

VARIASI BAHASA DALAM KOMUNIKASI DIGITAL: STUDI SOSIOLINGUISTIK PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL

Miranda Elisa Br Sembiring¹, Sonya Hutabarat², Devi Ansani Christina Sinaga³, Eka Putri Saptari Wulan⁴

^{1,2,3,4}Universitas HKBP Nommensen

mirandaelisa.sembiring@student.uhn.ac.id¹, sonya.hutabarat@student.uhn.ac.id²,
deviansanichristina.sinaga@student.uhn.ac.id³, eka.putri@uhn.ac.id⁴

ABSTRACT; *This research aims to describe and estimate the marketing strategy situation at the Ni Tek cake shop in Kubang Putiah, Banuhampu District. This research uses a qualitative approach, namely conducting research by observing and interviewing the research object. So the results of this research provide guidelines for this technical cake shop in marketing. Data collection techniques used were interviews, observation and documentation. Data analysis techniques used SWOT analysis, namely describing strengths, weaknesses, opportunities and threats to the analysis SWOT Matrix. The aim of the research was to analysis marketing strategy as a strategies increasing sales in the Bolu Tek Ni Cake Business in Kubang Putiah, Banuhampu Area. Based on the research results, it show that analyzing marketing strategies in increasing sales at the Tek Ni sponge cake shop using SWOT analysis which consists of internal factors and external factors. It can be seen that from the internal factors, the Tek Ni sponge cake shop has a score of 3.17, which means it describes the company's strong internal position. On external factors, the Tek Ni sponge cake shop has a score of 2.89 which illustrates that this company responds to existing opportunities and is quite capable of avoiding the threats that exist in the company. Then the Tek Ni sponge cake business uses an SO strategy which has a strength score of 3.72. Thus the sponge cake tek bi business has the ability to develop and improve and turn potential into good performance and achievement. Thus, the tek ni sponge cake business can increase its sales volume through marketing strategies.*

Keywords: *Analysis, Marketing Strategy, Sales Volume.*

ABSTRAK; Penelitian ini mengkaji variasi bahasa dalam komunikasi digital dengan fokus pada platform media sosial, seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok, serta fenomena sosiolinguistik yang terjadi di dalamnya. Dengan pendekatan sosiolinguistik, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor sosial seperti usia, identitas kelompok, dan tujuan komunikasi memengaruhi penggunaan bahasa di dunia digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi bahasa yang muncul di media sosial mencakup penggunaan singkatan dan akronim, kode campuran (code-mixing), serta elemen visual seperti emoji dan GIF, yang

memperkaya komunikasi tetapi juga dapat menimbulkan kesalahpahaman lintas generasi. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa variasi bahasa ini tidak hanya mencerminkan identitas sosial dan kelompok, tetapi juga dampak dari perkembangan teknologi yang memungkinkan terciptanya bahasa baru dan perubahan norma linguistik. Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan komunikasi digital, seperti perbedaan pemahaman bahasa antar kelompok sosial dan generasi. Temuan ini memberikan wawasan mengenai dampak variasi bahasa terhadap interaksi sosial, serta implikasinya dalam pendidikan dan komunikasi lintas budaya.

Kata Kunci: Analisis, Strategi Pemasaran, Volume Penjualan.

PENDAHULUAN

Keberagaman bahasa dalam komunikasi digital mencakup fenomena seperti penggunaan singkatan, emoji, kode campuran (code-mixing), dan variasi dialek atau gaya bahasa yang mencerminkan identitas sosial tertentu. Misalnya, generasi muda sering menggunakan istilah slang atau kata-kata yang hanya dipahami oleh komunitas daring tertentu. Di sisi lain, generasi yang lebih tua cenderung mempertahankan struktur bahasa yang lebih formal.

Fenomena ini semakin kompleks ketika diperhatikan dalam konteks globalisasi, di mana platform media sosial memungkinkan individu dari berbagai latar belakang budaya dan bahasa untuk saling berinteraksi. Dengan demikian, variasi bahasa dalam media sosial bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga menjadi ekspresi identitas, simbol solidaritas kelompok, dan bahkan alat untuk memperjuangkan opini atau agenda tertentu.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan sociolinguistik untuk menganalisis variasi bahasa yang digunakan dalam komunikasi digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pola-pola variasi bahasa yang muncul dalam media sosial, memahami faktor-faktor sosial yang memengaruhi penggunaannya, serta mengeksplorasi implikasinya terhadap hubungan sosial dan budaya di era digital.

