



Analisis Variasi Bahasa Selebgram Pada Media Sosial Instagram

Alan

Prodi Bahasa Dan Sastra Indonesia, FKIP, Universitas Lakidende

Email : alanlibra1986@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak jenis Variasi Bahasa yang digunakan Selebgram dalam Media Sosial Instagram. Penelitian ini menganalisis Variasi Bahasa pada Media Sosial Instagram. Data dalam penelitian ini berupa data tulisan yaitu paparan bahasa (teks tertulis) yang ada pada postingan instagram selebgram serta mengandung Variasi Bahasa. Sumber data dalam penelitian ini adalah 12 akun Media sosial Instagram Selebgram. Berdasarkan hasil analisis data pada BAB IV dapat dirumuskan bahwa pada Media Sosial Instagram terdapat beberapa Variasi Bahasa. Berdasarkan temuan peneliti terdapat 20 postingan yang bervariasi. Dari 20 postingan tersebut terdapat 4 postingan yang mengandung Variasi Bahasa Idiolek, 7 postingan yang mengandung Variasi Bahasa Dialek serta 9 postingan yang mengandung Ragam Bahasa. Dalam penelitian tersebut juga terdapat faktor yang menyebabkan pemakai Bahasa bervariasi yaitu dari penututnya sendiri dengan keinginannya mencampurkan unsur bahasanya.

Kata Kunci: *Variasi Bahasa, Media Sosial*

Abstract

This research aims to find out how many types of language variations are used by Selebgrams in Instagram Social Media. This study analyzes Language Variations on Instagram Social Media. The data in this study is in the form of written data, namely exposure to language (written text) in Instagram celebrity posts and contains language variations. The data sources in this study were 12 Selebgram Instagram social media accounts. Based on the results of data analysis in CHAPTER IV, it can be concluded that Instagram Social Media has several language variations. Based on the findings of researchers there are 20 posts that vary. Of the 20 posts, there are 4 posts containing Idiolect Language Variations, 7 posts containing Dialect Language Variations and 9 posts containing Language Variety. In this study there are also factors that cause the use of language to vary, namely from the speakers themselves with their desire to mix elements of their language.

Keywords: *Language Variation, Social Media*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu ciri khas manusia yang membedakannya dengan makhluk hidup lainnya. Bahasa merupakan alat bagi manusia untuk berkomunikasi dengan cara mengkomunikasikan ide, gagasan, pendapat, perasaan, atau segala emosi yang ingin disampaikan kepada orang lain secara lisan. Bahasa juga merupakan alat pemersatu negara Indonesia yang memiliki banyak suku dari berbagai pulau.

Menurut Abdul Chaer dan Leoni Agustina (Tasya Nanda Chinita, 2020: 26) salah satu fungsi Bahasa adalah sebagai alat komunikasi dan interaksi. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem simbol, tanda, atau tindakan. Ragam bahasa yang digunakan biasanya bersumber dari konteks percakapan atau tema yang diangkat dalam percakapan. Setiap penutur pasti melakukan pergeseran atau variasi kebahasaan selama proses komunikasi, terutama dalam komunitas dwibahasa atau multibahasa. Tidak semua pengguna bahasa mengabdikan diri pada satu bahasa saja. Akan sesekali beralih antar varian atau variasi dari berbagai bahasa. Misalnya, bahasa informal yang menjadi umum di antara teman sekelas dan rekan kerja.

Menurut Castillo (Layla, 2021: 454) bahasa sering dilihat sebagai alat berpikir, sistem ekspresi yang memediasi transmisi pikiran dari satu orang ke orang lain. Bahasa, di sisi lain, didapatkan dari penutur lain, yaitu masyarakat tutur, sesuatu yang ditawarkan kepada subjek penutur dari tradisi dalam metode berbicara. Bahasa memegang peranan penting dalam komunikasi.

Sosiolinguistik umumnya digunakan untuk mempelajari hubungan antara bahasa dan masyarakat. Sosiolinguistik merupakan kajian yang menitikberatkan pada hubungan antara bahasa dengan berbagai faktor seperti jenis kelamin, status sosial, agama, situasi, pekerjaan, dan ras. Menurut Megawati (2017: 113) hal tersebut menunjukkan, bahwa bahasa yang digunakan oleh kelompok gender yang berbeda antara laki-laki dan perempuan memiliki ciri kebahasaan yang berbeda dan mengakibatkan variasi kebahasaan yang berbeda pula.

