



**HUBUNGAN PENGGUNAAN BAHASA DI MEDIA SOSIAL
DENGAN GAYA BAHASA MASYARAKAT PENGGUNA MEDIA
SOSIAL**

**CORRELATION BETWEEN LANGUAGE USE ON SOCIAL MEDIA
AND THE LANGUAGE STYLE OF SOCIAL MEDIA USERS**

Haikal Wendika¹ ,Alvianus Loisi Sabailaket²

Universitas Andalas

Alamat email haikalwendika6@gmail.com, viansabailaket@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia memiliki banyak bahasa daerah, bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan identitas negara merupakan bahasa pemersatu bangsa Indonesia. Media sosial sebagai tepat pertukaran arus informasi, globalisasi dan sebagai media komunikasi menjadikan media sosial sebagai tempat pertukaran bahasa dan pembentukan gaya bahasa penggunaannya. Artikel ini membahas hubungan antara bahasa di media sosial dengan gaya bahasa masyarakat penggunaannya dengan cara deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan menggambarkan fenomena secara apa adanya berdasarkan data numerik yang telah tersedia. Hubungan penggunaan bahasa di media sosial dengan gaya bahasa masyarakat pengguna media sosial sangat dekat, dilihat dari jumlah pengguna media sosial dengan durasi penggunaan media sosial masyarakat Indonesia dan bahasa di media sosial menjadikan perubahan gaya bahasa masyarakat penggunaannya sesuai dengan gaya bahasa di media sosial.

Kata Kunci: Bahasa, Media sosial, Gaya Bahasa, Hubungan

ABSTRACT

Indonesia has a rich diversity of regional languages, and Indonesian, as the national language and a symbol of national identity, functions as the unifying language of the nation. Social media, as a platform for the exchange of information, globalization, and digital communication, has become a space where language is shared, transformed, and reshaped. This article examines the relationship between language use on social media and the linguistic style of its users through a qualitative descriptive approach, which aims to portray phenomena as they are based on available numerical data. The relationship between language use on social media and the linguistic style of its users is closely connected, as seen



through the number of social media users, the duration of usage among Indonesian society, and the linguistic patterns that emerge on social media, all of which contribute to shifts in the language style adopted by its users in daily communication.

Keywords: Language, Social Media, Language Style, correlation

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan, setiap kepulauan memiliki pembagian daerah dan setiap daerah memiliki bahasa daerahnya masing-masing. Tondo (2009: 278) mengatakan Indonesia memiliki 742 bahasa, 737 bahasa di antaranya merupakan bahasa yang masih hidup atau masih digunakan oleh penuturnya. Dua bahasa yang berperan sebagai bahasa kedua tanpa penutur bahasa ibu (mother-tongue), sedangkan tiga bahasa lainnya telah punah.

Bahasa Indonesia sebagai bahasa kebangsaan masyarakat Indonesia memiliki peran penting untuk menjadi bahasa komunikasi antar masyarakat berbeda bahasa di seluruh daerah Indonesia. Dengan berbahasa Indonesia masyarakat-masyarakat berbagai daerah dapat berkomunikasi tanpa perlu mempelajari setiap bahasa daerah itu sendiri. Masyarakat berbagai daerah cukup mempelajari satu bahasa Indonesia sebagai bentuk bahasa komunikasi bangsa Indonesia.

Semakin cepatnya arus globalisasi menjadikan peningkatan teknologi juga semakin cepat dari waktu ke waktu. Media sosial sebagai teknologi penyebaran

informasi yang digemari oleh banyak orang diyakini bisa meubah gaya berbahasa penggunanya. Seperti yang dikatakan Muslimin, *et al.* (2023: 60) perilaku bisa dikatakan apapun bentuk respon atau rangsangan yang diterima suatu individu baik yang timbul pada dirinya sendiri ataupun luar dirinya akan membentuk rangsangan yang menghasilkan suatu sikap atau perilaku yang akan ditimbulkan.² Gaya berbahasa dapat dikatakan sebagai suatu sikap atau perilaku seseorang. Media sosial sebagai bentuk rangsangan dari luar diri seseorang dapat menghasilkan suatu sikap atau perilaku gaya berbahasa sesuai dengan yang diterimanya.

