasa media sosial" lainnya. Bahasa asing juga memberikan pengaruh besar terhadap pudarnya kemurnian bahasa Indonesia. Secara umum hal tersebut diakibatkan oleh arus modernisasi dan globalisasi yang sedang terjadi saat ini.

Menurut Riyandi (2018) di Indonesia Facebook menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak. Berdasarkan data dari We Are Social and Hootsuite, jumlah pengguna Facebook dari Indonesia pada tahun 2018 mencapai 130 juta akun. Pada awal kemunculannya, Facebook bahkan menjadi media sosial yang paling populer. Dengan kondisi seperti ini, penyebaran bahasa Indonesia hasil modifikasi dapat dengan mudah tersebar melalui Facebook. Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), Sembiring (2013) mengatakan situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India.

METODE

Metode adalah cara yang harus dilaksanakan atau diterapkan; sedangkan teknik adalah cara melaksanakan metode. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif sedangkan strategi penelitian menggunakan analisis atau mengamati isi dari penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial atau masyarakat, karena pudarnya pesona bahasa Indonesia terdapat pada postingan masyarakat di media sosial 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

Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Sosial

Menurut Ambar (2018) bahasa yang umum digunakan dalam berbagai media sosial seperti Twitter kerap disebut dengan istilah *internet slang*. *Internet slang* secara umum diartikan sebagai jenis bahasa yang umum digunakan oleh orang-orang di internet. Tujuan penggunaan *internet slang* ini adalah untuk mempercepat komunikasi dan mengekspresikan emosi. Untuk itu, *internet slang* banyak menggunakan huruf dengan suara yang sama, tanda baca, huruf kapital, *onomatopoeic*, dan *emoticon*. Jenis bahasa lain yang digunakan dalam media sosial adalah bahasa formal, bahasa informal atau bahasa percakapan, bahasa gado-gado, frasa, idiom, dan lain-lain. Penggunaan bahasa Indonesia pada media sosial dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Bahasa Formal

Dalam bermedia sosial banyak juga yang menggunakan bahasa formal. Bahasa formal yang dimaksud adalah bahasa Indonesia baku yang sesuai dengan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dan EBI (Ejaan Bahasa Indonesia). Biasanya pengguna media sosial yang menggunakan bahasa formal adalah para pejabat, rektor, dosen, guru, praktisi pendidikan, peneliti atau pegawai instansi. Walaupun tidak sepenuhnya menggunakan bahasa formal, tetapi setidaknya kosakata yang digunakan baku atau tidak menggunakan bahasa internet slang. Contohnya penggunaan bahasa pada media sosial Facebook milik Rektor Universitas Negeri Semarang berikut ini.



Gambar 1. Contoh bahasa formal
Sumber : Akun Facebook Fatur Rochman

Selain media sosial Facebook, salah satu aplikasi media sosial yang pada umumnya menggunakan bahasa formal adalah proyek kolaboratif seperti Wikipedia, situs *social bookmarking*,

Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia Di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia)- Nazwa Fitriana, et.al

forum-forum daring, dan situs-situs ulasan lainnya. Hal tersebut karena berkaitan dengan pengetahuan, maka isi pesan pun disampaikan dengan menggunakan bahasa formal yang sesuai dengan aturan tata bahasa agar dapat dimengerti dan dipahami oleh pembaca.

2. Bahasa Informal

Oleh karena konteks media sosial adalah tidak formal maka masyarakat atau warganet menggunakan bahasa yang informal. Bahasa informal dalam bahasa Indonesia merujuk pada bahasa gaul atau bahasa prokem. Bahasa informal ini banyak dipengaruhi oleh budaya setempat atau bahasa daerah. Secara tata bahasa atau aturan bahasa, bahasa informal ini berakar dari bahasa formal. Berikut ini contoh penggunaan bahasa formal pada media sosial akun Facebook milik Neng Tazkiyya.



Gambar 2. Contoh bahasa informal

Sumber : Akun Facebook Neng Tazkiyya

Pada status Facebook tersebut, pemilik akun menggunakan kosakata informal seperti *kayak* (seperti), *ga* (tidak), *pake* (pakai), *sampe* (sampai), *ad* (ada), *mamak/emak* (mama), *seneng* (senang), *bikin* (membuat), dan sebagainya.

