



Perubahan Struktur Bahasa dalam Komunikasi Digital di Media Sosial

Yusuf Idin Adhar¹, Muhammad Wadhani², Muh. Addarunnafis³, Hidayatunnisa'i⁴

¹⁻⁴ Sistem dan Teknologi Informasi, Universitas Mbojo Bima, Bima, Indonesia

*Penulis Korespondensi: yusuf.idin10@gmail.com

Abstract. The development of information technology and social media has given rise to new forms of communication that have impacted changes in language structure in society. This study aims to describe the forms of changes in language structure in digital communication on social media, particularly on the Facebook and Instagram platforms, and to explain the social factors behind them. The method used is a descriptive qualitative approach, with documentation and observation techniques on posts by users aged 15–45 years. The results of the study indicate that changes in language structure on social media include several main forms: (1) ellipsis, which is the removal of sentence elements that can be understood from the context; (2) shortening and abbreviation of words for communication efficiency; (3) the use of emoticons and symbols as substitutes for nonverbal expressions; (4) code mixing between Indonesian and English as a marker of social identity and globalization; and (5) phonetic modification and spelling creativity as a form of personal expression and communication style typical of the digital generation. These changes are not considered as language deviations, but rather forms of linguistic adaptation to the fast, concise, and expressive nature of communication in the digital space. This study confirms that social media is a dynamic space for language evolution, where creativity and efficiency are the main principles in communication.

Keywords: Digital communication; Language change; Sentence structure; Social media; Sociolinguistics.

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah melahirkan bentuk komunikasi baru yang berdampak pada perubahan struktur bahasa dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk perubahan struktur bahasa dalam komunikasi digital di media sosial, khususnya pada platform Facebook dan Instagram, serta menjelaskan faktor-faktor sosial yang melatarbelakanginya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik dokumentasi dan observasi terhadap unggahan pengguna berusia 15–45 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan struktur bahasa di media sosial mencakup beberapa bentuk utama: (1) ellipsis, yaitu penghilangan unsur kalimat yang dapat dipahami dari konteks; (2) pemendekan dan penyingkatan kata untuk efisiensi komunikasi; (3) penggunaan emotikon dan simbol sebagai pengganti ekspresi nonverbal; (4) campur kode antara bahasa Indonesia dan Inggris sebagai penanda identitas sosial dan globalisasi; serta (5) modifikasi fonetik dan kreativitas ejaan sebagai bentuk ekspresi personal dan gaya komunikasi khas generasi digital. Perubahan-perubahan ini tidak dianggap sebagai penyimpangan bahasa, melainkan bentuk adaptasi linguistik terhadap karakter komunikasi yang cepat, ringkas, dan ekspresif di ruang digital. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan ruang evolusi bahasa yang dinamis, di mana kreativitas dan efisiensi menjadi prinsip utama dalam berkomunikasi.

Kata Kunci : Bahasa; Komunikasi digital; Media sosial; Perubahan bahasa; Sosiolinguistik.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan cepat berbagai platform media sosial telah membentuk sebuah bentuk ruang komunikasi baru yang secara kualitatif berbeda dari praktik berbahasa lisan maupun tulisan konvensional. Pola interaksi digital yang bersifat cepat, menggunakan berbagai mode teks, emoji, gambar, dan sering kali terputus-putus memicu berkembangnya ragam kebahasaan baru seperti bentuk singkatan, pemedatan frasa, penggunaan emoji, dan struktur sintaksis non-standar. Pemaknaan perubahan ini relevan dengan analisis *discourse-centred online ethnography* yang diuraikan oleh (Androutsopoulos, 2008) serta sejalan dengan kerangka *mediatization* yang menjelaskan bagaimana media digital membentuk perubahan sosiolinguistik (Androutsopoulos, 2014). Di sisi lain, temuan empiris mengenai pergeseran

penggunaan emotikon menuju emoji dalam komunikasi digital, sebagaimana ditunjukkan oleh (Pavalanathan & Eisenstein, 2015) menegaskan adanya perubahan simbolik dan struktural dalam ekspresi digital. Dalam konteks lokal, penggunaan emoji sebagai bagian dari konstruksi makna visual juga didukung oleh penelitian (Nisa, 2025) yang menemukan bahwa emoji berfungsi sebagai elemen penanda emosi dan intensitas pesan dalam komunikasi remaja di media sosial. Fenomena pemendekan frasa serta kecenderungan ekspresi yang efisien dapat pula dijelaskan melalui prinsip ekonomi berbahasa sebagaimana dijelaskan dalam *the Principle of Least Effort* (Zipf, 1949). Selain itu, penelitian (Wijayanti et al, 2022) menunjukkan bahwa generasi milenial di Indonesia mempraktikkan ragam komunikasi singkat, cepat, dan multimodal yang memperkuat arah perubahan tersebut.

