

PENGUNAAN BAHASA BAKU DAN TIDAK BAKU DALAM MEDIA SOSIAL

**Aisyah Hayati Daulay¹, Fitri Ramadani², Niang Riag Waruwu³, Sandi⁴, Davi
Anugrah⁵, Said Ali Asghar⁶**

[¹aisyahhayati230807@gmail.com](mailto:aisyahhayati230807@gmail.com), [²24fitriramadani@gmail.com](mailto:24fitriramadani@gmail.com), [³niangriawaruwu@gmail.com](mailto:niangriawaruwu@gmail.com),
[⁴pragossandi0@gmail.com](mailto:pragossandi0@gmail.com), [⁵davianugrah531@gmail.com](mailto:davianugrah531@gmail.com), [⁶agikgrowtopia890@gmail.com](mailto:agikgrowtopia890@gmail.com)

Universitas Maritim Raja Ali Haji

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi ruang komunikasi utama di era digital, yang secara signifikan memengaruhi dinamika kebahasaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa baku dan tidak baku dalam media sosial serta dampaknya terhadap eksistensi bahasa Indonesia. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi (content analysis), data diambil dari sampel unggahan dan komentar pengguna di platform Instagram, Twitter (X), dan TikTok selama periode awal tahun 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ragam bahasa tidak baku—seperti singkatan, slang, bahasa prokem, dan pencampuran kode (code-mixing)—mendominasi interaksi informal karena dinilai lebih ekspresif, efisien, dan santai. Sebaliknya, bahasa baku tetap dipertahankan dalam konteks formal, seperti akun resmi pemerintahan, berita, dan edukasi. Pembahasan dalam artikel ini menyoroti bahwa fenomena ini merupakan bentuk adaptasi linguistik yang wajar dalam komunikasi digital, namun memerlukan perhatian agar tidak mengikis pemahaman generasi muda terhadap kaidah bahasa yang benar. Kesimpulan menekankan pentingnya konsep 'berbahasa yang bijak', yaitu menempatkan variasi bahasa sesuai dengan ruang dan konteks komunikasinya.

Kata Kunci: Bahasa Baku, Bahasa Tidak Baku, Media Sosial, Komunikasi Digital, Sociolinguistik.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi. Media sosial seperti Instagram, Twitter (X), TikTok, dan WhatsApp kini bukan sekadar media hiburan, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang publik digital utama di mana jutaan orang bertukar informasi setiap detiknya. Dalam lanskap digital ini, bahasa berfungsi sebagai instrumen utama dalam penyampaian pesan. Namun, karakteristik media sosial yang menuntut kecepatan, ringkasan, dan daya tarik visual telah melahirkan fenomena kebahasaan yang baru dan dinamis.

Secara sociolinguistik, bahasa Indonesia memiliki dua ragam utama berdasarkan situasi pemakaiannya, yaitu bahasa baku dan bahasa tidak baku. Bahasa baku adalah ragam bahasa yang telah dikodifikasi, diterima, dan difungsikan sebagai model bagi masyarakat luas, mengacu pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) atau yang sekarang diperbarui menjadi EYD (Ejaan yang Disempurnakan) serta Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Sementara itu, bahasa tidak baku adalah ragam yang tidak melembaga dan ditandai oleh ciri-ciri yang menyimpang dari norma bahasa baku, sering digunakan dalam situasi santai atau akrab.

Di media sosial, batasan antara formalitas dan informalitas sering kali kabur. Kebebasan berekspresi memicu menjamurnya penggunaan ragam tidak baku, mulai dari pemendekan kata, penggunaan angka untuk mengganti suku kata, penyerapan istilah asing secara serampangan, hingga terciptanya bahasa prokem (slang) baru yang berubah dalam hitungan bulan. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan edukator dan pemerhati bahasa mengenai penurunan kualitas berbahasa generasi muda. Oleh karena itu, artikel ini disusun untuk mengkaji secara mendalam bagaimana bahasa baku dan tidak baku digunakan di media sosial, faktor apa yang memengaruhinya, serta bagaimana menyikapi pergeseran

kebahasaan ini secara bijak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (content analysis). Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin menguraikan secara mendalam ragam fenomena kebahasaan teks tertulis tanpa melakukan intervensi terhadap objek yang diteliti. Data dalam penelitian ini berwujud kata, frasa, kalimat, atau singkatan yang merepresentasikan penggunaan bahasa baku maupun tidak baku.

