

**DINAMIKA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL : PENGARUH PLATFORM  
DIGITAL TERHADAP GAYA BERBAHASA PENGGUNA**

**Nurjamilah**

[12411423537@students.uin-suska.ac.id](mailto:12411423537@students.uin-suska.ac.id)

**Murny**

[murny.mpd@uin-suska.ac.id](mailto:murny.mpd@uin-suska.ac.id)

**Nia Husniati**

[12411423056@students.uin-suska.ac.id](mailto:12411423056@students.uin-suska.ac.id)

**Mohammad Tizani Nawa Bik**

[12411413285@students.uin-suska.ac.id](mailto:12411413285@students.uin-suska.ac.id)

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

**Abstract**

The rise of social media has brought significant changes to users' communication styles, including their language usage. This study aims to examine the dynamics of language on social media and how digital platforms influence users' linguistic styles. A descriptive qualitative approach was employed by analyzing posts on various platforms such as Twitter, Instagram, and TikTok. The findings indicate that social media fosters the emergence of new language varieties, including abbreviations, emojis, and code-mixing. Furthermore, there is a shift in linguistic norms, where formal language is often replaced by more casual, expressive, and creative styles. Platform algorithms and content formats also shape how users construct their messages. This study highlights the importance of linguistic understanding in the context of digital communication as part of the evolution of contemporary language.

**Abstrak**

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara pengguna berkomunikasi, termasuk dalam gaya berbahasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dinamika bahasa dalam media sosial dan bagaimana platform digital mempengaruhi gaya berbahasa penggunanya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis terhadap unggahan di berbagai platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial mendorong munculnya ragam bahasa baru, seperti penggunaan singkatan, emotikon, dan bahasa campuran (code-mixing). Selain itu, terdapat pergeseran norma kebahasaan, di mana keformalan digantikan oleh gaya yang lebih santai, ekspresif, dan kreatif. Pengaruh algoritma dan format platform turut membentuk cara pengguna menyusun pesan. Studi ini menekankan pentingnya pemahaman linguistik terhadap fenomena komunikasi digital sebagai bagian dari perkembangan bahasa kontemporer.

Kata Kunci : media sosial, dinamika bahasa, gaya berbahasa, digitalisasi, komunikasi daring, perubahan linguistik

## **PENDAHULUAN**

Bahasa merupakan alat utama komunikasi yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampai pesan, tetapi juga sebagai penanda identitas sosial, budaya, dan bahkan ideologis suatu kelompok masyarakat. Dalam penggunaannya, bahasa mengalami perkembangan seiring dengan dinamika sosial dan budaya yang terjadi dalam masyarakat. Oleh karena itu, bahasa tidak bersifat statis, melainkan terus berubah mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan komunikatif penggunanya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi telah mengubah secara fundamental cara manusia dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu bentuk transformasi komunikasi yang paling signifikan adalah kehadiran media sosial sebagai platform digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi lintas ruang dan waktu secara cepat dan efisien. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter (X), TikTok, dan WhatsApp telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Keberadaan platform-platform ini bukan hanya sekadar media berbagi informasi, tetapi juga menjadi arena pembentukan identitas sosial, budaya, dan linguistik.

Dalam ruang digital ini, bahasa tidak lagi digunakan secara konvensional sebagaimana dalam situasi formal atau institusional. Sebaliknya, bahasa mengalami transformasi dan adaptasi sesuai dengan karakteristik serta tuntutan komunikasi dalam dunia maya. Gaya berbahasa di media sosial cenderung lebih santai, fleksibel, dan inovatif. Munculnya penggunaan singkatan, akronim, emotikon, tanda pagar (hashtag), serta pencampuran bahasa (code-mixing dan code-switching) menjadi bukti bahwa bahasa dalam media sosial sangat dinamis dan dipengaruhi oleh konteks sosial serta teknologis yang melingkupinya.