Secara deskriptif, berbagai penelitian linguistik menunjukkan pola berulang seperti: (1) pemendekan kalimat dan fragmentasi klausa, (2) penyebaran cepat bentuk slang dan singkatan, (3) penggunaan ortografi kreatif, dan (4) integrasi unsur visual seperti emoji sebagai penanda pragmatis. Peran emoji sebagai elemen yang turut membangun makna gramatikal telah didemonstrasikan dalam penelitian (Pavalanathan & Eisenstein, 2015) mengenai peralihan dari emotikon ke emoji dalam komunikasi di Twitter. Selain itu, temuan (Nisa, 2025) juga mendukung fungsi emoji sebagai bagian dari tanda pragmatis yang berpengaruh pada struktur pesan digital.

Dari perspektif sosiopragmatik dan wacana, perubahan struktur bahasa di media sosial mencerminkan pergeseran fungsi komunikasi: tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas, menguatkan relasi sosial, dan mengekspresikan kedekatan emosional. Konsep ini konsisten dengan gagasan mengenai *digital literacy practices* yang dijelaskan dalam kajian *mediatization* oleh (Androutsopoulos, 2014), yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial mengembangkan gaya bahasa khas sesuai komunitasnya. Perubahan tersebut bukan merupakan penyimpangan dari norma kebahasaan formal, melainkan adaptasi terhadap kebutuhan komunikasi digital yang bersifat cepat, efisien, dan multimodal.

Di Indonesia, berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berdampak signifikan terhadap struktur bahasa dan kosakata Bahasa Indonesia. (Wijayanti et al, 2022) mengidentifikasi bentuk-bentuk komunikasi khas generasi milenial, termasuk pemendekan kata, penggunaan kosakata campuran, serta kreativitas ortografis dalam interaksi digital.

Hal ini selaras dengan temuan (Nisa, 2025) yang menegaskan peran simbol visual dan ekspresi singkat dalam membentuk pola komunikasi baru remaja. Dengan demikian, media sosial menjadi salah satu faktor penting yang mendorong munculnya variasi kebahasaan baru dalam perkembangan Bahasa Indonesia kontemporer.

2. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk menggambarkan secara mendalam bentuk-bentuk perubahan struktur bahasa yang terjadi dalam komunikasi digital di media sosial, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. penelitian kualitatif bersifat alami dan kontekstual, sehingga cocok untuk mengkaji fenomena kebahasaan dalam konteks sosial tertentu (Moleong, 2013).

B. Sumber dan Objek Data

Objek penelitian ini adalah tuturan atau unggahan berupa komentar, status, dan percakapan yang dilakukan pengguna media sosial seperti Instagram dan facebook. Data diambil dari akun publik atau komunitas daring yang aktif menggunakan bahasa Indonesia dalam interaksi sehari-hari.

Sumber data terdiri atas:

- a. Data primer: unggahan teks di media sosial yang mengandung perubahan struktur bahasa.
- b. Data sekunder: literatur, jurnal, dan dokumentasi yang berkaitan dengan perubahan bahasa dan komunikasi digital.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan teknik dokumentasi dan observasi non-partisipatif. Peneliti mengambil cuplikan percakapan atau unggahan pengguna media sosial yang memenuhi kriteria sebagai data, yaitu:

- a. Mengandung struktur kalimat tidak baku.
- b. Menunjukkan penggunaan bentuk singkatan, pelesapan unsur kalimat, emotikon, dan simbol lainnya.
- c. Diposting dalam konteks komunikasi informal.

Sebagai pelengkap, dilakukan juga wawancara terbatas kepada beberapa pengguna aktif media sosial untuk memperoleh pandangan mereka tentang alasan penggunaan bentuk bahasa tersebut.

D. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan metode analisis wacana dan analisis struktural bahasa. Langkah-langkah analisis meliputi:

- a. Mengidentifikasi bentuk-bentuk perubahan struktur bahasa (pelesapan subjek, predikat, pemendekan kata, penambahan simbol, dll.).
- b. Mengklasifikasikan jenis perubahan berdasarkan aspek linguistik: morfologi, sintaksis, dan semantik.
- c. Menafsirkan makna dan konteks penggunaan bentuk-bentuk tersebut dalam komunikasi digital.
- d. Menjelaskan faktor-faktor sosial yang mempengaruhi penggunaan struktur bahasa tersebut berdasarkan teori sosiolinguistik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Elipsis dalam Struktur Kalimat

Data 1

“Pingin liburan, tapi kerjaan numpuk” (Instagram, posting, Perempuan 43 Tahun)

