

PENGUNAAN BAHASA INDONESIA, BAHASA DAERAH, DAN BAHASA INGGRIS DALAM STATUS DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*

M. Imelda Kusumastuty

Sekolah Tinggi Bahasa Asing LIA Yogyakarta

pos-el: *imelda@stbalia-yk.ac.id*

Abstrak

Seiring dengan maraknya media sosial di era global dan milenial ini, pengguna media sosial—terutama kaum muda—semakin bertambah dari hari ke hari termasuk di Indonesia. Para pengguna media ini dapat membuat status dalam bentuk teks, yang dapat digunakan untuk melihat kecenderungan penggunaan bahasa mereka. Dalam makalah ini peneliti ingin melihat preferensi penggunaan bahasa di media sosial Facebook dan mengidentifikasi apakah para pengguna tersebut lebih cenderung menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional, tetap mempertahankan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, atau malah lebih memilih mempertahankan kelestarian bahasa daerah. Peneliti juga ingin melihat dalam situasi apa dan bagaimana pengguna menggunakan pilihan bahasanya tersebut. Data diperoleh dari status Facebook dari 15 (lima belas) orang warga negara Indonesia yang di-*posting* selama bulan Januari 2019 hingga Juni 2019. Para pengguna tersebut semuanya berlatar belakang mahasiswa, alumni, guru, atau dosen bahasa Inggris dan menguasai juga bahasa daerah dalam hal ini bahasa Jawa. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sejauh ini bahasa Indonesia tetap menjadi preferensi utama, disusul oleh bahasa Inggris di tempat kedua, dan bahasa daerah berada pada posisi terakhir. Secara umum pengguna lebih cenderung menggunakan bahasa Indonesia namun pada beberapa situasi tertentu mereka beralih ke bahasa Inggris atau bahasa daerah.

Kata kunci: *bahasa, media sosial, preferensi, status*

A. PENDAHULUAN

Era digital sekarang ini telah mengubah cara manusia berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan. Dalam berkomunikasi secara lisan, manusia beralih dari telepon tradisional menjadi menggunakan *video call* maupun Skype. Dalam berkomunikasi lewat tulisan, manusia beralih dari media tradisional seperti surat dan media cetak (buku, majalah, surat kabar, dan lain-lain) menjadi menggunakan blog, media sosial, dan *chatting platform*.

Media komunikasi seperti blog, sosial media, dan *chatting platform* tersebut memiliki jangkauan pemirsa yang jauh lebih luas dari media tradisional. Apabila audiens media tradisional cenderung terbatas, pemirsa yang dapat dijangkau oleh blog dan sosial media bersifat global. Seseorang di suatu belahan dunia tertentu dapat dengan mudah menjangkau pemirsa di belahan dunia lain di mana pun hanya dengan media situs web, blog, maupun sosial media. Pada masa sekarang, sangat mudah dijumpai sosok yang dalam sekejap mata menjadi *viral* dan dikenal di seluruh dunia karena konten yang diunggahnya di dunia maya.

Kebutuhan untuk diakui eksistensinya melalui konten yang diunggah di dunia maya tersebut mau tidak mau memengaruhi juga pemilihan kode atau bahasa yang digunakan dalam menciptakan konten tersebut. Karena ingin dikenal secara internasional, konten yang dikreasikan lebih banyak yang menggunakan bahasa Inggris selaku bahasa internasional sehingga isi konten tersebut lebih mudah dipahami oleh siapapun.

Sebagai multilingual, masyarakat Indonesia memiliki beberapa pilihan bahasa atau kode yang bisa digunakan dalam pembuatan status di media sosial. Pilihan bahasa tersebut terutama adalah bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, bahasa daerah sebagai bahasa ibu, dan paling tidak satu bahasa asing-yang paling umum adalah bahasa Inggris karena diajarkan di sekolah formal.