Fenomena kebahasaan ini memperlihatkan bahwa platform digital tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga membentuk cara berbahasa penggunanya. Setiap platform memiliki sistem dan batasan teknis yang berimplikasi pada pemilihan dan penggunaan bahasa. Twitter, misalnya, dengan batasan jumlah karakter mendorong pengguna untuk berkomunikasi secara ringkas dan padat, yang sering kali memunculkan gaya bahasa yang tidak baku dan penuh kreativitas. Di sisi lain, Instagram dan TikTok yang lebih visual menuntut gaya bahasa yang mendukung narasi audiovisual, sehingga bahasa yang digunakan cenderung lebih ekspresif dan multimodal.

Selain faktor teknis, faktor sosial dan psikologis juga memengaruhi gaya berbahasa di media sosial. Dalam upaya membangun persona digital, pengguna sering kali memodifikasi cara berbahasa mereka agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Di sinilah bahasa menjadi alat konstruksi identitas digital, baik secara individual maupun kelompok. Bahasa tidak lagi netral, melainkan sarat makna sosial yang mencerminkan nilai, afiliasi, bahkan resistensi terhadap norma bahasa yang mapan.

## **METODE PENELITIAN**

Data di dalam penelitian ini didapat dari study Pustaka dengan ini pada pendekatan historis. Dengan mengacu pada sumber-sumber berupa buku, dan beberapa ada juga yang dari artikel jurnal yang terkait tentang peradaban Islam terutama yang membahas tentang Dinamika Bahasa dalam Media Sosial: Pengaruh Platform Digital Terhadap Gaya Berbahasa Pengguna. Dan setelah semua data di kumpulkan kemudian data tersebut di transkrip lalu di proses dengan membentuk sebuah narasi yang lebih dipahami, dan kemudian data-data di sintesa untuk diambil kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bentuk dan Karakteristik Gaya Berbahasa yang Digunakan oleh Pengguna di Berbagai Platform Media Sosial**

Media sosial telah menciptakan ruang baru dalam praktik berbahasa yang memperlihatkan berbagai bentuk dan karakteristik gaya bahasa. Penggunaan bahasa dalam media sosial cenderung tidak terikat pada kaidah formal, melainkan bersifat fleksibel, ekspresif, dan sering kali bersifat kreatif atau bahkan menyimpang dari tata bahasa baku. Platform seperti Twitter, Instagram, TikTok, dan WhatsApp menunjukkan gaya bahasa yang beragam sesuai dengan karakteristik medianya masing-masing.

Di Twitter, keterbatasan jumlah karakter mendorong pengguna untuk menyampaikan pesan secara singkat dan efisien. Hal ini memunculkan gaya bahasa yang ringkas, banyak menggunakan singkatan, simbol, serta gaya percakapan yang lugas. Contoh: “lg mager di rmh, tp msh ngoding #deadline.” Bahasa ini tidak hanya singkat, tetapi juga menggambarkan suasana hati atau konteks dengan cara yang ekonomis. Menurut Chaer, bentuk bahasa seperti ini masuk dalam ranah ragam bahasa santai yang bersifat akrab dan digunakan dalam konteks tidak resmi.

Sementara itu, Instagram lebih menonjolkan narasi visual dan gaya bahasa yang mendukung citra diri (self-branding). Caption yang digunakan sering kali bersifat puitis, estetis, atau menyisipkan bahasa Inggris untuk memberi kesan modern dan "trendy". Contoh gaya bahasa seperti: *"Sunday vibes with my favorite latte healing meTime."* Gaya ini merupakan bentuk ekspresi diri yang memperkuat identitas digital pengguna. Mustakim menyatakan bahwa media sosial melahirkan varian bahasa yang berfungsi sebagai alat representasi gaya hidup dan kelas social.