Kalimat “Pingin liburan, tapi kerjaan numpuk” yang diunggah oleh seorang perempuan 43 Tahun di Instagram memperlihatkan adanya elipsis dalam struktur kalimatnya. Elipsis adalah penghilangan unsur kalimat yang secara gramatikal seharusnya ada, tetapi dapat dipahami dari konteks. Dalam data ini, subjek “saya” dan predikat pada klausa kedua dihilangkan karena sudah tersirat dari konteks kalimat pertama. Jika ditulis secara lengkap, kalimat tersebut dapat direkonstruksi menjadi “Saya pingin liburan, tapi saya harus menyelesaikan kerjaan numpuk.” Penghilangan unsur tersebut menunjukkan efisiensi berbahasa dan merupakan ciri khas komunikasi di media sosial yang cenderung ringkas, ekspresif, dan kontekstual. Secara pragmatik, elipsis ini juga memperkuat kesan spontan dan emosional dari penutur yang sedang mengungkapkan keinginan beristirahat di tengah tekanan pekerjaan. Fenomena ini sejalan dengan pendapat (Alwi dkk, 2010) yang menjelaskan bahwa “elipsis merupakan salah satu bentuk penghematan dalam bahasa yang tidak mengurangi kejelasan makna karena unsur yang dihilangkan dapat dipahami dari konteks kalimat.” Dengan demikian, elipsis dalam kalimat ini berfungsi untuk mengefisienkan ujaran sekaligus menjaga keluwesan dan kealamian komunikasi digital.

Data 2

"Capek kerja terus." (Facebook, status, Perempuan, 35 tahun)

Kalimat “Capek kerja terus.” yang ditulis oleh seorang perempuan berusia 35 tahun di Facebook menunjukkan adanya elipsis dalam struktur kalimatnya. Elipsis terjadi ketika bagian kalimat yang seharusnya ada secara gramatikal dihilangkan karena dapat dipahami dari konteks. Dalam kalimat ini, unsur subjek “saya” tidak disebutkan secara eksplisit, meskipun maknanya tetap jelas bagi pembaca. Jika direkonstruksi secara lengkap, bentuk kalimatnya menjadi “Saya capek kerja terus.” Penghilangan subjek ini mencerminkan gaya komunikasi informal di media sosial yang lebih menekankan pada ekspresi perasaan secara langsung dan efisien. Secara pragmatik, elipsis tersebut memperkuat kesan spontan dan emosional dari penutur yang ingin mengekspresikan kelelahan tanpa perlu penjelasan panjang. Fenomena ini sejalan dengan pendapat (Alwi dkk, 2010) yang menyatakan bahwa “elipsis merupakan penghilangan unsur kalimat yang tidak mengaburkan makna karena unsur tersebut dapat dipulihkan dari konteksnya.” Dengan demikian, elipsis dalam kalimat ini bukan hanya bentuk penyederhanaan struktur, tetapi juga strategi linguistik yang menyesuaikan dengan karakter komunikasi digital yang cepat, ringkas, dan ekspresif.

Data 3

"Lagi di rumah, bosen banget." (Facebook, status, Perempuan 25 tahun)

Kalimat “Lagi di rumah, bosen banget.” yang diunggah oleh pengguna Facebook berusia 25 tahun menunjukkan struktur kalimat yang sederhana namun sarat makna, dengan penggunaan elipsis sebagai ciri utamanya. Kalimat ini terdiri atas dua klausa yang tidak menyebutkan subjek secara eksplisit, namun maknanya tetap mudah dipahami oleh pembaca. Secara lengkap, kalimat ini dapat direkonstruksi menjadi “Saya lagi di rumah, (dan saya merasa) bosen banget.” Penghilangan subjek “saya” serta penghubung antar klausa seperti “dan” merupakan bentuk elipsis yang umum digunakan dalam komunikasi informal di media sosial. Elipsis ini menciptakan kesan santai, spontan, dan personal, mencerminkan gaya ekspresi khas generasi muda dalam menyampaikan situasi sehari-hari secara langsung dan apa adanya. Selain itu, penggunaan kata “bosen banget” memperkuat nuansa emosional dari keadaan yang sedang dialami, yaitu kejemuhan akibat berada di rumah dalam waktu yang lama.

B. Pemendekan dan Penyingkatan Kata

Data 1

“Gatau” (Instagram, status, Perempuan 20 tahun)

Kata “Gatau” yang digunakan oleh pengguna Instagram berusia 20 tahun merupakan bentuk pemendekan dan penyingkatan kata dari frasa “nggak tahu” atau “tidak tahu”. Fenomena ini memperlihatkan kecenderungan pengguna media sosial untuk menyederhanakan bentuk bahasa demi efisiensi dan kecepatan dalam berkomunikasi. Secara fonologis, pemendekan terjadi melalui penghilangan bunyi awal pada kata “nggak” serta penggabungan kedua kata menjadi satu bentuk tanpa spasi. Penggunaan bentuk “gatau” ini lazim dalam konteks informal karena dianggap lebih praktis dan sesuai dengan gaya tutur lisan sehari-hari. Selain itu, bentuk ini juga mencerminkan kreativitas linguistik generasi muda dalam menyesuaikan bahasa dengan medium digital yang menuntut kecepatan dan spontanitas. Hal ini sejalan dengan pendapat (Chaer, 2010) yang menyatakan bahwa “perubahan dan penyederhanaan bentuk bahasa sering kali terjadi karena adanya kebutuhan komunikasi yang cepat dan efisien di antara para penutur.” Dengan demikian, penggunaan “gatau” bukan sekadar bentuk penyimpangan dari kaidah baku, tetapi juga representasi dari dinamika bahasa yang terus berkembang mengikuti pola komunikasi digital masyarakat modern.