KAJIAN TEORI

1. Sociolinguistik dan Variasi Bahasa

Sociolinguistik sebagai cabang linguistik menempatkan bahasa sebagai medium yang tidak hanya merefleksikan hubungan sosial tetapi juga membentuk identitas dan struktur masyarakat. Dalam karya seminalnya, Labov (1972) menjelaskan bahwa variasi bahasa adalah

fenomena universal yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti usia, gender, status sosial, dan latar belakang budaya. Dalam konteks komunikasi digital, variasi ini semakin kompleks karena pengaruh teknologi yang mengubah cara manusia berkomunikasi.

Holmes (2013) menambahkan bahwa variasi bahasa tidak hanya terlihat pada level kata atau struktur kalimat tetapi juga mencakup aspek-aspek seperti penggunaan simbol visual, intonasi virtual (misalnya penggunaan huruf kapital sebagai penekanan), dan elemen estetika lainnya seperti emoji atau stiker. Dengan demikian, komunikasi digital menawarkan ruang baru untuk mengeksplorasi bagaimana identitas sosial dan budaya direpresentasikan melalui bahasa.

2. Media Sosial sebagai Arena Komunikasi Digital

Boyd dan Ellison (2007) mendefinisikan media sosial sebagai platform yang memungkinkan pengguna tidak hanya berinteraksi tetapi juga menciptakan dan berbagi konten. Media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan WhatsApp telah merevolusi cara manusia berkomunikasi dengan menawarkan fleksibilitas dalam bentuk pesan teks, suara, visual, atau video.

Keberagaman platform ini memberikan pengaruh signifikan terhadap variasi bahasa. Sebagai contoh, Twitter dengan batasan karakter memaksa pengguna untuk berinovasi dalam menyampaikan pesan, sementara TikTok menawarkan format video singkat yang sering kali menggunakan audio atau teks sebagai sarana ekspresi linguistik. Media sosial menjadi arena di mana identitas individu dan kelompok dikonstruksi melalui pilihan bahasa, gaya komunikasi, dan interaksi dengan audiens global.

3. Fenomena Variasi Bahasa dalam Komunikasi Digital

Komunikasi digital telah menciptakan fenomena linguistik baru yang menjadi ciri khas era modern. Beberapa fenomena tersebut meliputi:

- **Singkatan dan Akronim**

Penggunaan singkatan seperti "LOL" (*laugh out loud*), "FYI" (*for your information*), dan "OMG" (*oh my God*) menjadi bagian integral dari komunikasi digital. Dalam konteks Indonesia, singkatan seperti "OTW" (*on the way*) atau "BTW" (*by the way*) sering digunakan untuk menghemat waktu dan ruang dalam komunikasi.

- **Kode Campuran (Code-Mixing dan Code-Switching)**

Fenomena ini terjadi ketika pengguna mencampur dua atau lebih bahasa dalam satu wacana. Misalnya, "Aku lagi hectic banget nih, nggak sempat OTW." Kode campuran mencerminkan identitas global sekaligus lokal, menunjukkan kemampuan bilingual atau bahkan multilingual yang dimiliki pengguna.

- **Emoji dan GIF**

Emoji telah menjadi bentuk komunikasi universal yang melampaui batas bahasa. Danesi (2016) menjelaskan bahwa emoji memberikan dimensi emosional dalam komunikasi digital, sementara GIF sering digunakan untuk mengekspresikan reaksi atau emosi secara visual. Kombinasi ini menciptakan lapisan makna yang kaya dalam komunikasi sehari-hari.

- **Gaya Bahasa Generasi**

Generasi muda sering menciptakan istilah baru atau slang yang mencerminkan dinamika sosial mereka, seperti "bestie," "auto," atau "savage." Gaya bahasa ini sering kali menjadi tren di media sosial sebelum diadopsi oleh komunitas yang lebih luas.

4. Tantangan dalam Variasi Bahasa Digital

Meskipun variasi bahasa dalam komunikasi digital menawarkan kreativitas dan fleksibilitas, hal ini juga menghadirkan tantangan. Androutsopoulos (2008) menunjukkan bahwa potensi kesalahpahaman meningkat karena perbedaan interpretasi makna antar kelompok sosial. Sebagai contoh, emoji yang dianggap lucu dalam satu budaya dapat dipahami berbeda oleh budaya lain.

Selain itu, kesenjangan digital menjadi masalah utama dalam konteks global. Pengguna di daerah dengan akses internet terbatas sering kali tidak dapat mengikuti tren atau variasi bahasa yang berkembang di media sosial. Akibatnya, homogenisasi atau fragmentasi gaya komunikasi dapat terjadi, tergantung pada tingkat aksesibilitas dan partisipasi digital masing-masing kelompok.