Melihat gaya berbahasa seseorang di dalam media sosial juga berpengaruh kepada pengguna atau pengikut akun media sosial itu sendiri. Seperti penemuan Ratnatika (2022: 361), ia mengatakan “gaya bahasa dalam media sosial pada akun Mario Teguh cukup bervariasi. Pertama, gaya bahasa berdasarkan pilihan kata ditemukan 2 postingan penggunaan gaya bahasa berdasarkan pilihan kata resmi dan 8 postingan penggunaan gaya bahasa berdasarkan pilihan kata percakapan. Kedua, gaya



bahasa berdasarkan struktur kalimat ditemukan 5 postingan penggunaan gaya bahasa berdasarkan klimaks, 1 postingan penggunaan gaya bahasa berdasarkan antiklimaks, 1 postingan penggunaan gaya bahasa berdasarkan antitesis, 1 postingan penggunaan gaya bahasa berdasarkan paralelisme, dan 2 postingan penggunaan gaya bahasa berdasarkan repetisi.”

Dari temuan ini bisa dikatakan akun media sosial seseorang memiliki gaya berbahasa yang variatif. Pengguna media sosial yang sangat banyak juga memiliki gaya berbahasanya masing-masing, sehingga diruang media sosial bisa dijadikan sebagai tempat pertukaran gaya berbahasa seseorang. Hal ini juga didukung oleh Prasetyaningrum (2024: 133) media social memiliki pengaruh terhadap gaya bahasa dalam penulisan bahasa Indonesia pada remaja. Kecanggihan teknologi telah memberikan andil besar dalam penulisan bahasa Indonesia mengalami perubahan.

Artikel ini berfokus membahas tentang hubungan berbahasa di media sosial dengan gaya bahasa masyarakat pengguna media sosial.

METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif,

yaitu pendekatan yang bertujuan menggambarkan fenomena secara apa adanya berdasarkan data numerik yang telah tersedia. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak melakukan pengumpulan data secara langsung melalui survei atau wawancara, melainkan memanfaatkan data sekunder yang telah dihimpun oleh lembaga resmi. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menafsirkan hubungan antara penggunaan bahasa pada media sosial dengan perubahan gaya bahasa masyarakat berdasarkan data statistik yang sudah ada. Pendekatan deskriptif kuantitatif juga memungkinkan peneliti menyajikan gambaran umum mengenai perilaku bahasa digital masyarakat Indonesia secara sistematis, objektif, dan terukur.

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain sebelum penelitian dilakukan. Data tersebut mencakup laporan resmi dari lembaga bahasa dan media sosial. Seluruh data ini dipilih karena memiliki relevansi langsung dengan topik penelitian serta berasal dari lembaga yang kredibel dan diakui secara nasional maupun internasional.



keanekaragaman bahasa yang luar biasa di wilayah ini.

Di urutan berikutnya, terdapat Maluku dengan 80 bahasa. Nusa Tenggara Timur dan Sulawesi memiliki jumlah yang serupa, yaitu masing-masing 72 dan 62 bahasa, Kalimantan memiliki 58 bahasa, Sumatra memiliki 28 bahasa, Jawa dan Bali memiliki jumlah bahasa yang paling sedikit di antara wilayah pulau yang tercantum, yaitu hanya 10 bahasa. Sebagian besar keanekaragaman bahasa Indonesia secara signifikan terkonsentrasi di wilayah Indonesia Timur, terutama Pulau Papua.

Berdasarkan Provinsi grafik batang bagian bawah memberikan perincian yang lebih detail berdasarkan provinsi. Provinsi Papua adalah provinsi dengan jumlah bahasa tertinggi, mencapai 326 bahasa. Ini memperkuat temuan dari grafik wilayah pulau. Urutan kedua ditempati oleh Papua Barat dengan 102 bahasa, Maluku berada di urutan ketiga dengan 62 bahasa.