Data 2

“udh mkn?” (Instagram, komen postingan, Perempuan 22 tahun)

Ungkapan “udh mkn?” yang digunakan oleh pengguna Instagram berusia 22 tahun merupakan bentuk pemendekan dan penyingkatan kata dari kalimat lengkap “sudah makan?”. Bentuk ini menunjukkan penghilangan beberapa huruf untuk menyesuaikan dengan gaya bahasa informal yang umum digunakan dalam komunikasi digital. Kata “udh” berasal dari pemendekan kata “sudah” dengan menghilangkan huruf vokal tengah, sementara “mkn” berasal dari penyingkatan kata “makan” dengan menghilangkan huruf vokal untuk efisiensi penulisan. Fenomena ini mencerminkan kecenderungan pengguna media sosial untuk berkomunikasi secara cepat, ringkas, dan efisien tanpa kehilangan makna pesan. Secara deskriptif, bentuk seperti ini menunjukkan adaptasi bahasa tulis terhadap gaya tutur lisan yang santai dan akrab, serta menjadi ciri khas komunikasi generasi muda yang memanfaatkan kreativitas bahasa dalam ruang digital.

Data 3

“lg krj nih” (Facebook, status, Perempuan 28 tahun)

Ungkapan “lg krj nih” yang ditulis oleh pengguna Facebook berusia 28 tahun merupakan contoh jelas dari pemendekan dan penyingkatan kata dalam komunikasi digital. Secara lengkap, kalimat ini dapat direkonstruksi menjadi “lagi kerja nih.” Pemendekan terjadi pada kata “lagi” menjadi “lg” dan “kerja” menjadi “krj”, yang keduanya menunjukkan penghilangan huruf vokal untuk menyingkat penulisan. Penggunaan bentuk seperti ini lazim dijumpai dalam percakapan informal di media sosial, di mana efisiensi dan kecepatan komunikasi lebih diutamakan daripada kaidah kebahasaan formal. Selain itu, partikel “nih” menambah nuansa ekspresif dan menunjukkan konteks situasi yang sedang berlangsung. Secara deskriptif, pemendekan ini mencerminkan adaptasi bahasa terhadap media digital yang menuntut kesederhanaan, kepraktisan, dan kedekatan emosional antara penutur dan mitra tutur, sekaligus menggambarkan fleksibilitas bahasa dalam konteks komunikasi modern.

C. Emotikon dan Simbol sebagai Unsur Pragmatik

Data 1

“Makasih udah dateng kemarin 😊” (Facebook, status, Perempuan 28 tahun)

Kalimat “Makasih udah dateng kemarin 😊” yang ditulis oleh pengguna Facebook berusia 28 tahun memperlihatkan penggunaan emotikon sebagai unsur pragmatik yang memperkaya makna ujaran. Secara verbal, kalimat ini berfungsi untuk menyampaikan rasa terima kasih atas kehadiran seseorang. Namun, emotikon “😊” di akhir kalimat menambahkan dimensi emosional yang tidak terwakili oleh kata-kata, yakni menandakan kehangatan, ketulusan, dan keramahan penutur. Emotikon ini berfungsi sebagai penanda sikap positif dan memperkuat makna ilokusi dari ucapan terima kasih tersebut. Dalam konteks pragmatik, emotikon berperan penting dalam memperjelas maksud komunikatif dan menjaga kesantunan berbahasa di ruang digital, menggantikan ekspresi nonverbal seperti senyuman dalam interaksi tatap muka. Dengan demikian, penggunaan emotikon dalam data ini menunjukkan bagaimana pengguna media sosial memanfaatkan simbol visual untuk mengekspresikan emosi dan mempererat hubungan interpersonal secara lebih alami dan humanis.