Dalam penelitian ini, penulis ingin melihat bagaimanakah porsi penggunaan dan pemilihan bahasa atau kode apakah di media sosial. Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan studi kasus terhadap status 15 (lima belas) pengguna media sosial Facebook yang berkewarganegaraan Indonesia dan masih menggunakan bahasa daerah secara aktif serta berprofesi sebagai mahasiswa/guru/dosen bahasa Inggris. Dari status berupa teks tertulis yang diunggah oleh para pengguna tersebut pada bulan

Januari-Juni 2019, penulis ingin melihat apakah bahasa Inggris cenderung mendominasi status tersebut atau apakah bahasa nasional dan daerah cenderung tetap dipertahankan. Penulis juga ingin mengkaji dalam situasi apa dan bagaimana bahasa atau kode tersebut digunakan.

Telah ada beberapa penelitian terdahulu yang meneliti mengenai penggunaan bahasa di media sosial, namun penelitian-penelitian tersebut pada umumnya hanya berfokus pada penggunaan salah satu bahasa. Beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan tersebut misalnya:

1. Djuwita Utami dengan penelitian yang berjudul “Karakteristik Penggunaan Bahasa pada Status Facebook” yang merupakan skripsi Program Studi Sastra Indonesia Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Eduardus Swandy N. dalam artikelnya yang berjudul “Bahasa Gaul Remaja dalam Media Sosial Facebook” yang dimuat dalam jurnal *Bastra*.
3. Dwi Atmawati dengan artikel berjudul “Penggunaan Bahasa pada Media Sosial” yang dipresentasikan pada Seminar Internasional Prasasti III.

Sedangkan penelitian yang mengkaji mengenai pemilihan bahasa atau kode pada media sosial pernah dilakukan oleh Rainer Abraham dalam skripsinya yang berjudul “Pemilihan Bahasa dan Presentasi Diri dalam Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Inggris Universitas Indonesia.” Berbeda dengan penelitian terdahulu, penulis pada makalah ini lebih berfokus pada pemilihan kode—dalam hal ini bahasa Inggris, Indonesia, dan Jawa selaku bahasa daerah—dalam status di media sosial Facebook.

B. LANDASAN TEORI

Dalam masyarakat Indonesia yang pada umumnya bersifat multilingual, pemilihan bahasa atau kode adalah suatu hal yang sangat wajar dilakukan baik dalam komunikasi informal maupun formal tertulis, termasuk dalam penulisan status di media sosial. Hal tersebut seperti dikemukakan oleh Jendra bahwa “*In a bilingual or multilingual society, it is normal for the people to be in a situation where a choice between two or more codes has to be made* (Dalam suatu masyarakat bilingual atau multilingual, merupakan suatu hal

yang normal bagi penutur untuk berada dalam sebuah situasi di mana ia harus memilih di antara dua kode atau lebih.” (2010: 70)

Menurut Fasold dalam Chaer dan Agustina, pemilihan bahasa berkaitan dengan seseorang dalam masyarakat bilingual atau multilingual yang harus memilih yang mana yang harus digunakan. Dalam hal pemilihan bahasa tersebut ada 3 (tiga) jenis pilihan yang dapat dilakukan yaitu:

1. Alih kode
2. Campur kode
3. Memilih satu variasi bahasa saja.(2010: 153-154)

Lebih lanjut Chaer dan Agustina menyatakan mengenai bahasa dan pemilihan bahasa di Indonesia sebagai berikut.

Di Indonesia secara umum digunakan tiga buah bahasa dengan tiga domain sasaran, yaitu bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Bahasa Indonesia digunakan dalam domain keindonesiaan, atau domain yang sifatnya nasional, seperti dalam Bahasa daerah digunakan dalam domain kedaerahan, seperti dalam Sedangkan bahasa asing digunakan untuk komunikasi antarbangsa, atau untuk keperluan –keperluan tertentu yang menyangkut interlocutor orang asing.