Sejalan dengan Bayyurt (2013) hal ini adalah bagaimana bahasa berbeda dari satu konteks ke konteks lainnya melintasi batas-batas geografis, dan bagaimana orang berkomunikasi dengan orang-orang dalam konteks lain (misalnya, penutur non-peribumi: non-peribumi, dan lain-lain). Dengan demikian, analisis linguistik terkandung dalam ranah teori sosial selama konsep-konsep yang mendasarinya berakar pada konteks sosial dan pola perilaku. Oleh karena itu, menurut Halliday (2007) yang sekarang disebut “sosiolinguistik” adalah memandang perilaku linguistik sebagai sejenis pengetahuan. Kemudian perhatian difokuskan pada aspek sosial bahasa. Manusia berbicara dengan menggunakan bahasa yang berbeda untuk menafsirkan komunikasi dan membentuk hubungan sosial. Perubahan bahasa merupakan fenomena kompleks yang dapat dilihat dari berbagai perspektif (Zungu & Barnes, 2014).

Kajian sosiolinguistik menurut Kushartanti (2009: 230) cenderung berfokus pada perubahan Bahasa yang terjadi dalam masyarakat, biasanya adanya lapisan sosial yang berbeda dalam masyarakat. Dalam proses komunikasi dengan masyarakat, sering terjadi proses perubahan Bahasa yang digunakan dalam bahasa-bahasa umum di masyarakat. Penggunaan Bahasa juga berperan dalam mempengaruhi Variasi Bahasa dan keragaman Bahasa yang digunakan dalam kehidupan bermasyarakat. Apalagi di dunia sekarang ini, orang tidak hanya berinteraksi secara tatap muka, tetapi juga melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Komunikasi nonverbal dan verbal adalah dua kategori di mana komunikasi dapat diklasifikasikan. pertukaran lisan. Tanpa suara, komunikasi nonverbal berlangsung. Sebagai ilustrasi, gunakan isyarat tangan, peluit, plakat, lampu berkedip, dll. Interaksi verbalTindakan komunikasi verbal dan tertulis melibatkan penggunaan bahasa sebagai alat. Penggunaan bahasa di media sosial elektronik merupakan salah satu cara bahasa digunakan sebagai alat komunikasi.Berdasarkan perkembangan modern, Media Sosial telah menjadi cara untuk berkomunikasi dengan seseorang yang jauh tanpa harus bertemu langsung. Media Sosial dapat digunakan untuk berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini. Ini juga merupakan Media bagi seseorang untuk mengungkapkan perasaan mereka. Bahkan dapat menjelajahi aktivitas sehari-hari seseorangmelalui cara media sosial. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Media sosial, yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya, memungkinkan orang untuk terlibat, berbagi, dan membuat informasi dengan mudah. jejaring sosial, wiki, dan blogdigunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Seperti yang dilansir diwikipedia, 2018 bahwa Media Sosial adalah Media Online yang mendukung interaksi sosial, dan Media Sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Seseorang dapat menggunakan Instagram kapan saja, di mana saja melalui smartphone atau laptopdi situs web Instagram. Pengguna Instagram dapat dengan mudah membagikan aktivitas harian yang diunduh di *feed* akun mereka. Beberapa fitur di Instagram antara lain foto dan video yang bisa dibagikan, Instagram, Snapchat atau Snapgram, dan status dengan siaran langsung (live).Semua fitur tersebut digunakan untuk mendukung aktivitas seseorang dengan mengungkapkan keinginan untuk berbagi. Instagram menjadi semakin menarik karena pengguna dapat dengan mudah mengikuti idola mereka, mengetahui aktivitas apa yang mereka posting, dan lebih dekat dengan masing-masing idola.

Dalam Media Sosial Instagram terdapat sebutan Selebgram untuk seseorang yang mempunyai banyak *followers*, Selebgram adalahpenunjukan pengguna Layanan jejaring sosial Instagram dikenal dengan akun Instagram yang populer. Seseorang yang terkenal di Instagram sebagai selebritas disebut dengan istilah yang menggabungkan istilah "selebriti" dan "Instagram". Selebriti biasanya menghasilkan uang dari ketenaran mereka.