3. Bahasa Daerah

Selain bahasa formal dan informal, dalam bermedia sosial juga sering digunakan bahasa daerah. Bahasa daerah Betawi, Jawa atau bahasa Ngapak cukup banyak digunakan dalam percakapan sehari-hari. Penggunaannya pun tidak hanya terbatas di sekitar wilayah Jakarta, melainkan juga kota-kota besar lainnya. Oleh karena sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, beberapa kata dalam bahasa Betawi pun mulai banyak diterapkan dalam media sosial oleh para penggunanya seperti kata *babe* atau *bokap* yang bermakna ayah atau bapak. Kata *gue* atau *gua* dalam bahasa Betawi juga sering digunakan terutama oleh anak muda atau remaja. Selain bahasa Betawi, kata *lur* yang merupakan singkatan dari kata sedulur dalam bahasa Jawa yang artinya saudara juga sering digunakan dalam media sosial. Kata *gan* (juragan) juga kerap digunakan untuk menyapa seseorang dalam media sosial.

4. Bahasa Asing

Pada era globalisasi dan modernisasi seperti saat ini bahasa Inggris menjadi bahasa yang banyak dipelajari masyarakat Indonesia. Lambat laun kosakata masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh bahasa Inggris tersebut. Selain itu, alat-alat elektronik termasuk gawai yang banyak digunakan masyarakat untuk mengakses media sosial pun banyak yang menggunakan bahasa Inggris. Berbagai bahasa internet atau *internet slang* pun banyak yang berasal dari bahasa Inggris. Misalnya kata OMG yang merujuk pada kata "*Oh, My God*" atau "Ya Tuhan" sebagai bentuk ungkapan perasaan terkejut atau terpukau. Kata RIP yang merujuk pada kata *Rest in Peace* sebagai bentuk ungkapan bela sungkawa jika ada teman atau saudara yang meninggal. Selain itu, kata *download*, *posting*, *online*, *share*, *repost*, *realpict*, *story*, *scrole*, dll. juga kerap meramalkan bahasa di media sosial.

5. Huruf yang Memiliki Kesamaan Bunyi dengan Kata yang Diucapkan

Ada banyak variasi penggunaan bahasa dalam media sosial. Warganet juga gemar menggunakan huruf yang memiliki kesamaan bunyi dengan kata yang diucapkan atau homofon. Penggunaan huruf homofon ini biasanya masuk ke dalam ranah bahasa asing seperti bahasa Inggris. Yang termasuk huruf-huruf homofon adalah kependekan kata serta singkatan kata yang umumnya dalam bahasa asing. Misalnya kependekan kata "R U OK" yang merujuk pada "*are you okay* (ok)". Singkatan kata "BTW" yang merujuk pada "*by the way*". Kombinasi kependekan kata dan singkatan kata seperti "CUL8R" yang merujuk pada "*see you later*". Misalnya pada unggahan status "BTW si dia lagi ngapain ya?"

6. Gaya Pengucapan Onomatope

Gaya pengucapan onomatope atau kata tiruan bunyi adalah gaya pengucapan yang kerap digunakan dalam komunikasi media sosial. Onomatope biasa digunakan warganet untuk mengindikasikan sesuatu. Misalnya untuk ekspresi tertawa atau menanggapi hal yang lucu, jangan berisik, heran warganet menuliskannya dengan "hahaha", "hehehe", "xixixi", "wkwkwkwk", "ckckckck", "ssttttt", dll. Misalnya pada unggahan status "Gue ternyata lebih cantik dari pacar barunya wkwkwkwkwkwk."

7. Tanda Baca

Tidak hanya dalam jenis tulisan formal atau ilmiah, dalam media sosial pun tanda baca kerap digunakan. Penggunaan tanda baca di media sosial lebih dimaksudkan untuk menyatakan sesuatu. Dengan kata lain, agar kata yang ditulis warganet memiliki arti lebih atau sangat biasanya menggunakan tanda baca secara berulang sebagai bentuk penekanan terhadap sesuatu atau merujuk pada emosi tertentu. Misalnya penggunaan tanda seru "!!!!!!!" biasanya merujuk pada rasa kesal atau amarah atau intonasi yang keras. Penggunaan tanda tanya "?????" biasanya merujuk pada kebingungan atau ketidakpahaman warganet terhadap sesuatu, bisa pula bermakna kesal atau untuk menyindir. Misalnya pada unggahan status "Dasar nyebelin!!!!!!!"