Data 2

“Yaaah 😭 padahal udah janji 😢” (Facebook, status, perempuan 28 tahun)

Kalimat “Yaaah 😭 padahal udah janji 😢” yang diunggah oleh pengguna Facebook berusia 28 tahun menunjukkan penggunaan emotikon sebagai unsur pragmatik yang memperkuat ekspresi emosional dalam komunikasi digital. Secara verbal, kalimat ini menyiratkan kekecewaan terhadap seseorang yang tidak menepati janji. Emotikon “😭” dan “😢” berfungsi untuk menegaskan perasaan sedih dan kecewa, menggantikan ekspresi wajah yang biasanya muncul dalam komunikasi tatap muka. Dalam konteks pragmatik, emotikon tersebut tidak hanya menjadi pelengkap teks, tetapi juga memperjelas maksud dan nada emosional penutur agar pesan diterima dengan lebih empatik oleh pembaca. Penggunaan emotikon ganda menunjukkan intensitas perasaan yang ingin disampaikan, sehingga pesan yang tampak sederhana secara linguistik menjadi lebih bermakna secara emosional. Dengan demikian, data ini menggambarkan bagaimana simbol visual dalam media sosial berperan penting untuk menyalurkan emosi dan memperhalus komunikasi interpersonal di ruang digital.

Data 3

“Otw ya! 🚗💨” (Facebook, status, Perempuan 35 tahun)

Kalimat “Otw ya! 🚗💨” yang ditulis oleh pengguna Facebook berusia 35 tahun menunjukkan pemanfaatan emotikon dan simbol sebagai unsur pragmatik yang memperkuat makna ujaran. Secara verbal, frasa “Otw ya!” merupakan bentuk singkatan dari “on the way ya！”, yang berarti “sedang dalam perjalanan.” Emotikon “🚗💨” berfungsi sebagai pelengkap visual yang menegaskan konteks pergerakan atau aktivitas bepergian yang sedang dilakukan penutur. Dalam analisis pragmatik, simbol tersebut berperan untuk memperjelas maksud tuturan sekaligus menambah nuansa dinamis dan ekspresif, sehingga pesan terasa lebih hidup dan komunikatif. Penggunaan emotikon kendaraan dan semburan angin menandakan kecepatan atau kesigapan, menciptakan kesan santai namun informatif khas komunikasi di media sosial. Dengan demikian, emotikon dan simbol dalam data ini tidak hanya memperindah pesan secara estetis, tetapi juga memperkuat konteks situasional serta membantu penerima memahami maksud penutur secara lebih intuitif dan emosional.

D. Code Mixing (Campuran Bahasa)

Data 1

“Aku speechless bgt liat hasilnya, so proud of you!” (Instagram, status, Perempuan 21 tahun)

Kalimat “Aku speechless bgt liat hasilnya, so proud of you!” yang ditulis oleh pengguna Instagram berusia 21 tahun merupakan contoh jelas dari fenomena code mixing atau campuran bahasa dalam komunikasi digital. Dalam tuturan ini, bahasa Indonesia digunakan bersamaan dengan unsur bahasa Inggris, yaitu “speechless” dan “so proud of you.” Penggunaan campuran ini mencerminkan gaya tutur generasi muda yang cenderung ekspresif, kreatif, dan mengikuti tren global. Secara pragmatik, penyisipan kata dan frasa bahasa Inggris berfungsi untuk menambah kekuatan ekspresif dan menonjolkan nuansa emosional yang mungkin kurang terasa jika disampaikan sepenuhnya dalam bahasa Indonesia. Misalnya, kata “speechless” menyiratkan kekaguman yang mendalam, sementara “so proud of you” menandakan apresiasi dengan sentuhan emosional yang lembut. Dari segi sosial-bahasa, campuran bahasa ini mencerminkan identitas bilingual pengguna media sosial yang memanfaatkan bahasa asing untuk menunjukkan kedekatan dengan budaya global serta menampilkan citra modern dan berpendidikan.

Data 2

“Otw meeting dulu guys, catch up nanti ya.” (Facebook, status, Perempuan 30 tahun)

Kalimat “Otw meeting dulu guys, catch up nanti ya.” yang ditulis oleh pengguna Facebook berusia 30 tahun menunjukkan fenomena code mixing atau campuran bahasa Indonesia dan Inggris yang umum terjadi dalam komunikasi digital modern. Dalam tuturan ini, terdapat beberapa unsur bahasa Inggris, yakni “otw” (on the way), “meeting”, “guys”, dan “catch up”, yang disisipkan ke dalam struktur kalimat berbahasa Indonesia. Penggunaan campuran ini tidak hanya berfungsi sebagai variasi linguistik, tetapi juga sebagai gaya bahasa yang mencerminkan identitas sosial penutur yang akrab dengan lingkungan profesional dan global. Secara pragmatik, pemilihan kata-kata Inggris tersebut menciptakan kesan santai, modern, dan komunikatif, sekaligus menunjukkan kedekatan dengan komunitas urban atau pekerja muda yang terbiasa berinteraksi dalam konteks bilingual. Dengan demikian, data ini menggambarkan bagaimana code mixing digunakan bukan semata-mata karena keterbatasan kosakata, melainkan sebagai strategi linguistik untuk menampilkan citra diri yang dinamis, profesional, dan berwawasan internasional.