Menurut Frans M Royan (2004: 36) selain menjadi *public figure*dan mendapatkan banyak koneksi, menjadi selebriti juga mendapatkan banyak pengakuan dari berbagai brand dan toko online.

Pengguna Instagram saat ini menghabiskan sebagian besar waktunya untuk bermain Media Sosial dan belajar serta berkumpul bersama keluarga. Sementara itu, mereka menyukai Media Sosial untuk mendapatkan perhatian, meminta pendapat, dan meningkatkan citra mereka. Bagaikan *diary*, Instagram seolah menjelma menjadi catatan kehidupan para pengguna yang menyaksikan kisah-kisah yang mereka alami dalam hidup mereka. Cukup banyak orang yang mengabadikan momen penting dalam hidup dan menyimpannya di Instagram untuk referensi di masa mendatang.

Banyak dari mereka yang menggunakan Instagram sebagai tempat berbagi aktivitas, suka dan duka. Namun tidak seperti buku harian yang tertutup dan hanya terlihat oleh pemiliknya, berbagi di Instagram dan media sosial lainnya bersifat terbuka dan dapat dilihat oleh jutaan mata di seluruh dunia. Segala sesuatu yang kita bagikan terlihat oleh orang lain, dan sebaliknya, apa pun yang dibagikan dengan orang lain dapat kita lihat, tidak ada batasan atau privasi. Namun, pengguna Instagram kini dapat menggunakan privasi akunnya untuk mengunci akunnya, sehingga tidak semua pengguna dapat melihat feed Anda, hanya orang yang Anda ikuti yang dapat melihat akun Anda.

Postingan dalam Media Sosial Instagram tidak relevan dengan aturan untuk bebas menggunakan apa yang dipilih untuk ditulis pada setiap status akun. Penulisan status di media sosial tidak memasukkan unsur Sarah dan hanya perlu dimaklumi. Berdasarkan hal tersebut, pengguna akun Instagram dapat menuliskan apa yang ingin mereka sampaikan ke akun Instagram mereka, beserta perasaan, ide, gagasan, dan pemikirannya tentang sesuatu. Oleh karena itu, ada banyak Variasi Bahasa yang digunakan di Instagram.

METODE

Jenis penelitian ini tergolong jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode content analysis atau analisis isi. Metode content analysis atau analisis isi yang digunakan untuk menelaah dari suatu dokumen, dalam penelitian ini dokumen yang dimaksud adalah postingan selebgram pada media sosial instagram.

Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan pendekatan Sociolinguistik. Pada pendekatan sociolinguistik ini digunakan karena adanya beberapa Variasi Bahasa yang akan dikaji oleh peneliti. Kemudian setelah data-data yang berkaitan dengan Variasi Bahasa terdapat dalam 12 akun Selebgram pada Media Sosial Instagram, selanjutnya peneliti mengumpulkan dan mengelompokkan data-data tersebut dalam lima kategori antara lain: Variasi Bahasa idiolek, Variasi Bahasa Dialek dan Ragam Bahasa. Dalam menganalisis data-data tersebut peneliti menulis kutipan-kutipan yang termasuk Variasi Bahasa yang terdapat pada postingan akun Instagram tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variasi Bahasa Idiolek



(Data 1)

“Banggona2 siap2 otw kolaka”

Instagram: @jodhaanggielasiaw

Pada data(1) di atastermaksud dalam salah satu jenis Variasi Bahasa Idiolek, Variasi Bahasa Idiolek yang terdapat pada postingan akun Media Sosial Selebgram tersebut menyelipkan kosakata Dialek tolaki saat menggunakan Bahasa Indonesia, Bahasa Tolaki sendiri berasal dari salah satu suku asli yang berada di Provinsi Sulawesi Tenggara. Pada postingan tanggal 8 juni 2022 tersebut salah satu Selebgram dari

Sulawesi Tenggara ini tepatnya tinggal di sebuah kota Kendari menuliskan caption dengan kalimat “Banggona2 siap2 otw kolaka”, Kata bangga jika ditransletkan dalam Bahasa Indonesia berarti teman. Selebgram ini sering menyapa *followersnya* dengan sapaan dalam Bahasa Tolaki sehingga itu menjadikan salah satu ciri khasnya dari Selebgram lainnya oleh karena itulah kata tersebut mengandung Variasi Bahasa Idiolek.