8. Huruf Kapital

Tidak hanya tanda baca, huruf kapital juga sering digunakan warganet untuk memberi penekanan terhadap sesuatu. Selain huruf kapital, huruf tebal, huruf miring, dan garis bawah juga kerap digunakan dalam media sosial. Misalnya kata STOP, NO, YES, OK, RIP, BTW, PHP, dll.

9. Emoticon dengan Tanda Baca

Dalam berkomunikasi di media sosial agar lebih ekspresif, selain tanda baca dan huruf kapital, *emoticon* umum digunakan warganet. *Emoticon* tersebut dibuat dengan tanda baca pada

papan ketik (*keyboard*). Penggunaan *emoticon* dimaksudkan agar lawan bicara dapat mengerti dan memahami emosi yang dialami pengguna lainnya karena dalam komunikasi *online* tidak terjadi kontak personal dan tidak dapat mendengar suara kecuali jika menggunakan *video call*. Misalnya “:-)” yang merujuk pada senyum atau “:-D” untuk tertawa.

10. Emotikon dengan Gambar Wajah

Kecanggihan teknologi gawai yang digunakan warganet untuk mengakses media sosial saat ini sudah canggih. Selain dengan menggunakan tanda baca, emotikon juga dapat menggunakan gambar wajah. Gambar wajah tersebut disediakan untuk memudahkan warganet dalam menyampaikan emosi pada saat berkomunikasi di media sosial. Ada banyak emotikon yang disediakan misalnya emotikon yang menyatakan gembira, sedih, haru, tertawa, profesi, menyatakan keadaan, dll. Di negara-negara barat, emotikon bergambar wajah lebih menitikberatkan pada mulut, sedangkan emotikon bergambar wajah di negara Jepang lebih menekankan pada mata. Misalnya emotikon yang mengekspresikan rasa senang atau bahagia maka akan terlihat wajah yang nampak tersenyum, tetapi sebaliknya jika emotikon yang mengekspresikan sedih maka akan nampak wajah yang cemberut atau menangis.

11. Tanda Tagar atau Hashtag (#)

Semenjak media sosial menjamur salah satu tanda yang sering digunakan warganet dalam unggahannya adalah tanda tagar. Tanda tagar atau *hashtag* adalah kata atau frasa multikata yang didahului oleh simbol #. Tanda tagar biasanya digunakan warganet untuk mencari unggahan dengan *hashtag* tertentu, kemudian memasukkannya ke dalam kategori tertentu, dan melacaknya di berbagai *platform* media sosial. Tanda tagar biasa digunakan untuk membuat unggahan warganet viral atau paling banyak dicari atau dituliskan warganet. Misalnya #peilpresdamai2019

12. Neologisme

Cara lain yang digunakan warganet dalam menulis unggahan di media sosial adalah dengan menggunakan neologisme. Neologisme dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kata bentukan baru atau makna baru untuk kata lama yang dipakai dalam bahasa yang memberi ciri pribadi atau demi pengembangan kosakata. Misalnya “BFF” yang merujuk pada “*best friends forever*” dan digunakan untuk menyatakan kedekatan seseorang dengan individu lainnya.

13. Akronim

Oleh karena dalam membuat unggahan dibatasi dengan jumlah teks, maka biasanya warganet menggunakan akronim. Akronim umum digunakan dalam pesan teks, obrolan, dan surat elektronik. Selain untuk meminimalisasi panjang kata, akronim juga digunakan untuk meningkatkan kecepatan. Misalnya “OTW” yang merujuk pada “*on the way*” atau “RIP” yang merujuk pada “*Rest in Peace*”.

14. Singkatan

Selain akronim dalam membuat unggahan di media sosial warganet juga sering menggunakan singkatan. Penggunaan singkatan tersebut sama halnya dengan penggunaan akronim, yaitu untuk meminimalisasi panjang kata dan meningkatkan kecepatan. Misalnya “yg” untuk “yang” atau “dg” untuk “people”.