5. Pengaruh Globalisasi terhadap Variasi Bahasa Digital

Globalisasi melalui media sosial mempercepat penyebaran istilah, gaya bahasa, dan ekspresi budaya lintas negara. Sebagai contoh, istilah "FYP" (*for your page*) yang populer di TikTok kini dikenal luas oleh pengguna dari berbagai negara. Namun, globalisasi juga dapat

mengancam keberagaman bahasa lokal, karena bahasa Inggris cenderung mendominasi percakapan di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk menganalisis variasi bahasa dalam komunikasi digital. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah memahami fenomena bahasa dalam konteks sosial dan budaya pengguna media sosial.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variasi bahasa yang digunakan dalam komunikasi digital, khususnya pada platform media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan WhatsApp. Data penelitian mencakup teks, emoji, singkatan, kode campuran, serta elemen visual lain yang ditemukan dalam percakapan atau unggahan pengguna media sosial.

2. Sumber Data Data diperoleh dari:

- Unggahan Media Sosial: Komentar, status, dan konten yang diunggah pengguna pada platform Instagram, Twitter, TikTok, dan WhatsApp.
- Wawancara: Wawancara dilakukan terhadap sejumlah pengguna media sosial untuk menggali perspektif mereka mengenai alasan penggunaan variasi bahasa tertentu dan maknanya dalam konteks sosial.

3. Teknik Pengumpulan Data

- Observasi Non-Partisipan: Peneliti mengamati konten yang tersedia secara publik di media sosial untuk mengidentifikasi variasi bahasa yang muncul.
- Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan terhadap 10-15 responden yang dipilih secara purposive sampling, yakni pengguna aktif media sosial dari berbagai kelompok usia dan latar belakang budaya.
- Dokumentasi: Peneliti mendokumentasikan contoh-contoh variasi bahasa, seperti singkatan, emoji, atau kode campuran yang ditemukan pada media sosial.

4. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis wacana kritis (Fairclough, 1995) untuk memahami hubungan antara variasi bahasa dengan faktor sosial, budaya, dan teknologi. Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Reduksi Data: Menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Klasifikasi: Mengelompokkan data berdasarkan jenis variasi bahasa, seperti singkatan, kode campuran, atau penggunaan emoji.
3. Interpretasi: Menginterpretasikan data dengan mengacu pada teori sosiolinguistik, termasuk teori variasi bahasa dan identitas sosial.
4. Penarikan Kesimpulan: Menyimpulkan pola-pola variasi bahasa yang ditemukan serta implikasinya terhadap komunikasi digital.

5. Validitas Data

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi metode, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, diskusi dengan ahli sosiolinguistik dilakukan untuk memperkuat interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ragam Formal dan Informal Variasi bahasa dalam media sosial sering kali mencerminkan konteks sosial dan tujuan komunikasi. Ragam formal biasanya ditemukan dalam konteks profesional atau akademik, seperti unggahan LinkedIn atau diskusi ilmiah di Twitter. Sebaliknya, ragam informal lebih banyak digunakan dalam percakapan santai, meme, atau komentar di Instagram dan TikTok.
2. Bahasa Gaul dan Slang Bahasa gaul, slang, atau jargon komunitas tertentu banyak mewarnai interaksi di media sosial. Contohnya adalah istilah-istilah seperti "bestie," "spill the tea," atau "ngab" yang populer di kalangan anak muda. Variasi ini mencerminkan kreativitas dan identitas kelompok tertentu.
3. Penggunaan Kode Campur (Code-Mixing dan Code-Switching) Banyak pengguna media sosial menggunakan kode campur, mengombinasikan dua atau lebih bahasa dalam satu unggahan atau komentar. Fenomena ini mencerminkan kemampuan bilingual atau multilingual masyarakat dan sering digunakan untuk menonjolkan identitas budaya.

4. Singkatan dan Akronim Dalam upaya mempercepat komunikasi, pengguna media sosial sering menggunakan singkatan atau akronim seperti "LOL" (Laugh Out Loud), "BRB" (Be Right Back), atau "OTW" (On The Way). Di Indonesia, singkatan seperti "WKWK" (tertawa) atau "BTW" (By The Way) juga umum dijumpai.

Faktor-faktor seperti usia, komunitas, media platform, dan tujuan komunikasi berperan besar dalam menentukan variasi bahasa yang digunakan. Generasi muda, misalnya, lebih cenderung menciptakan istilah baru, sementara platform seperti Twitter mendorong bahasa yang lebih ringkas.