Variasi Bahasa Dialek (Sosial)



(Data 3)

“Diserbu Pagi2 sama anadalo”

Instagram: @jodhaanggielasiaw

Pada data (3) di atas menggunakan Variasi Bahasa Dialek Sosial, postingan selebgram tanggal 7 juni 2022 ini memperlihatkan sebuah postingan dengan foto seorang penjual es yang di kelilingi sekitar 8 anak-anak untuk membeli jualannya dan tak lupamenambahkan caption “Diserbu pagi2 sma anadalo”. Yang mengandung Variasi Bahasa Dialek Sosial adalah kata “Anadalo” anadalo berarti “Anak-anak” kata ini berasal dari suku Tolaki mengapa kata tersebut bisa dikatakan Dialek karena selain menggunakan Bahasa Daerah yang ada ditempatnya kata tersebut juga sering digunakan oleh masyarakat Sulawesi Tenggara tepatnya dibagian kota Kendari dalam sebutan untuk anak-anak. Hal ini terjadi karena asal tempat tinggal penutur.

Variasi Bahasa Dialek(Sosial)



(Data 4)

“Tabe selebgram baru ini nah gugur tante Jodha”
Instagram: @jodhaanggielasiaw

Pada data (4) di atas mengandung Variasi Bahasa Dialek Sosial, postingan Selebgram pada tanggal 3 juni 2022 ada sebuah video seorang ibuyang sedang menjelaskan produk *skincare* dan sengaja menirukan gaya bicara seorang Selebgram. Postingan tersebut menuliskan sebuah caption “Tabe Selebgram baru ini nah gugur tante Jodha” dalam caption tersebut yang mengandung Variasi Bahasa Dialek Sosial adalah kata “Tabe” kata tersebut berasal dari daerah Sulawesi Tenggara dan sering digunakan oleh suku Tolaki yang dapat diartikan “Permisi” yakni kata sapaan yang bersifat halus umumnya diucapkan ketika lewat di depan orang, khususnya orang yang kita hormati, teman, sahabat, orang tua, atau siapa saja yang kita hormati dan tak lupa dengan posisi badan yang sedikit meunduk. Hal ini disebabkan karena asal tempat tinggal penutur sehingga membuat dirinya menggunakan Dialek tersebut.

Ragam Bahasa Akrab



(Data 5)

"Buru buru amat mo ngapain si say"

Instagram: @emilmari0

Pada data (5) di atas mengandung Ragam Bahasa Akrab, mengapa bisa dikatakan demikian. Karena pada postingan seorang Selebgram tanggal 16 Mei 2022 di akun Instagramnya tersebut mengunggah kembali sebuah video Tiktoknya yang sedang dalam situasi marah-marah kepada temannya dan menuliskan caption "Buru buru amat mo ngapain si say". Yang termaksud Ragam Akrab pada kalimat tersebut adalah "Si, mo dan say" kata tersebut adalah termaksud kata non formal "Si" seharusnya menjadi "Sih", "Mo" yang seharusnya menjadi "Mau" dan "Say" seharusnya menjadi "Sayang" bentuk kata tidak formal ini digunakan oleh seseorang untuk berkomunikasi pada saat situasi tidak resmi seperti berbincang-bincang dengan keluarga maupun teman karib. Hal ini terjadi karena penutur dalam situasi bercanda dikarenakan selebgram ini sering membuat konten seperti itu untuk menghibur para *followersnya*.