15. Kata Seru atau Interjeksi

Interjeksi dalam bahasa Indonesia merujuk pada kata seru. Baik dalam kamus bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia, kata seru digunakan secara luas. Kata seru biasanya diungkapkan

secara lisan maupun tertulis dengan maksud untuk menunjukkan perasaan atau emosi seseorang. Penulisan kata seru atau interjeksi tersebut biasanya disertai dengan tanda seru. Misalnya “Aduh!” atau “Ahh”

Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Slang atau Prokem di Media Sosial

Seperti yang diungkapkan oleh Ambar (2018) bahwa bahasa yang umum digunakan dalam berbagai media sosial seperti Twitter kerap disebut dengan istilah *internet slang*. Penggunaan bahasa internet slang dalam media sosial tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini.

1. Faktor Pergaulan

Faktor pergaulan menjadi biang utama pudarnya pesona bahasa Indonesia saat ini. Arus modernisasi yang sedang terjadi lambat laun menggeser budaya Indonesia. Eksistensi bahasa Indonesia juga semakin memudar dengan hadirnya media sosial. Warganet yang kebanyakan adalah anak muda atau remaja atau yang sering disebut dengan istilah “Kids Zaman Now” sangat gemar bergaul di media sosial. Bahkan mereka tidak bisa dilepaskan dari media sosial. Hampir tiap menit mereka eksis di media sosial misalnya dengan unggahan status, foto, atau sekadar berbagi lokasi. Dalam unggahan-unggahan tersebut mereka biasanya menuliskan sesuatu dengan bahasa *slang*. Bahasa slang di sini sering disebut dengan bahasa *alay*. Unggahan status dengan bahasa *alay* tersebut kemudian dibaca dan ditanggapi oleh temannya dengan bahasa *alay* pula. Dengan demikian, bahasa *alay* semakin marak digunakan baik di media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari. Dalam situasi formal pun terkadang menggunakan bahasa *alay*. Semakin lama bahasa *alay* kian berkembang sehingga telah dianggap wajar pada kalangannya. Pada bahasa *alay*, remaja bebas menyingkat bahasa sesuai dengan keinginan mereka. Misalnya kata *kepo*, *capek deh*, *kasihan deh lo*, *rempong*, *hits*, *modus*, dll. Hal ini tentu saja menjadi virus yang mengancam kemurnian bahasa Indonesia.

2. Faktor Gengsi

Gengsi dan pencitraan sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi warganet dalam meramaikan media sosial. Warganet khususnya remaja berlomba-lomba agar selalu eksis di media sosial bahkan terkadang apa yang diunggah tidak sesuai dengan kenyataan atau hanya pencitraan. Hal tersebut tidak lain dilakukan demi gengsi. Selain itu, banyak remaja yang berusaha ingin menjadi anak gaul yang tidak ketinggalan jaman sehingga menuntut mereka mengikuti perkembangan zaman salah satunya menggunakan bahasa *alay*. Remaja yang menggunakan bahasa *alay* tersebut merupakan akronim dari anak lebay, yakni bahasa tulis berupa campuran bahasa gaul lisan, bahasa asing khususnya Inggris, singkatan, kode, angka, dan simbol. Alasan menggunakan bahasa ini karena mereka tidak ingin disebut anak kampung.

3. Faktor Iklan

Segala macam iklan baik di TV maupun diinternet memberi andil besar terhadap penggunaan bahasa *alay*. Para remaja atau warganet kerap menirukan bahasa-bahasa *alay* yang digunakan pada iklan pada kehidupan sehari-hari termasuk di media sosial. Hal tersebut karena para remaja meniru apa yang dilihat dan didengar. Misalnya, para remaja ketika melihat sinetron, film bahkan iklan yang menggunakan bahasa *alay*, kemudian dalam kehidupan sehari-hari mereka menggunakan bahasa *alay* seperti yang dilihat maka secara tidak langsung membantu mempopulerkan bahasa *alay* tersebut. Penggunaan bahasa *alay* dalam kehidupan sehari-hari dan di media sosial dimaksudkan agar dianggap gaul dan keren seperti para artis dan bintang iklan yang menggunakan bahasa *alay* tersebut.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Bahasa Indonesia