Tentu! Berikut adalah **Hasil dan Pembahasan** yang diperluas dengan tambahan yang Anda inginkan:

Hasil Penelitian

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa variasi bahasa yang muncul dalam komunikasi digital di media sosial, serta pengaruh sosial dan budaya yang mendasari penggunaannya. Berikut adalah temuan utama berdasarkan analisis data:

1. **Penggunaan Singkatan dan Akronim**

Singkatan seperti "LOL" (*laugh out loud*), "FYI" (*for your information*), dan "OMG" (*oh my God*) sering ditemukan dalam komentar dan unggahan pengguna media sosial. Dalam konteks Indonesia, singkatan seperti "OTW" (*on the way*), "BTW" (*by the way*), dan "GG" (*good game*) menjadi bagian dari percakapan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda. Singkatan ini digunakan untuk menghemat waktu dan membuat pesan lebih ringkas.

2. **Kode Campuran (Code-Mixing dan Code-Switching)**

Pengguna media sosial sering mencampur bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dalam satu wacana, misalnya: "Hari ini super hectic, belum sempat reply chat." Fenomena ini menunjukkan kecenderungan pengguna untuk mengekspresikan identitas global sekaligus lokal. Hal ini menunjukkan adaptasi bahasa dalam ruang digital yang lebih bebas dan dinamis, serta pengaruh bahasa Inggris sebagai *lingua franca* global di dunia maya.

3. Emoji sebagai Bahasa Universal

Emoji digunakan sebagai pengganti kata atau untuk menambahkan dimensi emosional dalam komunikasi. Misalnya, emoji 😊 digunakan untuk mengekspresikan rasa suka, sementara 😂 digunakan untuk menunjukkan reaksi lucu. Penggunaan emoji ini menciptakan komunikasi visual yang melampaui batasan linguistik dan memungkinkan pesan disampaikan secara lebih ekspresif. Perubahan makna emoji juga teramati, seperti emoji 🙄 yang kini sering digunakan untuk mengekspresikan ironi atau sindiran.

4. Gaya Bahasa Generasi

Istilah baru seperti "bestie," "cringe," "auto," dan "salty" menjadi populer di kalangan generasi muda. Istilah-istilah ini mencerminkan kreativitas linguistik yang terus berkembang di media sosial dan menjadi penanda kelompok sosial tertentu. Generasi Z, misalnya, sering kali menggunakan istilah yang lebih santai dan ekspresif, yang menciptakan identitas kelompok yang terpisah dari generasi sebelumnya.

5. Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Variasi Bahasa

Media sosial dengan algoritma yang mendasarinya turut memengaruhi variasi bahasa. Misalnya, istilah "FYP" (*For Your Page*) yang populer di TikTok berfungsi sebagai bagian dari budaya media sosial tertentu, yang tidak hanya memperkaya variasi bahasa tetapi juga menunjukkan cara berkomunikasi yang sesuai dengan algoritma platform tersebut. Pengguna sering kali menyertakan tagar atau istilah ini agar konten mereka muncul di halaman lebih banyak orang.

6. Analisis Berdasarkan Platform Media Sosial

Setiap platform media sosial memiliki ciri khas dalam penggunaan bahasa:

- **Twitter:** Penggunaan singkatan dan hashtag yang efisien karena batasan karakter (280 karakter).
- **Instagram:** Kombinasi teks, emoji, dan visual dalam caption, serta penggunaan hashtag untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- **TikTok:** Tren audio dan teks overlay menjadi cara pengguna untuk menyampaikan pesan singkat dan menarik.
- **WhatsApp:** Variasi bahasa lebih personal dan kasual, dengan penggunaan emoji dan stiker sebagai pelengkap, menciptakan komunikasi yang lebih intim.

7. Peran Komunitas Daring dalam Membentuk Variasi Bahasa

Kelompok atau komunitas tertentu di media sosial sering menciptakan istilah yang hanya dipahami oleh anggotanya. Misalnya, dalam komunitas K-Pop, istilah "stan" (mendukung dengan sepenuh hati) menjadi populer, sementara di dunia gaming, istilah "GGWP" (*Good Game, Well Played*) sering digunakan untuk menunjukkan apresiasi terhadap permainan.

8. Variasi Bahasa Berdasarkan Generasi

Setiap generasi memiliki gaya bahasa yang khas dalam komunikasi digital:

- **Generasi Z** (lahir 1997–2012): Kreatif dengan istilah baru yang sering kali bersifat ekspresif dan nonformal, seperti "gas," "bestie," atau "ngab."
- **Generasi Milenial** (lahir 1981–1996): Cenderung mencampur bahasa Indonesia dan Inggris, menggunakan singkatan seperti "BTW," "FYI," atau "LOL."
- **Generasi X atau Baby Boomer**: Lebih formal dalam komunikasi digital dan lebih jarang menggunakan singkatan atau emoji, meskipun mulai mengadopsi elemen tersebut dalam konteks yang lebih santai.