Sumber data diperoleh dari tiga platform media sosial dengan karakteristik audiens terbesar di Indonesia, yaitu Instagram, Twitter (X), dan TikTok. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi dan catat, melalui penyampelan bertujuan (purposive sampling) terhadap unggahan (posts) serta komentar pada akun-akun publik dalam rentang waktu Januari hingga April 2026. Akun-akun tersebut dikategorikan menjadi dua jenis: (1) Akun formal/institusional (seperti akun berita, akun resmi kementerian, dan lembaga pendidikan) untuk melihat pola bahasa baku; dan (2) Akun personal/influencer hiburan untuk menganalisis bahasa tidak baku. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan, dianalisis berdasarkan kaidah tata bahasa Indonesia standar (EYD dan KBBI), serta diinterpretasikan maknanya dalam konteks interaksi sosial digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis terhadap data yang dikumpulkan, ditemukan pola kodifikasi yang jelas mengenai kapan bahasa baku dan tidak baku digunakan oleh netizen Indonesia. Secara garis besar, perbandingan volume penggunaan menunjukkan dominasi yang sangat masif dari bahasa tidak baku pada interaksi antar-pengguna (komentar dan balasan), sementara bahasa baku mempertahankan posisinya pada konten-konten yang bersifat informatif, instruksional, dan resmi.

A. Karakteristik Penggunaan Bahasa Tidak Baku

Penggunaan bahasa tidak baku di media sosial memiliki beberapa tipologi umum, antara lain:

1. Pemendekan Kata dan Kontraksi: Kata-kata umum dipotong demi kecepatan mengetik. Contoh: 'yang' menjadi 'yg', 'dengan' menjadi 'dgn', 'bisa' menjadi 'bs', 'karena' menjadi 'krn'.
2. Bahasa Slang dan Prokem Baru: Munculnya istilah baru yang disepakati secara kolektif oleh komunitas digital. Pada tahun 2026, istilah seperti 'fomo', 'ygy' (ya gais ya), 'menyala', dan 'starboy' sangat dominan digunakan dalam percakapan sehari-hari di TikTok dan Twitter.
3. Alih Kode dan Campur Kode (Code-Mixing): Penggabungan bahasa Indonesia dengan bahasa daerah atau bahasa asing (terutama bahasa Inggris). Contoh penulisan: 'Gue udah *prefer* naik kereta daripada macet-macetan, jujurly bikin *healing*'.
4. Pengaruh Fonetis Interpersonal: Pengubahan huruf untuk memberikan kesan imut, manja, atau ekspresif. Contoh: 'kamu' menjadi 'kamuwh' atau 'kmu', 'banget' menjadi 'bgt' atau 'bgtss'.

B. Karakteristik Penggunaan Bahasa Baku

Bahasa baku ditemukan dominan pada tipe akun institusional dan media massa cyber. Karakteristiknya meliputi:

1. Kepatuhan pada Struktur Kalimat: Penggunaan subjek, predikat, objek, dan keterangan (SPOK) yang runtut.
2. Pilihan Kata (Diksi) Sesuai KBBI: Menggunakan kata 'membuat' bukan 'bikin', 'mengapa' bukan 'kenapa', 'sangat' bukan 'banget'.

3. Ketepatan Tanda Baca: Penggunaan huruf kapital, titik, koma, dan tanda seru yang proporsional sesuai kaidah EYD.

Aspek Kebahasaan	Ragam Bahasa Baku	Ragam Bahasa Tidak Baku
Konteks Penggunaan	Pengumuman resmi, berita, konten edukasi, siaran pers kementerian.	Komentar netizen, unggahan personal, konten hiburan, obrolan santai.
Ciri Linguistik	Sesuai EYD & KBBI, struktur kalimat SPOK utuh, tanpa singkatan liar.	Penuh singkatan (yg, dgn), pencampuran bahasa (code-mixing), bahasa prokem/slang.
Fungsi Utama	Menjaga kredibilitas informasi, kejelasan komunikasi massa, formalitas.	Membangun keakraban, efisiensi pengetikan, ekspresi emosi secara cepat.

Pembahasan

Dominasi bahasa tidak baku di media sosial tidak boleh dipandang secara peyoratif sebagai tanda kemunduran bangsa semata. Dari perspektif sociolinguistik, media sosial merepresentasikan ruang komunikasi lisan yang dimediasi oleh tulisan (written speech). Ketika seseorang menulis tweet atau komentar, proses psikologis yang terjadi mirip dengan saat mereka berbicara langsung dalam situasi informal. Oleh karena itu, efisiensi dan ekspresivitas menjadi prioritas utama di atas kepatuhan terhadap tata bahasa formal.