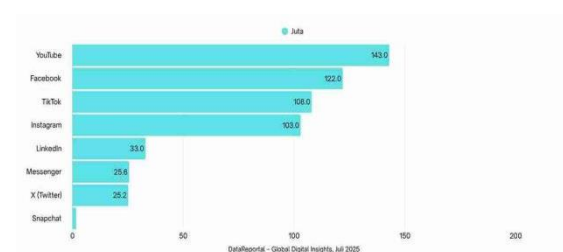
Sulawesi Tengah memiliki 72 bahasa, menjadikannya salah satu provinsi dengan jumlah bahasa yang relatif tinggi di Pulau Sulawesi.

Provinsi-provinsi di Pulau Jawa (DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Banten) cenderung memiliki jumlah bahasa yang sangat sedikit, rata-rata 1 hingga 3 bahasa. Ini

mencerminkan dominasi Bahasa Jawa dan Bahasa Sunda sebagai bahasa utama. Di Pulau Sumatra, provinsi-provinsi seperti Sumatra Utara, Riau, dan Bengkulu memiliki 5 hingga 7 bahasa, menunjukkan keanekaragaman yang lebih tinggi dibandingkan Jawa, namun masih jauh di bawah Indonesia Timur. Di Pulau Kalimantan dan Sulawesi, jumlah bahasa mulai meningkat, terutama di Sulawesi Tengah (72) dan Sulawesi Selatan (21), mencerminkan adanya populasi suku-suku dengan bahasa yang berbeda-beda.

Secara umum, kedua grafik tersebut menunjukkan konsentrasi keanekaragaman bahasa yang sangat ekstrem di Indonesia bagian timur, khususnya Pulau Papua, dibandingkan dengan wilayah barat seperti Jawa dan Sumatra.

2. Pengguna Media Sosial di Indonesia



Gambar 3. Garfik Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia



Berdasarkan data dari DataReportal - Global Digital Insights, Juli 2025, dan disajikan oleh inilah.com dengan judul artikel "8 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2025" oleh Lintang (2025), terlihat jelas peta persaingan dan dominasi platform media sosial di Indonesia. Data ini menunjukkan jumlah pengguna aktif dalam satuan Juta jiwa.

YouTube mengukuhkan posisinya sebagai platform dengan pengguna terbanyak di Indonesia, mencapai 143,0 Juta pengguna. Angka ini menunjukkan bahwa konten video, vlogging, dan musik memiliki peran sentral dalam konsumsi digital masyarakat Indonesia.

Di posisi kedua dan ketiga, terdapat dua raksasa media sosial global:

Facebook Menduduki posisi kedua dengan 122,0 Juta pengguna. Meskipun sering dianggap sebagai platform generasi sebelumnya, Facebook tetap mempertahankan basis pengguna yang masif, menunjukkan perannya yang berkelanjutan dalam konektivitas sosial dan pemasaran.

TikTok Menyusul ketat di posisi ketiga dengan 108,0 Juta pengguna. Lonjakan signifikan ini menegaskan kesuksesan format video pendek dalam menarik pengguna, terutama dari kalangan

usia muda, dan menjadikannya pesaing langsung bagi dominasi YouTube.

Instagram berada di urutan keempat dengan 103,0 Juta pengguna. Sebagai platform yang berfokus pada visual dan lifestyle, Instagram tetap menjadi pilihan utama untuk ekspresi diri, e-commerce, dan konten estetik.

LinkedIn menempati posisi kelima dengan 33,0 Juta pengguna. Angka ini relatif tinggi, menyoroti meningkatnya kebutuhan akan jaringan profesional, pengembangan karir, dan informasi bisnis di Indonesia.

Sisa tiga posisi diisi oleh platform komunikasi dan jejaring sosial yang lebih spesifik:

Messenger (Facebook Messenger): Mencatat 25,6 Juta pengguna, menunjukkan bahwa fitur perpesanan instan yang terpisah dari aplikasi utama Facebook masih banyak digunakan.

X (Twitter): Berada di urutan ketujuh dengan 25,2 Juta pengguna. Platform ini mempertahankan perannya sebagai kanal utama untuk diskusi cepat, berita real-time, dan tren yang beredar cepat.

