 ISSN 3123-2426 (E)

PERUBAHAN BAHASA INDONESIA DI KALANGAN REMAJA AKIBAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Putri Dyah Kinanti[1)], Suhartono[2)]
[1)]Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: putri.22192@mhs.unesa.ac.id
[2)]Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: suhartono@unesa.ac.id

Abstract

This study aims to describe changes in Indonesian language among adolescents due to social media use at the vocabulary and sentence levels, as well as the factors that influence them. This study uses a descriptive qualitative approach, using data from posts, comments, and captions by Indonesian adolescents on Instagram, TikTok, and Twitter (X) for the period 2025–2026. Data were collected through purposive screenshot documentation and analyzed using sociolect and language variation theory. A total of 59 data sets were collected, consisting of 35 vocabulary items and 24 sentence items. At the vocabulary level, changes are seen in the form of abbreviations, acronyms, foreign loanwords, slang, and viral words. At the sentence level, changes are seen in shortened sentence structures, code mixing, expressive sentences, and deviations from standard rules. Most of the data fall into the categories of everyday sociolect and slang, which serve as efficient communication tools and markers of adolescent group identity. Social media acts as an accelerator, accelerating the birth and spread of new terms.

Keywords: language change, sociolinguistics, social media, adolescents, sociolect

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan perubahan bahasa Indonesia di kalangan remaja akibat penggunaan media sosial pada tataran kosakata, tataran kalimat, serta faktor yang memengaruhinya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data berupa unggahan, komentar, dan caption remaja Indonesia di Instagram, TikTok, dan Twitter (X) periode 2025–2026 yang dikumpulkan melalui dokumentasi tangkap layar secara purposif dan dianalisis dengan teori sosiolek dan variasi bahasa. Terkumpul 59 data, terdiri atas 35 data kosakata dan 24 data kalimat. Pada tataran kosakata, perubahan tampak dalam bentuk singkatan, akronim, serapan bahasa asing, serta bahasa gaul dan kata viral. Pada tataran kalimat, perubahan tampak dalam bentuk pemendekan struktur kalimat, campur kode, kalimat ekspresif, dan penyimpangan dari kaidah baku. Sebagian besar data tergolong sosiolek kolokial dan slang yang berfungsi sebagai alat komunikasi efisien sekaligus penanda identitas kelompok remaja. Media sosial berperan sebagai akselerator yang mempercepat lahir dan menyebarnya istilah baru.

Kata Kunci: perubahan bahasa, sosiolinguistik, media sosial, remaja, sosiolek

 ISSN 3123-2426 (E)

PENDAHULUAN

Bahasa adalah alat utama manusia dalam berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan, dengan fungsi informatif, ekspresif, dan interaktif. Dalam perspektif sosiolinguistik, Bahasa dipandang sebagai fenomena sosial yang terus berkembang mengikuti dinamika penuturnya. Chaer dan Agustina (dalam Subehi et al., 2025) menyatakan bahwa variasi bahasa muncul karena penutur tidak homogen dan interaksi sosialnya beragam, sehingga keberagaman Bahasa bertambah ketika bahasa dipakai oleh penutur yang sangat banyak di wilayah yang luas.

Perkembangan teknologi informasi menjadikan media sosial bukan sekadar sarana hiburan, melainkan ruang sosial dinamis tempat bahasa berkembang dan membentuk ekosistem linguistik yang berbeda dari komunikasi konvensional (Azizah et al., 2024). Kelompok remaja merupakan pengguna yang paling menonjol. Laporan digital yang dirujuk dalam penelitian ini menyebutkan bahwa lebih dari 212 juta penduduk Indonesia menggunakan internet, sekitar 167 juta di antaranya aktif bermedia sosial, dan kelompok usia 16–24 tahun mendominasi dengan kurang lebih 82% dari seluruh pengguna. Tingginya paparan ini membuat remaja menjadi agen utama penyebaran dan pengembangan bahasa gaul di ruang digital (Silaban et al., 2025). Melalui Twitter dan Instagram, kata atau frasa baru dapat menyebar cepat dan memengaruhi cara remaja berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari (Ndraha et al., 2024).

Perubahan ini memiliki dua sisi. Bahasa yang santai dan kreatif menciptakan keakraban dan memperkaya ekspresi, tetapi kebiasaan memakai ragam nonbaku berpotensi mengganggu kemampuan berbahasa formal serta memunculkan penyimpangan tata bahasa dan ejaan (Bangun et al., 2024; Regita et al., 2024). Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terhadap kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan identitas budaya bangsa.