Pada platform TikTok, muncul bentuk komunikasi yang sangat multimodal—memadukan teks, suara, gambar, dan gerak. Meskipun berfokus pada konten video, bahasa verbal tetap hadir melalui narasi, teks overlay, atau kolom komentar. Pengguna banyak menggunakan bahasa gaul, singkatan, bahkan kosakata baru yang bersifat sementara (*slang temporer*), seperti: "anjias," "panik ga sih?" atau "auto sultan." Istilah-istilah ini muncul dan menyebar dengan cepat, menunjukkan dinamika bahasa yang sangat responsif terhadap tren

Di sisi lain, WhatsApp yang lebih bersifat privat dan interpersonal memiliki gaya bahasa yang lebih intim dan kontekstual. Dalam grup keluarga atau teman, pengguna menggunakan bahasa dengan nuansa kedekatan, humor, dan canda, seperti: "udah makan belum cuy?" atau "siap2 ngumpul jam 7 yak, jgn ngaret." Dalam konteks ini, gaya bahasa sering kali memanfaatkan pelesetan, emoji, dan bahkan pesan suara yang lebih bebas dari kaidah kebahasaan tertulis. Bahasa semacam ini mencerminkan bahwa komunikasi digital juga merupakan ruang pembentukan relasi social.

Secara umum, dapat disimpulkan bahwa karakteristik gaya berbahasa pengguna di media sosial ditandai oleh lima ciri utama:

1. Singkat dan Efisien: dipengaruhi oleh batasan karakter dan kecepatan komunikasi.
2. Kreatif dan Gaul: menciptakan kosakata baru, penggunaan emotikon, dan istilah viral.
3. Multibahasa: banyak terjadi alih kode dan campur kode, terutama dengan bahasa Inggris.
4. Kontekstual dan Ekspresif: gaya bahasa sangat tergantung pada tujuan komunikasi dan platform.
5. Cerminan Identitas: bahasa digunakan sebagai alat untuk membentuk citra diri dan kedekatan komunitas.

Fenomena ini menunjukkan bahwa gaya berbahasa di media sosial bukan hanya tentang penyimpangan dari kaidah baku, melainkan refleksi dari perubahan sosial, budaya, dan

teknologi yang membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Dalam konteks ini, bahasa menjadi sarana yang sangat adaptif dan responsif terhadap lingkungan digital yang terus berubah. Media sosial bukan hanya sarana komunikasi, melainkan juga arena ekspresi linguistik yang sangat dinamis. Gaya bahasa yang digunakan pengguna di tiap platform sangat dipengaruhi oleh batasan teknis, budaya pengguna, dan tujuan komunikatif. Berikut penjabaran tiap platform:

### 1. Twitter

Karakteristik Gaya Bahasa:

- Singkat dan Padat: Dibatasi oleh 280 karakter, pengguna cenderung menyampaikan pesan dalam kalimat pendek.
- Retoris dan Sarkastik: Gaya tweet sering mengandung sindiran, ironi, atau satire.
- Penuh Akronim dan Singkatan: Contoh: “OOTD” (Outfit of the Day), “RT” (Retweet), “BTW” (By The Way).
- Penggunaan Hashtag: Untuk pengelompokan wacana, promosi isu, atau partisipasi tren (#MondayMotivation, #Gemoy).

*Contoh:*

*"Lagi sibuk banget kerjaan, tapi scroll Twitter dulu bentar #Procrastination101"*

*Bentuk Gaya Bahasa:*

- *Elipsis* (penghilangan bagian kalimat)
- *Hyperbole, ironi, dan code-switching* (perpaduan bahasa)

### 2. Instagram

Karakteristik Gaya Bahasa:

- Deskriptif dan Visual-oriented: Caption mendeskripsikan suasana, perasaan, atau cerita di balik foto.
- Ekspresif dan Positif: Banyak digunakan untuk branding diri atau inspirasi.
- Bergaya Estetik: Caption bisa berupa kutipan puitis, simbol, atau filosofi ringan.
- Campur Kode: Gabungan bahasa Indonesia-Inggris sangat lazim.