Snapchat: Menjadi penutup di posisi kedelapan, meskipun dengan jumlah pengguna yang paling sedikit.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa pasar media sosial Indonesia pada tahun 2025



didominasi oleh platform yang berfokus pada konten video (YouTube, TikTok) dan jejaring sosial inti (Facebook, Instagram). Platform profesional (LinkedIn) juga menunjukkan pertumbuhan basis pengguna yang signifikan, sementara platform komunikasi dan berita cepat (Messenger, X/Twitter) mempertahankan audiens spesifik mereka.

3. Durasi Pengguna Media Sosial di Indonesia

Table 1. Rata-rata Durasi Lama Penggunaan Media sosial pada Hari Biasa

How many hours do you typically spend consuming media on an average weekday?

	Online nat rep	Gen Z	Older generations*
Up to 1 hour	28%	26%	30%
1 to 5 hours	52%	48%	55%
5+ hours	12%	16%	10%
Don't know	5%	7%	4%

Table 2. Rata-rata Durasi Lama Penggunaan Media Sosial pada Hari Libur

How many hours do you typically spend consuming media on an average weekend?

	Online nat rep	Gen Z	Older generations*
Up to 1 hour	19%	17%	21%
1 to 5 hours	55%	50%	58%
5+ hours	19%	23%	16%
Don't know	5%	7%	3%

Berdasarkan data diatas, lama durasi penggunaan media berdasarkan rentang usia menurut

YouGov (2025) yang didapatkan dari goodstats.id menunjukkan rata-rata durasi paling banyak penggunaan media dari berbagai rentang usia adalah 1-5 jam per hari baik pada hari biasa atau hari libur.

Tercatat kurang-lebih dari 50% durasi penggunaan media 1-5 jam pada hari libur dan hari biasa. Sedangkan penggunaan media lebih dari 5 jam dan kurang dari 1 jam tidak lebih dari 30% pengguna dari setiap rentang usia, baik pada hari libur ataupun hari biasa.

4. Penggunaan Bahasa di Media Sosial

Rufaida (2023: 178) mengatakan pengaruh gaya bahasa Generasi Z dalam berbahasa Indonesia di era globalisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap keutuhan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan identitas budaya bangsa. Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan yang dipenuhi teknologi informasi dan media global, menampilkan gaya berkomunikasi yang santai, cepat, dan kreatif, dengan menggunakan singkatan, emotikon, kata-kata asing, dan gaya berbahasa informal. Pengaruh globalisasi dan popularitas bahasa Inggris juga menyebabkan pergeseran preferensi komunikasi, di mana bahasa Indonesia mungkin menjadi kurang menarik bagi Generasi Z.



Di media sosial, penggunaan bahasa yang berbeda-beda diikuti dengan pengguna media sosial yang berasal dari daerah yang berbeda-beda dengan bahasa yang berbeda-beda menjadikan media sosial sebagai tempat pertukaran bahasa. Amelia, *et al.* (2024) mengatakan salah satu tantangan utama penggunaan media sosial adalah maraknya penggunaan bahasa gaul dan campuran bahasa asing di media sosial dan platform digital lainnya. Fenomena ini dapat mengikis penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, terutama di kalangan generasi muda. Penggunaan singkatan, slang, dan istilah asing seringkali mendominasi percakapan sehari-hari, yang pada gilirannya dapat mengurangi kemampuan berbahasa secara formal.

Rohmah (2025) berpendapat penggunaan bahasa gaul, slang, dan pencampuran bahasa asing (terutama bahasa Inggris) di media sosial telah mengancam kelestarian dan kemurnian bahasa Indonesia. Kesalahan berbahasa, seperti penggunaan singkatan tidak baku dan pelanggaran norma kesantunan (misalnya, ujaran kebencian), sering terjadi di platform media sosial. Hal ini terjadi dikalangan pengguna media sosial yang menggunakan bahasa tidak sesuai dengan KBBI

sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan arti atau pemahaman.

Meski menghadapi tantangan, era digital juga membuka peluang besar bagi perkembangan Bahasa Indonesia. Dengan akses yang lebih luas ke teknologi, masyarakat dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperkaya literasi dan memperdalam pemahaman terhadap bahasa dan sastra Indonesia. Banyak konten edukatif, seperti blog, video, dan podcast, yang disajikan dalam Bahasa Indonesia dan dapat diakses dengan mudah. Platform pendidikan online seperti Udemy, Coursera, dan Skillshare telah membuat kursus belajar Bahasa Indonesia sangat mudah dijangkau bagi siapa saja, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di luar negeri (Amelia, *et al.*, 2024).