Data 3

“Mood hari ini: super bad vibes.” (Instagram, status, Perempuan 18 tahun)

Kalimat “Mood hari ini: super bad vibes.” yang diunggah oleh pengguna Instagram berusia 18 tahun merupakan contoh code mixing atau campuran bahasa antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang mencerminkan gaya komunikasi khas generasi muda di media sosial. Struktur kalimat menggunakan bahasa Indonesia pada bagian “Mood hari ini”, sedangkan frasa “super bad vibes” berasal dari bahasa Inggris dan berfungsi untuk menegaskan suasana hati yang buruk secara lebih ekspresif. Penggunaan bahasa Inggris dalam konteks ini tidak hanya memperkuat makna emosional, tetapi juga menjadi simbol gaya hidup modern dan global yang diidentifikasi dengan komunitas digital muda. Secara pragmatik, campuran bahasa ini digunakan untuk menampilkan citra diri yang dinamis, mengikuti tren, serta mampu beradaptasi dengan lingkungan bilingual. Fenomena ini sejalan dengan pendapat (Suwito, 1985) yang menyatakan bahwa “campur kode terjadi karena adanya keinginan penutur untuk menunjukkan identitas sosial tertentu dan memperluas jangkauan makna dalam komunikasi.” Dengan demikian, penggunaan frasa “super bad vibes” dalam kalimat tersebut tidak sekadar gaya bahasa, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi diri yang mencerminkan identitas sosial dan emosional penutur di dunia digital.

Data 4

“Udah telat tapi masih pengen coffee time ☕” (Facebook, status, Perempuan 27)

Kalimat “Udah telat tapi masih pengen coffee time ☕” yang ditulis oleh pengguna Facebook berusia 27 tahun menunjukkan fenomena code mixing atau campuran bahasa antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang lazim digunakan dalam komunikasi digital. Struktur utama kalimat ini menggunakan bahasa Indonesia, sedangkan frasa “coffee time” berasal dari bahasa Inggris dan digunakan untuk menggambarkan suasana santai menikmati kopi. Penggunaan campuran ini tidak semata karena keterbatasan kosakata, melainkan sebagai bentuk gaya bahasa yang lebih ekspresif, modern, dan berkonotasi sosial tertentu. Secara pragmatik, penyisipan unsur bahasa Inggris menciptakan kesan trendi dan mencerminkan identitas penutur sebagai bagian dari komunitas muda urban yang terbuka terhadap pengaruh global. Hal ini sejalan dengan pendapat (Nababan, 1993) bahwa “pemakaian campur kode sering digunakan untuk menambah nilai sosial, menandai keakraban, atau menunjukkan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu.” Dengan demikian, penggunaan “coffee time” dalam konteks ini tidak hanya memperkaya ekspresi,

tetapi juga berfungsi sebagai simbol gaya hidup dan identitas sosial generasi muda di media sosial.

E. Modifikasi Fonetik dan Kreativitas Ejaan

Data 1

“Wkwkwwk parah sih kamu 🤣” (Facebook, status, Perempuan 30 tahun)

Kalimat “Wkwkwwk parah sih kamu 🤣” yang ditulis oleh pengguna Facebook berusia 30 tahun menunjukkan fenomena modifikasi fonetik dan kreativitas ejaan yang khas dalam komunikasi digital informal. Bentuk “wkwkwwk” merupakan hasil modifikasi fonetik dari ekspresi tawa yang lazim digunakan di media sosial Indonesia, menggantikan bentuk tertulis seperti “hahaha”. Secara fonetis, rangkaian huruf wkwk tidak mewakili bunyi bahasa formal, tetapi berfungsi sebagai representasi grafis dari tawa spontan dan akrab dalam konteks percakapan daring. Kreativitas ejaan ini mencerminkan adaptasi pengguna bahasa terhadap medium digital yang memungkinkan kebebasan ekspresi dan permainan bunyi. Emotikon “🤣” memperkuat makna humor dan suasana santai dalam ujaran tersebut. Secara pragmatik, bentuk ini menunjukkan kedekatan sosial antara penutur dan mitra tutur, serta menjadi penanda gaya komunikasi yang cair, ekspresif, dan nonformal. Dengan demikian, modifikasi fonetik “wkwkwwk” berfungsi tidak hanya sebagai penanda tawa, tetapi juga sebagai simbol keakraban dan solidaritas dalam interaksi digital.