*Contoh:*

*"Morning vibes ✨ Grateful for another day. #MindfulLiving"*

*Bentuk Gaya Bahasa:*

- *Simbolik, metaforis, penuh emoji*
- Caption panjang (naratif) atau pendek (frasa estetik)

### 3. TikTok

#### *Karakteristik Gaya Bahasa:*

- Multimodal: Bahasa verbal dikombinasikan dengan ekspresi wajah, musik, teks overlay, dan gestur.
- Spontan dan Lisan: Bahasa digunakan dalam bentuk tutur langsung, dengan nada santai.
- Tren Slang dan Gaul Viral: Seperti “gaskeun”, “panik gak tuh”, “capek deh”, “ciyee”.
- Lucu, Ironis, dan Hyperbolic: Untuk menciptakan efek komedi dan relatable content. Contoh:(Dalam video) “Pas udah diet seminggu tapi berat badan malah naik: *cue music dramatis*”

#### *Bentuk Gaya Bahasa:*

- *Paralinguistik* (intonasi, ekspresi), *catchphrases*, *bahasa meme*

### 4. WhatsApp

#### *Karakteristik Gaya Bahasa:*

- Privat dan Kasual: Komunikasi berlangsung dalam konteks interpersonal atau kelompok kecil.
- Singkatan dan Emotikon: Seperti “ok”, “brb”, “wkwk”, .
- Elipsis dan Non-struktur: Kalimat pendek, kadang tanpa subjek atau predikat.
- Bahasa Campuran dan Kode Internal: Banyak mengandung bahasa daerah, istilah kelompok, atau nama julukan.

#### *Contoh:*

“td bkn yg kyk gitu yaa km srg bgt ngelupain ”

#### *Bentuk Gaya Bahasa:*

- *Fragmentasi kalimat*, *improvisasi linguistik*, *non-standar*

Platform	Karakteristik Umum Gaya Bahasa
Twitter	Singkat, retoris, banyak singkatan dan hashtag
Instagram	Deskriptif, visual, penuh emoji dan simbol
TikTok	Lisan, gaul, multimodal, mengikuti tren
WhatsApp	Kasual, fragmentaris, penuh singkatan dan emotikon

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perubahan Gaya Berbahasa Pengguna di Media Sosial

### 1. Konteks Sosial dan Budaya

Pengguna media sosial berasal dari latar belakang budaya dan sosial yang beragam. Gaya bahasa yang digunakan dipengaruhi oleh norma, nilai, dan kebiasaan komunikasi dalam kelompok sosial tersebut. Misalnya, penggunaan bahasa gaul atau slang tertentu bisa jadi dominan dalam komunitas muda, sementara kelompok lain mungkin lebih memilih bahasa formal. Selain itu, tren budaya populer dan perkembangan bahasa sehari-hari juga ikut memengaruhi gaya bahasa yang digunakan.

### 2. Platform Media Sosial

Setiap platform media sosial memiliki karakteristik tersendiri yang memengaruhi gaya berbahasa pengguna. Contohnya, Twitter yang membatasi jumlah karakter membuat pengguna cenderung memakai singkatan, akronim, dan bahasa ringkas. Di Instagram atau Facebook, pengguna mungkin lebih leluasa menggunakan bahasa yang lebih lengkap dan bervariasi, termasuk penggunaan emoji atau kombinasi gambar dan teks.

### 3. Tujuan Komunikasi

Gaya bahasa yang dipakai pengguna dipengaruhi oleh tujuan mereka berkomunikasi, seperti untuk hiburan, informasi, persuasi, atau sekadar bersosialisasi. Gaya bahasa yang informatif cenderung formal dan jelas, sedangkan untuk hiburan bisa lebih santai, kreatif, atau bahkan hiperbolik.

### 4. Identitas Diri dan Kelompok

Media sosial sering digunakan sebagai sarana ekspresi identitas. Pengguna memilih gaya bahasa yang sesuai dengan citra atau persona yang ingin ditampilkan. Hal ini juga terkait dengan identifikasi kelompok (*in-group language*), misalnya penggunaan istilah khusus komunitas tertentu agar terkesan akrab dan eksklusif.