Variasi Bahasa Dialek (Geografis)



(Data 14)

“Beruntung lu punya gue”

Instagram: *@fadiljaldi*

Pada data (14) diatas peneliti mengkategorikan sebagai Variasi Bahasa Dialek Geografi. Postingan Selebgram tanggal 16 juni 2022 mengunggah foto dirinya bersama temannya menggunakan baju berwarna serba hitam dari foto tersebut mereka sedang menghadiri pesta kemudian ditambahkan caption “beruntung lu punya gue”. Dari kutipan itu yang termaksud Variasi Bahasa Dialek Geografis adalah kata “lu” dan “gue” kata tersebut seharusnya menjadi “kamu” dan “aku” namun karena penutur berasal dari daerah jakarta jadi menggunakan kata itu yakni merupakan bahasa gaul yang sering digunakan saling berkomunikasi oleh orang-orang yang tinggal didareah jakarta.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa Variasi Bahasa yang terdapat pada postingan instagram Selebgram, yang terdiri dari dua puluh kutipan teks pada postingan Instagram Selebgram yang ditemukan oleh peneliti dan terbagi dari 3 bagian yaitu, Variasi Bahasa Idiolek, Variasi Bahasa Dialek dan Ragam Bahasa. Dari beberapa bagian yang dimaksud peneliti menemukan 4 kutipan teks postingan instagram Selebgram yang termasuk dalam Variasi Bahasa Idiolek, 7 kutipan postingan Instagram Selebgram yang termasuk dalam Variasi Bahasa Dialek dan 9 kutipan teks postingan Instagram Selebgram yang termasuk dalam Ragam Bahasa. Semua kutipan tersebut dimuat pada teks postingan yang terdapat dari 12 akun Selebgram pada Media Sosial Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslinda, Leni Syafyaha, 2007. Pengantar Sociolinguistik. Refika Aditama. Bandung.
- Bayyurt, Y. (2013). Perspektif Saat Ini tentang Sociolinguistik dan Pendidikan Bahasa Inggris. Jurnal Bahasa dan Pengajaran dan Pembelajaran.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina, 2010. Sociolinguistik. Renika Cipta. Jakarta
- Chaer, Abdul and Leony Agustina, 2004. Sociolinguistik Perkenalan Awal. Rineka Cipta. Jakarta.
- Chinita, T. N. (2020). Variasi Bahasa Penggunaan Media Sosial Instagram Siswa SMA dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia (*Bachelor's thesis*, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Evans. 2018. Perkembangan Media sosial. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Frans M Royan, 2004. Marketing Selebriti. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Halliday. (2007). *Sociolinguistic Theory*. In J.J. Webster, *Language and Society*. New York: Continuum.
- Hudaa, S., & Bahtiar, A. (2020). Variasi Bahasa Kaum Milenial: Bentuk Akronim dan Palindrom dalam Media Sosial. ESTETIK: Jurnal Bahasa Indonesia, 3(1), 41.
- Kholil R Mudjia Raharjo, 2008. Sociolinguistik Qur'ani. UIN Malang Press. Malang.
- Kunjana, Rahardi, 2001. Sociolinguistik Campur Kode dan Alih Kode. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Kushartanti, 2009. Pesona Bahasa. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Margono, S. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Megawati. 2017. sociolinguistik. Dalam Pengantar Linguistik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhadjir dan Basuki Suhardi, 1990. Bilingualisme dan pengajaran Bahasa. Depok: Fakultas Sastra Universitas Indonesia.
- Muri Yusuf, 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Prenadamedia group. Jakarta.
- Nababan, P.W.J. 1993. Sociolinguistik. Gramedia. Jakarta.
- Paramitha. 2011. Perkenalan Awal Media Sosial. Gramedia. Jakarta.
- Prayudi, S., & Nasution, W. (2020). Ragam bahasa dalam media sosial twitter. Jurnal Metamorfosa, 8(2), 269-280.
- Puntoadi. 2011. Media Sosial. Mitra Gama Widya. Yogyakarta.
- Sartika, (2017). PENGGUNAAN VARIASI BAHASA SOSIOLEK PADA MASYARAKAT SULAWESI-SELATAN (Studi kasus Bahasa Kotu di Kabupaten Enrekang). Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sinaga, L. C., Gintings, I. P., & Hasibuan, J. R. (2021). *Register Application On Instagram: Beauty Product*. Linguistik, 10(1), 453-461.
- Soeparno, 1993. Dasar-dasar linguistik. Mitra Gama Widya. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Alfabeta. Bandung.
- Sumarsono. 2001. Sociolinguistik. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Wafalin, Michelle. 2016. Efektifitas Instagram *Common Grounds*. Jurnal. Petra Surabaya
- Zungu, P., & Barnes, L. (2014). Sociolinguistic Variation in Zulu: Contemporary Codes and Registers. Language Matters, 182-283.