Pembagian tugas ketiga bahasa itu tampaknya jelas dan sudah menyelesaikan persoalan bagaimana harus memilih salah satu dari ketiga bahasa itu. Namun, kenyataannya pemilihan bahasa bagi orang Indonesia tampaknya lebih rumit. (2010: 154-155)

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan studi kasus terhadap status—baik dalam bentuk teks maupun takarir (*caption*)—dari 15 (lima belas) pengguna Facebook di Indonesia yang diunggah pada kurun waktu antara bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2019.

Para pengguna tersebut dipilih secara acak dari daftar pertemanan penulis di Facebook serta yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Warga negara Indonesia yang tinggal di Indonesia dan tidak dipilih dari warga negara Indonesia yang tinggal di luar Indonesia karena kecenderungan untuk lebih banyak

menggunakan bahasa Inggris/bahasa di negara yang mereka tinggali dalam pembuatan status.

2. Berasal dari suku Jawa dan masih mampu berbahasa Jawa secara aktif; pemilihan bahasa Jawa di sini didasari pertimbangan penulis yang juga berasal dari suku Jawa sehingga dapat memahami penggunaan bahasa tersebut.
3. Berprofesi sebagai mahasiswa/guru/dosen bahasa Inggris sehingga juga dapat berbahasa Inggris secara aktif.
4. Kesemuanya adalah pengguna aktif Facebook dan memperbarui status paling tidak 2 (dua) minggu sekali.

Sedangkan pemilihan media sosial Facebook didasari pertimbangan bahwa berdasarkan laporan situs *Data Reportal* terbaru tahun 2019, Facebook masih menduduki peringkat pertama di dunia sebagai media sosial terpopuler dengan pengguna 2,271 juta orang dan menduduki juga peringkat pertama di Indonesia (<https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>).

Data tersebut kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan melihat persentase bahasa yang digunakan dan didukung juga dengan penjelasan deskriptif untuk mengidentifikasi dalam situasi apa dan bagaimana bahasa tersebut dipakai.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam studi kasus ini, bahasa yang menjadi preferensi oleh masing-masing dari kelima belas pengguna tersebut dapat dilihat persentasenya dalam tabel berikut.

Pengguna	Bahasa Indonesia		Bahasa Jawa		Bahasa Inggris	
	Jumlah Status	%	Jumlah Status	%	Jumlah Status	%
Pengguna 1	12	92.31	—	—	1	7.69
Pengguna 2	73	87.95	2	2.41	9	9.64
Pengguna 3	82	70.01	1	0.85	34	29.14
Pengguna 4	12	52.17	1	4.35	10	43.48

Pengguna 5	3	23.08	—	—	10	76.92
Pengguna 6	19	48.72	2	5.13	18	46.15
Pengguna 7	71	74.74	1	1.05	23	24.21
Pengguna 8	42	62.34	7	1.30	28	36.36
Pengguna 9	19	63.33	5	16.67	6	20.00
Pengguna 10	49	62.03	—	—	30	37.97
Pengguna 11	24	92.32	1	3.84	1	3.84
Pengguna 12	89	97.80	—	—	2	2.20
Pengguna 13	21	55.26	3	7.90	14	36.84
Pengguna 14	1	4.55	—	—	21	95.45
Pengguna 15	35	76.09	—	—	11	23.91

Tabel 1. Persentase Penggunaan Bahasa Masing-Masing Pengguna

Dari tabel tersebut di atas, dapat dilihat bahwa kebanyakan pengguna memilih bahasa Indonesia dalam pembuatan status Facebook. Dari 15 (lima belas) pengguna, 13 (tiga belas) di antaranya lebih memilih menggunakan bahasa Indonesia dibandingkan bahasa Inggris dan hanya 2 (dua) pengguna yang statusnya lebih banyak menggunakan bahasa Inggris dibandingkan bahasa Indonesia. Sedangkan untuk bahasa daerah, hampir separuh yaitu sebanyak 9 (sembilan) pengguna pernah menggunakan bahasa tersebut dalam statusnya, sedangkan 6 (enam) pengguna sisanya sama sekali tidak pernah menulis status dalam bahasa daerah.