### 5. Pengaruh Teknologi dan Fitur Media Sosial

Fitur-fitur seperti emoji, GIF, stiker, video singkat, dan filter membuat gaya komunikasi menjadi multimodal dan ekspresif. Penggunaan teknologi ini mengubah cara orang berkomunikasi, misalnya dengan menggantikan kata-kata dengan simbol atau gambar.

### 6. Perkembangan Bahasa dan Kreativitas Pengguna

Media sosial menjadi ruang inovasi bahasa, di mana pengguna menciptakan kosakata baru, permainan kata, dan variasi bahasa untuk menarik perhatian dan menunjukkan kreativitas. Hal ini memicu dinamika bahasa yang cepat berubah dan beragam.

### 7. Pengaruh Globalisasi dan Interaksi Multibahasa

Media sosial memfasilitasi interaksi antar pengguna dari berbagai negara dan budaya, sehingga bahasa asing dan campuran bahasa (code-switching) sering muncul. Pengguna bisa mengadopsi kata atau gaya bahasa dari bahasa lain untuk menyesuaikan diri dengan tren global.

#### 8. Pengaruh Umur, Jenis Kelamin, dan Pendidikan

Faktor demografis seperti umur, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan memengaruhi gaya berbahasa. Misalnya, generasi muda cenderung menggunakan bahasa lebih santai dan penuh inovasi, sementara generasi lebih tua mungkin lebih konservatif dalam penggunaan bahasa. Tingkat pendidikan juga memengaruhi kemampuan dan preferensi dalam menggunakan bahasa formal atau informal.

### **Perbedaan Karakteristik Platform Digital Seperti Twitter, Instagram, Tiktok, Dan Whatsapp Mempengaruhi Pola Komunikasi Dan Penggunaan Bahasa**

Di era digital saat ini, komunikasi tidak lagi hanya berlangsung secara tatap muka, tetapi juga melalui berbagai platform media sosial yang memiliki karakteristik berbeda. Setiap platform digital — seperti Twitter, Instagram, TikTok, dan WhatsApp — membentuk pola komunikasi dan penggunaan bahasa yang khas karena perbedaan dalam fungsi, format, serta audiensnya. Variasi karakteristik inilah yang menyebabkan pengguna mengadopsi strategi linguistik dan gaya komunikasi yang berbeda-beda sesuai dengan norma dan ekspektasi dari tiap platform.

#### 1. Twitter: Komunikasi Teksual, Ringkas, dan Argumentatif

Karakteristik Platform:

Twitter merupakan platform mikroblogging yang sejak awal didesain untuk berbagi pemikiran secara singkat dan cepat. Batasan karakter (sekarang 280 karakter) mengharuskan pengguna untuk menyampaikan pesan dengan padat dan efisien. Platform ini sering digunakan untuk menyuarakan opini, diskusi politik, advokasi sosial, hingga promosi.

Dampak terhadap Pola Komunikasi dan Bahasa:

- Bahasa ringkas dan padat: Karena batasan karakter, pengguna terbiasa menggunakan singkatan, akronim, dan simbol.
- Bahasa bernuansa kritik atau satire: Twitter kerap dijadikan ruang kritik sosial dan politik, sehingga gaya bahasa cenderung retorik, tegas, dan kadang sarkastik.

- Penggunaan hashtag dan mention: Elemen-elemen ini mengarahkan gaya komunikasi agar terhubung dengan tren/topik tertentu.

Contoh:

"Subsidi dicabut, harga naik, rakyat makin sulit. Tapi katanya ekonomi membaik. Ironi. #RefleksiNegara"

## 2. Instagram: Komunikasi Visual dan Estetis

Karakteristik Platform:

Instagram adalah platform berbagi foto dan video, dengan fitur caption sebagai pelengkap narasi visual. Platform ini menekankan estetika dan citra diri (self-branding) dan banyak digunakan oleh individu, influencer, dan bisnis.