Data 2

“Hellooowww teman2, ada kabar baru nih!” (Instagram, status, Perempuan 25 tahun)

Kalimat “Hellooowww teman2, ada kabar baru nih!” yang ditulis oleh pengguna Instagram berusia 25 tahun memperlihatkan adanya modifikasi fonetik dan kreativitas ejaan dalam komunikasi digital. Bentuk “Hellooowww” merupakan hasil perpanjangan fonem vokal dan konsonan dari kata “hello” yang berfungsi untuk menambah kesan ekspresif, akrab, dan ceria dalam sapaan. Sementara itu, penulisan “teman2” adalah bentuk penyingkatan kreatif dari kata jamak “teman-teman” dengan mengganti pengulangan suku kata menggunakan angka “2”, yang dalam konteks digital dibaca sebagai tanda pluralitas. Fenomena ini mencerminkan kecenderungan pengguna media sosial untuk bermain dengan bentuk bahasa, menyesuaikan dengan gaya komunikasi yang santai, efisien, dan visual. Secara pragmatik, modifikasi ejaan ini berfungsi untuk menarik perhatian, menciptakan keakraban, dan menandai gaya informal khas generasi muda di ruang digital. Dengan

demikian, bentuk “Hellooowww teman2” tidak hanya menunjukkan perubahan fonetik, tetapi juga memperlihatkan kreativitas linguistik yang menjadi ciri khas komunikasi modern di media sosial.

Data 3

“*Okedehh, gaskeun yaa 🤘*” (Instagram, status, Perempuan 22 tahun)

Kalimat “Okedehh, gaskeun yaa 🤘” yang diunggah oleh pengguna Instagram berusia 22 tahun menunjukkan bentuk modifikasi fonetik dan kreativitas ejaan yang khas dalam komunikasi digital anak muda. Kata “Okedehh” merupakan hasil modifikasi dari “oke deh” dengan penambahan huruf h di akhir yang berfungsi memperpanjang intonasi serta menandakan nada santai dan akrab. Sementara itu, kata “gaskeun” merupakan bentuk fonetik populer yang berasal dari kata dasar “gas” (berasal dari “gas” dalam konteks kendaraan, berarti ‘bergerak’ atau ‘lanjut’) yang diberi imbuhan tidak baku “-keun”, menyerupai dialek dalam bahasa daerah seperti Sunda, untuk memberi kesan gaul dan ekspresif. Emotikon 🤘 memperkuat makna semangat dan motivasi dalam konteks percakapan. Secara pragmatik, modifikasi ini mencerminkan gaya bahasa informal yang “menunjukkan kebebasan berbahasa, kreativitas, dan kedekatan emosional antarpenutur dalam media sosial” (Rahardi, 2019). Dengan demikian, bentuk-bentuk seperti “Okedehh” dan “gaskeun” tidak hanya memperlihatkan permainan bunyi dan ejaan, tetapi juga berfungsi sebagai simbol identitas sosial dan ekspresi spontan khas generasi muda di ruang digital.

Data 4

“*Senaaangg bangeeet hari inii 🥰*” Instagram, status, Perempuan 21 tahun

Kalimat “Senaaangg bangeeet hari inii 🥰” yang ditulis oleh pengguna Instagram berusia 21 tahun memperlihatkan modifikasi fonetik dan kreativitas ejaan yang kuat dalam gaya komunikasi digital. Penulisan kata “Senaaangg”, “bangeeet”, dan “inii” menunjukkan adanya perpanjangan huruf vokal untuk menandakan penekanan emosional dan ekspresi kebahagiaan yang berlebihan. Bentuk tersebut tidak mengikuti kaidah ejaan baku, tetapi berfungsi pragmatis untuk memperkuat makna dan menampilkan intonasi ekspresif layaknya tuturan lisan. Selain itu, emotikon “🥰” menegaskan suasana positif dan rasa bahagia yang ingin dibagikan penutur kepada audiensnya. Fenomena ini mencerminkan kecenderungan pengguna media sosial untuk memanfaatkan bentuk tulis sebagai pengganti

ekspresi suara dan mimik wajah. Sejalan dengan pendapat (Chaer, 2010) bahwa bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga alat ekspresi perasaan penuturnya, modifikasi ejaan dalam data ini menjadi sarana ekspresif yang menyalurkan emosi secara visual dan interaktif. Dengan demikian, bentuk seperti “Senaaangg bangeeet hari iniii 😍” menunjukkan kreativitas linguistik yang mencerminkan keakraban, spontanitas, dan dinamika bahasa generasi muda di media sosial.