Bahasa Indonesia yang digunakan di media sosial sudah mengalami perubahan luar biasa yang tidak sesuai dengan aturan kebahasaan. Menurut Riyandi (2018) dalam media sosial bahasa Indonesia mampu berkembang melahirkan istilah-istilah baru. Baik yang diserap langsung dari bahasa Indonesia, maupun campuran dengan bahasa asing. Tidak hanya itu, suatu kata dalam bahasa Indonesia dapat memiliki arti baru di media sosial. Media sosial juga dapat menyebarkan bahasa itu dengan masif. Dengan demikian, media sosial mempunyai andil besar terhadap perkembangan bahasa Indonesia. Jika kondisi ini tetap berlangsung maka akan mengancam kemurnian bahasa Indonesia. Generasi muda akan lebih gemar menggunakan bahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan aturan kebahasaan. Bahkan bisa jadi mereka tidak tahu bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Menilik bahasa yang digunakan dalam media sosial masyarakat atau warganet saat ini maka dapat dijumpai kosakata yang kebanyakan dipengaruhi oleh bahasa asing. Kosakata tersebut seperti viral, hoaks, keep, COD, GWS, RIP, OTW, BTW, online, offline, netizen, sharing, share, hashtag, posting, upload, download, repost, latepost, screenshot, selfie, ngesive, story, realpict, dan lain-lain. Selain kosakata yang dipengaruhi bahasa asing, dalam media sosial juga sering ditemui istilah atau kata mager, gaje, pewe, woles, kepo, modus, gokil, lebay, alay, BT, PHP, rempong, sewot, dumay, mimin, lur, gan, sis, kak, jomblo, jones, unyu-unyu, syantik, dan lain-lain.

Bentuk kosakata yang digunakan masyarakat atau warganet berupa kosakata baru atau singkatan yang tidak baku atau standard. Kosakata tersebut sangat fasih digunakan dalam berkomunikasi di media sosial. Pada media sosial seperti Whatsapp warganet kerap menulis status pada "OTW Semarang". Kata OTW merupakan singkatan dari on the way (bahasa Inggris) yang artinya dalam perjalanan. Sering juga warganet menulis status "RIP temanku ...". Kata RIP merupakan singkatan dari Rest in Peace (istilah bahasa Inggris) yang bermakna "beristirahat dengan damai", terutama ditujukan untuk orang yang meninggal. Kata lain misalnya BTW pada status "BTW si dia lagi ngapain?" Kata BTW tersebut merupakan singkatan dari by the way (istilah bahasa Inggris) yang berarti ngomong-ngomong. Contoh penggunaan "bahasa media sosial" tersebut lambat laun mengubah cara masyarakat atau warganet dalam berbahasa dan berkomunikasi dengan orang lain.

Timbulnya istilah-istilah atau kosakata baru yang lebih familiar digunakan oleh warganet berimbas pada perkembangan bahasa Indonesia saat ini. Penggunaan istilah-istilah atau kosakata tersebut tidak hanya digunakan pada saat berkomunikasi di media sosial, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari baik lisan maupun tulis. Jika hal ini dibiarkan terus-menerus maka pesona bahasa Indonesia semakin memudar. Dampak lebih buruk lagi para remaja atau generasi muda bahkan tidak tahu bahasa Indonesia yang baik dan benar seperti apa. Hal tersebut karena mereka terbiasa menggunakan bahasa "media sosial" atau bahasa alay dalam segala situasi.

Mencintai Bahasa Indonesia Seutuhnya : Kapan pun dan di Mana pun

Sumpah ketiga bunyi Sumpah Pemuda "Kami putra dan putri Indonesia menjunjung tinggi bahasa persatuan bahasa Indonesia." Dalam sumpah tersebut tersirat makna bahwa sebagai generasi muda Indonesia maka wajib mencintai, melestarikan, dan menjunjung bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan, bahasa nasional, dan bahasa negara Indonesia. Hal tersebut sebagai bentuk cinta tanah air Indonesia.