Dampak terhadap Pola Komunikasi dan Bahasa:

- Bahasa naratif dan reflektif: Caption sering digunakan untuk membangun cerita atau refleksi dari visual yang ditampilkan.
- Gaya bahasa ringan, motivasional, dan positif: Bahasa yang digunakan cenderung ramah dan membangun suasana hati yang menyenangkan.
- Penggunaan emoji dan tagar populer: Hal ini dilakukan untuk menambah daya tarik visual dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Contoh:

“Percaya sama proses. Semua indah pada waktunya ✨ #selfgrowth #healing”

## 3. TikTok: Komunikasi Lisan, Kreatif, dan Viral

Karakteristik Platform:

TikTok adalah platform berbasis video pendek yang sangat mengandalkan audio dan visual untuk menyampaikan pesan. Platform ini populer di kalangan anak muda, terutama Gen Z, dan sangat dipengaruhi oleh tren-tren viral.

Dampak terhadap Pola Komunikasi dan Bahasa:

- Bahasa lebih lisan dan ekspresif: Penggunaan bahasa sehari-hari dan ekspresi non-verbal sangat dominan.
- Kemunculan slang dan idiom baru: TikTok menjadi inkubator berbagai kata gaul atau frasa populer.
- Konten berbasis tren audio: Banyak komunikasi yang bersifat repetitif mengikuti sound tertentu, yang melahirkan cara berkomunikasi khas dan seragam.

Contoh:

(Dialog dalam video) “Jangan ngarep dia balikan, bestie. Move on tuh bukan buat dia, tapi buat elu!”

#### 4. WhatsApp: Komunikasi Pribadi dan Kontekstual

Karakteristik Platform:

WhatsApp merupakan aplikasi perpesanan instan berbasis teks, audio, dan video, yang memungkinkan komunikasi personal maupun grup. Platform ini bersifat privat dan langsung.

Dampak terhadap Pola Komunikasi dan Bahasa:

- Bahasa sangat informal dan kontekstual: Sering ditemukan singkatan (misalnya “gmn”, “lg di mna?”), penggunaan emotikon, serta pencampuran bahasa.
- Pola percakapan cepat dan responsif: Bahasa menjadi lebih ringkas dan praktis, karena konteks pembicaraan biasanya sudah dipahami.
- Penggunaan voice note dan stiker: Ini memengaruhi pola komunikasi yang tidak hanya berbasis teks tetapi juga ekspresi suara dan visual.

Contoh:

“td klian msk kelas ga? aku dc soalnya ”

Analisis Komparatif

Jika dibandingkan antar platform, jelas terlihat bahwa setiap media sosial mendorong pembentukan gaya komunikasi yang berbeda:

Platform	Gaya Komunikasi	Gaya Bahasa	Sifat Umum
Twitter	Argumentatif, tajam	Ringkas, sarkastik, kritis	Publik
Instagram	Estetis, naratif	Positif, naratif, estetis	Semi-publik
TikTok	Ekspresif, lisan	Gaul, viral, kreatif	Publik
WhatsApp	Pribadi, kontekstual	Informal, ringkas, emotif	Privat

Perbedaan karakteristik tersebut tidak hanya memengaruhi struktur bahasa, tetapi juga makna dan fungsi komunikasi. Twitter dan TikTok, misalnya, lebih sering digunakan sebagai sarana ekspresi sosial-politik, sementara Instagram dan WhatsApp cenderung digunakan untuk komunikasi personal dan emosional.

### **Dampak Penggunaan Gaya Bahasa Media Sosial Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Konteks Formal.**

Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Twitter mendorong munculnya gaya bahasa yang khas, yang sering kali berbeda dengan kaidah bahasa Indonesia baku. Bahasa di media sosial berkembang secara organik dari interaksi komunitas digital, menciptakan bentuk-bentuk baru yang lebih santai, praktis, dan ekspresif. Meskipun hal ini menunjukkan kekayaan ekspresi dalam berbahasa, ada kekhawatiran bahwa kebiasaan ini dapat berdampak negatif terhadap pemahaman dan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, khususnya dalam konteks akademik, administratif, dan profesional.