Data 5

“Duhhh pusinggg bangeeettt 😊” (Facebook, status, perempuan 27 tahun)

Kalimat “Duhhh pusinggg bangeeettt 😊” yang ditulis oleh pengguna Facebook berusia 27 tahun merupakan contoh nyata dari modifikasi fonetik dan kreativitas ejaan dalam komunikasi digital. Penulisan “Duhhh”, “pusinggg”, dan “bangeeettt” menunjukkan adanya perpanjangan huruf konsonan dan vokal yang berfungsi untuk menegaskan intensitas emosi penutur, dalam hal ini rasa lelah atau stres yang berlebihan. Secara fonetis, bentuk ini menirukan cara penutur mengucapkan kata tersebut dengan tekanan dan intonasi yang lebih panjang. Kreativitas ejaan semacam ini sering digunakan di media sosial untuk menggantikan ekspresi prosodik dan gestural dalam percakapan tatap muka. Emotikon “😊” memperkuat makna pragmatik dari kalimat, yaitu menunjukkan kondisi kebingungan atau kelelahan yang ekstrem. Fenomena ini sejalan dengan pendapat (Kridalaksana, 2008) bahwa “perubahan bentuk bahasa sering kali muncul karena kebutuhan penutur untuk menyesuaikan ekspresi dengan konteks dan medium komunikasi.” Dengan demikian, modifikasi ejaan dalam data ini tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga berfungsi sebagai alat ekspresif yang mencerminkan emosi dan gaya komunikasi informal khas pengguna media sosial.

Tabel 1. Diskusi Tematik Berdasarkan Usia

Usia	Ciri Umum Struktur Bahasa	Platform Dominan	Keterangan
15–25 tahun	Singkatan ekstrem, emotikon, campur kode, simbol	Instagram	Gaya bahasa ekspresif dan cepat

Usia	Ciri Umum Struktur Bahasa	Platform Dominan	Keterangan
26–35 tahun	Kombinasi formal dan informal, singkatan moderat	Instagram & Facebook	Adaptif dan selektif terhadap konteks Cenderung mempertahankan kaidah formal, tapi mulai menyesuaikan
36–45 tahun	Struktur lebih lengkap, sedikit singkatan	Facebook	

4. KESIMPULAN

Perubahan struktur bahasa dalam komunikasi digital di media sosial mencerminkan dinamika sosial dan perkembangan teknologi yang mengubah cara manusia berinteraksi. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa pengguna media sosial secara kreatif melakukan penyesuaian struktur bahasa untuk mencapai efektivitas komunikasi. Bentuk-bentuk seperti elipsis, penyingkatan, emotikon, campur kode, serta modifikasi fonetik dan ejaan muncul sebagai wujud dari ekonomi linguistik, yaitu usaha pengguna bahasa untuk menyampaikan pesan secara cepat dan efisien tanpa mengurangi makna.

Setiap bentuk perubahan memiliki fungsi sosial dan pragmatik yang berbeda: elipsis menandakan efisiensi; penyingkatan mencerminkan kepraktisan; emotikon menggantikan ekspresi nonverbal; campur kode menunjukkan identitas global dan modernitas; sementara modifikasi fonetik menjadi sarana ekspresi emosi dan keakraban sosial. Media sosial, dengan sifatnya yang fleksibel dan interaktif, berperan sebagai ruang pembentukan norma baru berbahasa yang bersifat cair dan kreatif.

Dengan demikian, perubahan struktur bahasa di media sosial merupakan bagian dari evolusi bahasa alami yang menyesuaikan diri dengan konteks sosial dan teknologi. Bahasa digital tidak hanya alat komunikasi, tetapi juga sarana ekspresi identitas, emosi, dan budaya generasi masa kini. Oleh karena itu, fenomena ini layak dipandang bukan sebagai penyimpangan dari kaidah baku, melainkan sebagai bukti bahwa bahasa terus hidup dan berkembang bersama penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H., Dardjowidjojo, S., Lapolika, H., & Moeliono, A. M. (2010). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia* (Edisi Ketiga). Jakarta: Balai Pustaka.
- Androutsopoulos, J. (2008). Potentials and limitations of discourse-centred online ethnography. *Language@internet*, 5.
- Androutsopoulos, J. (2014). *Mediatization and Sociolinguistic Change*. Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110346831>
- Chaer, A. (2009). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kridalaksana, H. (2008). *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nababan, P. W. J. (1993). *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nisa, Y. K. (2025). Analisis semiotika terhadap penggunaan emoji dalam komunikasi daring oleh remaja. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(2), 852-859. <https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5876>
- Pavalanathan, U., & Eisenstein, J. (2015). Emoticons vs. emojis on Twitter: A causal inference approach. *arXiv preprint arXiv:1510.08480*.
- Rahardi, K. (2019). *Pragmatik: Fenomena Ketidakteraturan Tuturan dan Implikatur Percakapan*. Jakarta: Erlangga.
- Suwito. (1985). *Sosiolinguistik: Teori dan Problema*. Surakarta: UNS Press.
- Wijayanti, S. H., Sihotang, K., Dirgantara, V. E., & Maytriyanti, M. (2022). Bentuk-bentuk komunikasi generasi milenial di sosial media. *BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya*. <https://doi.org/10.17977/um007v6i12022p84-99>
- Zipf, G. K. (1949). *Human Behavior and the Principle of Least Effort*. Addison-Wesley.
- Yule, G. (2017). *The Study of Language* (7th ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Holmes, J. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics* (4th ed.). London: Routledge.