Ada beberapa langkah kongkret yang dapat dilakukan generasi muda Indonesia sebagai bentuk cinta dalam menjaga dan melestarikana bahasa Indonesia. Langkah-langkah tersebut sebagai berikut.

1. Peran pemerintah dalam pembuat kebijakan, yaitu dengan mewajibkan masyarakat untuk menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam kehidupan sehari-hari.
2. Mengubah pola pikir masyarakat agar tidak memandang sebelah mata bahasa Indonesia.
3. Meningkatkan kedisiplinan dalam menggunakan bahasa Indonesia.
4. Menumbuhkan kebanggaan terhadap bahasa Indonesia.
5. Mempelajari bahasa Indonesia dengan sungguh-sungguh.
6. Mewajibkan tes UKBI (Uji Kemahiran Bahasa Indonesia) minimal disetiap instansi.
7. Mengikuti gerakan Cinta Bahasa Indonesia.
8. Membiasakan untuk menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar di mana pun dan kapan pun bahkan pada unggahan-unggahan di media sosial.
9. Mengubah pengaturan alat-alat elektronik termasuk gawai, komputer, atau alat elektronik lainnya dari bahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia.
10. Mengutamakan istilah-istilah atau kosokata bahasa Indonesia daripada bahasa Inggris atau asing. Misalnya istilah pada papan iklan atau papan pengumuman di instansi-instansi.

Langkah-langkah tersebut harus diterapkan dengan komitmen tinggi dan konsisten oleh seluruh rakyat Indonesia dari Sabang sampai ke Merauke. Langkah-langkah tersebut dapat dimulai dari diri sendiri mulai dari lingkungan keluarga, sekolah, hingga lingkungan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada era modernisasi seperti sekarang ini perkembangan bahasa Indonesia sangat dipengaruhi oleh bahasa asing seperti bahasa Inggris. Akibat pengaruh tersebut maka masyarakat Indonesia dan warganet lebih gemar menggunakan bahasa "media sosial" atau yang sering disebut bahasa internet *slam* atau *prokem* atau yang lebih dikenal bahasa *alay*. Dampak buruknya adalah eksistensi bahasa Indonesia semakin tersingkir oleh bahasa asing. Pesona bahasa Indonesia semakin memudar di hati masyarakat Indonesia. Hal ini tidak bisa dibiarkan karena dapat mengancam kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan, bahasa nasional, dan bahasa negara Indonesia. Oleh karena itu, perlu ada langkah serius untuk mempertahankan kesucian bahasa Indonesia.

REFERENSI

- Ambar. 2018. 17 Cara Penggunaan Bahasa Indonesia di Media Sosial. <https://pakarkomunikasi.com/penggunaan-bahasa-dalam-media-sosial>
- Arsanti, Meilan. 2017. "Siapa Dia? Lihatlah Bahasa pada Media Sosialnya. Eprints UNIPD eprints.undip.ac.id/61674/1/28_Meilan_Arsanti_UNISULA.pdf.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2020. Sekilas Tentang Sejarah Bahasa Indonesia. http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/petunjuk_praktis/627/Sekilas%20Tentang%20Sejarah%20Bahasa%20Indonesia
- Databoks. 2019. Data Pengguna Telepon, Internet, Media Sosial Indonesia Menurut Wearesosial <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Hopkins, Mark. 2008. Pengertian Media Sosial Menurut para Ahli. <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosialmenurut-para-ahli.html>
- Keraf, Gorys. 1997. Komposisi : Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa. Ende Flores : Penerbit Nusa Indah.

- Kemenkominfo. 2013. Pengguna internet di Indonesia 63 Juta Orang. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Putri, Nimas Permata. 2017. Eksistensi Bahasa Indonesia pada Generasi Millennial. Widyabastra Vol 5 No 1 tahun 2017 <http://ejournal.unipma.ac.id/index.php/widyabastra/article/view/1891>
- Riyandi, Rizma. 2018. Bahasa di Media Sosial. <https://www.ayobandung.com/read/2018/12/06/41396/bahasa-di-mediasosial>
- Sembiring, Selamatta. 2013. Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Valenza, Joyce Kasman. 2014. Pengertian Media Sosial Menurut para Ahli. <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosialmenurut-para-ahli.html>