#### 1. Dominasi Bahasa Gaul dan Slang dalam Komunikasi Sehari-hari

Gaya bahasa media sosial sangat dipengaruhi oleh bahasa gaul, singkatan, dan slang, seperti “mager” (malas gerak), “bucin” (budak cinta), “OTW” (on the way), atau “gaskeun” (ayo lanjutkan). Bahasa ini umum digunakan dalam interaksi digital dan menyebar luas di kalangan anak muda.

Dampak:

- Menurunnya sensitivitas terhadap bahasa baku: Banyak pengguna, terutama pelajar, mulai kesulitan membedakan mana yang merupakan bentuk baku dan mana yang bukan.
- Pengabaian struktur gramatikal: Kalimat sering tidak lengkap secara struktur (subjek-predikat), atau menggunakan susunan yang tidak sesuai kaidah tata bahasa Indonesia.
- Pergeseran makna kata: Beberapa kata mengalami pergeseran makna akibat penggunaan populer di media sosial, sehingga dapat menimbulkan salah paham dalam konteks formal.

#### 2. Pengaruh Singkatan dan Tulisan Tidak Lazim terhadap Keterampilan Menulis

Media sosial mendorong pengguna untuk menulis secara cepat dan ringkas. Oleh karena itu, banyak yang menggunakan singkatan ekstrem seperti “yg” (yang), “gk” (tidak), “tp” (tapi), hingga “aq” (aku). Bahkan, huruf besar dan tanda baca pun sering diabaikan.

Dampak:

- Keterampilan menulis formal terganggu: Siswa dan mahasiswa terbiasa menulis tanpa memperhatikan kaidah ejaan dan tanda baca, yang berdampak negatif saat menulis laporan, surat resmi, atau karya ilmiah.
- Terbentuknya kebiasaan menulis instan: Penulisan dianggap cukup asal bisa dimengerti, tanpa memperhatikan kerapian, struktur, dan kesesuaian dengan Ejaan Bahasa Indonesia (EBI).

### 3. Terbentuknya Budaya Komunikasi Lisan dalam Teks

Gaya bahasa media sosial sering kali menyerupai gaya lisan, dengan penggunaan kata seru (“loh”, “ya ampun”), partikel penegas (“kan”, “dong”), serta struktur percakapan dua arah yang tidak formal. Selain itu, penggunaan emotikon, stiker, dan voice note menggantikan ekspresi verbal.

Dampak:

- Penurunan kemampuan menulis formal: Karena terbiasa menulis seperti berbicara, banyak pelajar mengalami kesulitan saat diminta menyusun tulisan formal yang memerlukan logika paragraf dan diksi yang tepat.
- Kehilangan kepekaan terhadap ragam bahasa: Beberapa individu tidak mampu menyesuaikan gaya bahasa dengan situasi, misalnya menggunakan bahasa media sosial dalam surat lamaran kerja atau email resmi.

### 4. Positif: Bahasa Media Sosial sebagai Gerbang Literasi Awal

Meski banyak dampak negatif, penting juga dicatat bahwa media sosial memperluas partisipasi masyarakat dalam aktivitas menulis dan membaca — hal yang sebelumnya dianggap eksklusif. Gaya bahasa media sosial membuat generasi muda lebih terbiasa menyampaikan ide, meski dalam bentuk yang tidak baku.