KESIMPULAN

Hubungan antara penggunaan bahasa di media sosial dengan gaya bahasa masyarakat penggunaannya sangat erat, dibuktikan oleh tingginya jumlah dan durasi penggunaan media sosial masyarakat Indonesia. Media sosial berfungsi sebagai tempat pertukaran arus informasi, globalisasi, dan komunikasi digital, yang menjadikannya ruang pembentukan



dan perubahan gaya bahasa penggunaannya. Gaya berbahasa di media sosial yang cenderung santai, cepat, dan kreatif, sering menggunakan singkatan, emotikon, kata-kata asing, dan bahasa informal memiliki dampak signifikan terhadap keutuhan Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Walaupun demikian, era digital juga membuka peluang untuk perkembangan Bahasa Indonesia melalui konten edukatif dan kursus daring yang mudah diakses. Implikasi dari temuan ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk menyeimbangkan kebebasan berekspresi di media sosial dengan upaya pelestarian kemurnian dan kaidah Bahasa Indonesia yang baik dan benar, terutama di kalangan generasi muda. Pengembangan hasil temuan dapat berfokus pada penelitian intervensi untuk merancang program literasi digital kebahasaan yang efektif guna memanfaatkan peluang edukasi di platform digital sambil meminimalisir ancaman pengikisan norma bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Yulida R. P., Ismi S. D. (2024). "Analisis Perkembangan Bahasa Indonesia di Era Digital: Tantangan dan Peluang". *Fonologi : Jurnal Ilmuan Bahasa dan Sastra Inggris* , Volume. 2, Nomor. 4.
- Fanny Henry Tondo . (2009). "Kepunahan Bahasa-Bahasa Daerah:Faktor Penyebab Dan Implikasi Etnolinguistik". *Jurnal Masyarakat & Budaya*, Volume 11 No. 2.
- Kemendikbud. (2019). "Penyebaran Bahasa si Indonesia 2019".(diakses pada pukul 13.12 tanggal 10 desember 2025 di <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=9d10f603a8d9d61429ca23bab0536c9f31698b0f08a5259e038aa9f547c35875JmltdHM9MTc2NTIzODQwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=2df66be4-6cf3-6454-072c-7dba6dcd6515&psq=PEMETAAN+KESALAHAN+BAHASA+KEMEN DIKBUD&u=a1aHR0cHM6Ly9wZXRhYmFoYXNhLm1tLmWRpa2JlZC5nb3pZC8>)
- Lintang, Indira. (2025). "8 Media Sosial dengan Pengguna



- Terbanyak di Indonesia 2025". Reportal - Global Digital Insights (di akses pada inilah.com pukul 18.38 tanggal 12 Desember 2025).
- Muslimin, Sri Aditya Datunggu, dan Anisa Lamakaraka. (2023). "Dampak Negatif Dari Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Bahasa Masyarakat". *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, Vol. 13, No. 3.
- Prasetyaningrum, Ria. (2024). "Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Bahasa Dalam Penulisan Bahasa Indonesia Pada Remaja". *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan (INOVASI)*, Vol. 3 No. 1.
- Ratnatika, Sinta. (2022). "Penggunaan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram Pada Akun Marioteguh". *Jurnal Diksatrasia* , Vol. 6 , No. 2.
- Rohmah, Rina Ari. (2025). "Dinamika Penggunaan Bahasa Indonesia di Media Sosial: Analisis Literatur". *Journals of Indonesian Multidisciplinary Research* , 3(1):71-77.
- Rufaida, Bilqis Syifa. (2023). "Pengaruh Gaya Bahasa Generasi Z dalam Berbahasa Indonesia di Era Globalisasi terhadap Keutuhan Bahasa Indonesia". *Translation and Linguistics (Transling)* , Vol 3 No 3: 169-181.
- YouGov. (2025). "Media Consumption in Indonesia 2025". dari goodstats.id (diakses pada pukul 20.25 12 Desember 2025 di <https://goodstats.id/publication/media-consumption-in-indonesia-2025-vtawp>)