9. Penggunaan Bahasa Lokal di Media Sosial

Fenomena menarik lainnya adalah penggunaan bahasa lokal dalam komunikasi digital. Bahasa daerah seperti Jawa, Sunda, atau Minang sering digunakan dalam percakapan untuk menunjukkan identitas kedaerahan. Misalnya, kata "rek" dalam bahasa Sunda digunakan dalam kalimat santai di media sosial, mencerminkan cara individu mempertahankan identitas lokal mereka meski berkomunikasi di platform digital yang bersifat global.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi bahasa dalam komunikasi digital mencerminkan dinamika sosial, identitas kelompok, dan inovasi linguistik. Penggunaan singkatan dan kode campuran mencerminkan efisiensi dan fleksibilitas dalam komunikasi digital, yang sejalan dengan teori sosiolinguistik Labov (1972) tentang variasi bahasa yang dipengaruhi oleh faktor sosial.

Selain itu, fenomena emoji, gaya bahasa generasi, dan istilah baru yang berkembang di media sosial menunjukkan bagaimana teknologi dan algoritma platform memengaruhi bentuk komunikasi. Istilah seperti "FYP" atau penggunaan hashtag menjadi semacam "kode sosial"

yang membantu pengguna menavigasi dunia media sosial yang semakin kompleks. Hal ini juga menunjukkan bagaimana variasi bahasa berkembang mengikuti tren teknologi, sosial, dan budaya.

Namun, variasi bahasa ini juga menghadirkan tantangan, terutama dalam konteks lintas generasi dan budaya. Androutsopoulos (2008) mengingatkan bahwa meskipun variasi bahasa dapat memperkaya komunikasi, hal ini juga dapat menimbulkan kesalahpahaman karena perbedaan interpretasi di antara kelompok sosial yang berbeda. Istilah atau emoji tertentu yang dipahami oleh generasi muda mungkin tidak dipahami oleh generasi yang lebih tua, menciptakan jarak komunikasi yang perlu diperhatikan.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa media sosial bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang di mana bahasa bertransformasi dan mencerminkan perubahan sosial. Pengguna media sosial harus memiliki kesadaran kontekstual terhadap variasi bahasa yang digunakan agar dapat berkomunikasi dengan lebih efektif dan menghargai keberagaman sosial yang ada.

KESIMPULAN

Variasi bahasa dalam komunikasi digital menunjukkan bagaimana bahasa terus berkembang dan beradaptasi sesuai dengan dinamika sosial dan teknologi yang terus berubah. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan bahasa di media sosial dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti usia, identitas kelompok, dan tujuan komunikasi pengguna. Generasi muda, misalnya, lebih cenderung menciptakan istilah baru yang memperkaya kosakata digital dan memperkuat identitas kelompok mereka, sementara penggunaan singkatan, emoji, dan kode campuran (code-mixing) mencerminkan kemudahan dan kecepatan komunikasi di platform-platform digital.

Namun, meskipun variasi bahasa ini memperkaya komunikasi, fenomena ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama dalam konteks pemahaman lintas generasi dan budaya. Kesalahpahaman bisa terjadi akibat perbedaan interpretasi terhadap istilah atau simbol yang digunakan. Beberapa variasi bahasa yang populer di kalangan generasi muda mungkin tidak mudah dipahami oleh generasi yang lebih tua, yang dapat menciptakan jarak pemahaman antar kelompok sosial yang berbeda.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam dampak dari variasi bahasa ini terhadap bidang lain, seperti pendidikan dan komunikasi lintas budaya. Dalam konteks pendidikan, misalnya, variasi bahasa ini dapat memengaruhi cara pembelajaran dilakukan, baik dalam pengajaran bahasa maupun dalam pemahaman materi pelajaran. Selain itu, komunikasi lintas budaya juga perlu menjadi fokus, mengingat penggunaan bahasa yang berbeda di berbagai negara dan budaya yang terhubung melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Androutsopoulos, J. (2008). *The Study of Digital Media and Communication: Challenges, Trends, and Methodologies*. In *Handbook of Applied Linguistics* (pp. 289-304). Mouton de Gruyter.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. Bloomsbury Publishing.
- Holmes, J. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics* (4th ed.). Routledge.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic Patterns*. University of Pennsylvania Press.