Dampak positif:

- Meningkatkan minat menulis dan membaca: Anak muda lebih sering menulis (meskipun informal) dan mengonsumsi teks daripada generasi sebelumnya.
- Bahasa sebagai ekspresi diri: Media sosial memberi ruang kebebasan ekspresi, yang bisa menjadi pintu masuk menuju literasi formal bila diarahkan dengan benar.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk dan mengubah gaya berbahasa pengguna. Platform digital seperti Twitter, Instagram, TikTok, dan WhatsApp tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga ruang terbuka bagi kreativitas dan ekspresi linguistik. Gaya berbahasa pengguna media sosial cenderung lebih informal, ringkas, dan emotif, sering kali ditandai oleh penggunaan singkatan, emotikon, tagar, dan campuran bahasa (code-mixing). Selain itu, fitur dan batasan teknis dari masing-masing platform turut mempengaruhi cara pengguna membentuk pesan. Pergeseran norma kebahasaan ini mencerminkan adaptasi terhadap medium digital, sekaligus menunjukkan bahwa bahasa bersifat dinamis dan responsif terhadap konteks sosial serta

teknologi. Dinamika ini juga berdampak pada persepsi terhadap bahasa baku, serta memperkuat pentingnya literasi digital dan linguistik dalam masyarakat modern.

Saran

Untuk Peneliti Selanjutnya, Diperlukan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif atau eksperimental untuk mengukur sejauh mana perubahan gaya bahasa memengaruhi kemampuan berbahasa formal, terutama di kalangan generasi muda. Untuk Pendidikan, Penting bagi institusi pendidikan untuk menyeimbangkan penggunaan bahasa digital dengan pembelajaran bahasa baku agar siswa dapat beradaptasi secara kontekstual tanpa kehilangan kaidah kebahasaan yang benar. Untuk Pemerintah dan Lembaga Bahasa, Perlu ada strategi kebijakan yang mendukung literasi digital dan kebahasaan, termasuk kampanye kesadaran akan pentingnya menjaga kualitas bahasa di ruang digital. Untuk Pengguna Media Sosial, Diharapkan pengguna lebih bijak dalam berbahasa di media sosial dengan mempertimbangkan konteks, audiens, dan etika komunikasi demi terciptanya ruang digital yang sehat dan inklusif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, R. (2020). *Bahasa Visual di Instagram dan Pengaruhnya terhadap Representasi Diri*. Jurnal Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Hidayat, A. (2021). *Bahasa dalam Komunikasi WhatsApp: Studi Kasus Mahasiswa Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Jakarta.
- Mulyani, T. (2023). *Peran TikTok dalam Pembentukan Bahasa Gaul Anak Muda*. Jurnal Linguistik Terapan, Universitas Negeri Surabaya.
- Nugroho, R. A. (2020). Variasi Bahasa pada Media Sosial: Studi Kasus Pengguna Twitter dan Instagram. *Jurnal Stilistika*, 9(1), 47–58.
- Nurhayati, D. (2021). *Gaya Bahasa dalam Caption Instagram Influencer Muda*. Jurnal Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Jakarta
- Pramudya, A. (2021). *Twitter Sebagai Ruang Publik Digital: Studi Wacana Kritik Sosial*. Jurnal Komunikasi Universitas Gadjah Mada.
- Ramadhani, D. (2020). "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Bahasa Gaul Remaja." *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(2), 134-145.
- Ramadhani, T. (2022). *Analisis Kesalahan Berbahasa dalam Media Sosial dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia*. Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya, Universitas Negeri Malang.
- Sari, A.P. (2022). *Fenomena Bahasa Populer di TikTok: Studi Linguistik Sosial*. Jurnal Bahasa & Komunikasi, Universitas Padjadjaran.

- Sari, M. dan Hidayat, A. (2021). *Dampak Gaya Bahasa Media Sosial terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Baku di Lingkungan Akademik*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sari, M. dan Hidayat, A. (2021). *Dampak Gaya Bahasa Media Sosial terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Baku di Lingkungan Akademik*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Setiawan, D. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Kemampuan Berbahasa Indonesia Mahasiswa*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setiawan, D. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Kemampuan Berbahasa Indonesia Mahasiswa*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suwandi, S. (2016). Ragam Bahasa di Media Sosial: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 122–134.