Pemilihan bahasa oleh kelima belas pengguna tersebut secara keseluruhan dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Bahasa Indonesia		Bahasa Jawa		Bahasa Inggris	
Jumlah Status	%	Jumlah Status	%	Jumlah Status	%
552	69.61	23	2.90	218	27.47

Tabel 2. Persentase Penggunaan Bahasa Secara Keseluruhan

Dalam tabel di atas dapat dicermati bahwa searas dengan persentase penggunaan oleh masing-masing pengguna dalam Tabel 1, bahasa Indonesia merupakan bahasa yang paling banyak digunakan dengan jumlah status 552 atau sebesar 69.61%. Bahasa Inggris menduduki tempat kedua dengan jumlah status 218 atau 27.47%. Sedangkan bahasa Jawa menduduki posisi terakhir dengan jumlah status hanya 23 atau 2.90% dari keseluruhan data.

Bahasa Indonesia—yang mendominasi status kelima belas pengguna tersebut—digunakan dalam status dengan berbagai macam topik, mulai dari ungkapan perasaan pribadi, penyampaian suatu aktivitas yang diikuti, ucapan, pepatah, sampai dengan pendapat mengenai peristiwa yang sedang *trending*. Berkaitan dengan kampanye dan pemilihan presiden yang kebetulan diadakan bertepatan dengan kurun waktu pengambilan data tersebut, cukup banyak status yang berhubungan dengan peristiwa tersebut dan sebagian besar diungkapkan dengan bahasa Indonesia.



Gambar 1. Contoh status berbahasa Indonesia tentang kampanye presiden

Bahasa Inggris juga digunakan untuk topik status yang cukup bervariasi, walaupun tidak sevariatif bahasa Indonesia. Pada umumnya, bahasa tersebut digunakan untuk mengungkapkan perasaan pribadi, mengucapkan selamat atau belasungkawa, menyampaikan pepatah, ataupun menyampaikan aktivitas yang diikuti, terutama apabila aktivitas tersebut berskala internasional.



Gambar 2. Contoh status berbahasa Inggris tentang aktivitas berskala internasional

Sedangkan penggunaan bahasa daerah lebih terbatas dan pada umumnya digunakan untuk mengungkapkan perasaan pribadi atau menyampaikan ucapan dan pepatah. Perasaan pribadi yang disampaikan menggunakan bahasa Jawa tersebut biasanya berupa keluhan atau gurauan. Bahasa Jawa yang digunakan biasanya bahasa Jawa *ngoko* (kasar) untuk ungkapan perasaan dan *krama inggil* (halus) untuk ucapan.



Gambar 3. Contoh status berbahasa daerah berisi keluhan

E. KESIMPULAN

Dari studi kasus yang dilakukan di atas, dapat disimpulkan bahwa sejauh ini bahasa Indonesia tetap menjadi preferensi utama, disusul oleh bahasa Inggris di tempat kedua, dan bahasa daerah—dalam hal ini bahasa Jawa—berada pada posisi terakhir. Secara umum pengguna lebih cenderung menggunakan bahasa Indonesia namun pada beberapa situasi tertentu mereka beralih ke bahasa Inggris atau bahasa daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, Rainer. “Pemilihan Bahasa dan Presentasi Diri dalam Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Inggris Universitas Indonesia”, Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Atmawati, Dwi. “Penggunaan Bahasa pada Media Sosial.” Prosiding, Seminar Internasional Prasasti III. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2016.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Jendra, Made Iwan Indrawan. *Sociolinguistics: The Study of Societies' Languages*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Swandy, Eduardus. “Bahasa Gaul Remaja dalam Media Sosial Facebook.” *Jurnal Bastra*, 1(4), 2017.
- Utami, Djuwita. “Karakteristik Penggunaan Bahasa pada Status Facebook.”, Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2010.