Faktor Penyebab Maraknya Bahasa Tidak Baku

Ada tiga faktor utama yang mendorong masifnya penggunaan bahasa tidak baku di platform digital. Pertama, keterbatasan ruang dan waktu. Karakter Twitter yang membatasi jumlah huruf, atau tempo video TikTok yang cepat, menuntut penyampaian pesan sesingkat mungkin. Singkatan seperti 'OTW', 'FYI', atau 'tbh' mempercepat transmisi makna. Kedua, kebutuhan akan identitas kelompok dan inklusivitas sosial. Penggunaan slang atau prokem tertentu (misalnya istilah-istilah gen-Z) berfungsi sebagai penanda bahwa pengguna adalah bagian dari subkultur digital yang adaptif dan 'up-to-date'. Pengguna yang bersikeras menggunakan bahasa baku di ruang informal digital berisiko dicap kaku, sombong, atau 'tidak asyik'. Ketiga, faktor psikologis ekspresi emosi. Bahasa baku terkadang dirasa terlalu netral atau dingin, sedangkan bahasa tidak baku dengan penambahan partikel ekspresif (seperti 'sih', 'deh', 'dong', 'wkwk') mampu menyampaikan intonasi dan emosi pembicara secara lebih akurat lewat teks tertulis.

Eksistensi dan Tantangan Bahasa Baku

Meskipun arus ragam tidak baku sangat kuat, data menunjukkan bahwa bahasa baku tetap memiliki benteng pertahanan yang kokoh di media sosial. Keberadaan akun-akun publik resmi seperti @Kemdikbud_RI atau akun media berita nasional membuktikan bahwa bahasa baku adalah instrumen mutlak untuk menjaga otoritas, kejelasan informasi, dan menghindari ambiguitas. Bahasa baku mencegah terjadinya salah tafsir dalam komunikasi massal yang ditujukan kepada masyarakat heterogen.

Tantangan terbesar muncul ketika sekat-sekat ruang komunikasi ini runtuh. Kebiasaan menggunakan bahasa tidak baku di media sosial kerap kali terbawa oleh pengguna (khususnya pelajar dan mahasiswa) ke dalam ranah akademik dan profesional formal, seperti dalam penulisan surat resmi, tugas akhir, atau komunikasi via email dengan dosen dan atasan.

Fenomena ini mengindikasikan adanya gejala penurunan kemampuan 'situational switching' atau ketidakmampuan membedakan konteks kapan harus menggunakan ragam bahasa tertentu. Hal ini menuntut adanya reorientasi dalam pembelajaran bahasa Indonesia,

di mana edukasi tidak lagi sekadar menghafal aturan kaku, melainkan menekankan pada kecerdasan situasional kebahasaan.

KESIMPULAN

Penggunaan bahasa baku dan tidak baku di media sosial merupakan refleksi nyata dari kedinamisan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi yang hidup. Bahasa tidak baku mendominasi ruang-ruang interaksi sosial informal digital karena keunggulannya dalam aspek efisiensi, akomodasi sosial, dan kemampuan mentransfer emosi. Di sisi lain, bahasa baku tetap memegang peranan krusial dalam menjaga fungsi otoritatif, formalitas, dan penyebaran informasi publik yang valid.

Fenomena kebahasaan di media sosial ini tidak perlu disikapi dengan kepanikan linguistik yang berlebihan, melainkan dengan strategi adaptasi edukasi yang tepat. Kunci utamanya terletak pada pemahaman konteks atau konsep 'berbahasa yang bijak'. Masyarakat, terutama generasi muda, harus terus didorong untuk menguasai kedua ragam bahasa tersebut dengan baik. Mereka harus tahu kapan boleh menggunakan ragam santai untuk membangun keakraban di media sosial, dan kapan harus menggunakan ragam baku secara disiplin demi menjaga marwah intelektual dan profesionalisme di ruang formal.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2022). Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (EYD) Edisi V. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Chaen, M. (2025). *Sosiolinguistik: Kajian Ragam Bahasa Masyarakat Digital*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Keraf, G. (2018). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mahsun. (2014). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pranowo. (2021). Bahasa Indonesia dalam Komunikasi Siber: Tantangan dan Peluang Eksistensi. *Jurnal Kebahasaan dan Kesastraan*, 19(2), 145-158.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Wardough, R., & Fuller, J. M. (2021). *An Introduction to Sociolinguistics* (8th ed.). Wiley-Blackwell.