Kajian terdahulu telah banyak membahas pengaruh media sosial, tetapi umumnya berfokus pada identitas diri remaja (Shidiqie, 2023; Tommi et al., 2025), bersifat kuantitatif (Tiprili et al., 2024), atau hanya menyoroti satu gejala seperti alih kode dan campur kode (Zahara & Hamzanwadi, 2024). Kajian yang membedah tataran kosakata, tataran kalimat, dan faktor penyebabnya secara terpadu pada beberapa platform masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mendeskripsikan (1) perubahan bahasa Indonesia remaja pada tataran kosakata, (2) perubahan pada tataran kalimat, dan (3) faktor yang memengaruhi perubahan tersebut akibat penggunaan media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Sosiolinguistik adalah cabang linguistik yang menyoroti hubungan bahasa dan masyarakat, serta bagaimana bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi yang mencerminkan dan memengaruhi struktur sosial (Gurning et al., 2024). Bahasa dipandang sebagai instrumen aktif dalam membentuk dan menegaskan identitas, bukan sekadar cermin pasif. Perubahan bahasa mencakup modifikasi kosakata, tata bahasa, makna, dan gaya penggunaan, serta dapat bersifat internal (analogi, asosiasi) maupun eksternal (kontak bahasa, budaya asing, teknologi, perubahan sosial). Perubahan akibat media sosial tergolong perubahan eksternal yang didorong oleh teknologi komunikasi dan digitalisasi kehidupan sosial.

Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah: pengguna tidak hanya menerima informasi, tetapi langsung menanggapi melalui komentar, tanda suka, dan pembagian ulang (Mulyono, 2021). Partisipasi yang tinggi itu mempercepat peredaran istilah baru. Pasaribu et al. (n.d.) menemukan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan bahasa Indonesia melalui bahasa informal, slang, dan campuran dengan bahasa asing, sehingga berperan sebagai pencipta kosakata baru yang bekerja masif dan tanpa henti. Pada tataran kosakata, perubahan lazim berupa singkatan, akronim, serapan asing, dan kata gaul atau viral. Pada tataran kalimat, perubahan berupa pemendekan struktur, campur kode, kalimat ekspresif, dan penyimpangan dari kaidah baku.

Chaer dan Agustina membagi variasi bahasa menjadi empat, yaitu variasi dari segi penutur (idiolek, dialek, kronolek, sosiolek), pemakaian (fungsiolek atau register), keformalan, dan sarana (Usnia Wati et al., 2020). Penelitian ini berfokus pada sosiolek, yaitu variasi bahasa yang berkaitan dengan status, golongan, dan kelas sosial penuturnya (Nurus et al., 2023). Berbeda dari dialek yang dibedakan secara geografis, sosiolek dibedakan oleh faktor sosial seperti usia, pendidikan, pekerjaan, dan keanggotaan kelompok. Jenis sosiolek yang dipakai sebagai kategori analisis meliputi akrolek, basilek, vulgar, kolokial, jargon, slang, dan ken. Remaja berusia 16–24 tahun dapat dipandang sebagai kelompok sosial dengan sosiolek khas yang tumbuh pesat di TikTok, Instagram, dan Twitter (X).

Sejumlah penelitian relevan telah dilakukan. Naura et al. (2024) menganalisis postingan Twitter dan menemukan singkatan, slang, istilah khas media sosial, dan pemendekan kata yang berdampak pada struktur dan kosakata. Tiprili et al. (2024) melalui survei menemukan bahwa 34,7% responden mengakui kemampuan komunikasi formalnya dipengaruhi bahasa gaul dan singkatan, dengan Instagram (69,3%) dan TikTok (66,7%) sebagai platform dominan. Maharani et al. (2025) meneliti pergeseran makna kata viral seperti healing, gaskeun, mabar, dan santuy, sedangkan Purba et al. (2024)

menunjukkan bahwa campur kode dipakai anak muda untuk mempertegas identitas sosial. Bangun et al. (2024) menegaskan bahwa media sosial memperluas akses bahasa Indonesia, tetapi sekaligus mendorong penyimpangan tata bahasa dan ejaan. Penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada satu aspek atau satu platform, sehingga penelitian ini melengkapinya dengan pemetaan kosakata, kalimat, dan faktor penyebab pada tiga platform sekaligus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah memahami secara mendalam bentuk perubahan bahasa remaja beserta faktor yang melatarbelakanginya, sedangkan pendekatan deskriptif dipakai karena peneliti tidak memberi perlakuan apa pun dan hanya menggambarkan fenomena kebahasaan secara akurat, sistematis, dan faktual (Ardhana et al., 2021).

Sumber data berupa unggahan, komentar, dan caption remaja Indonesia di Instagram, TikTok, dan Twitter (X) periode 2025–2026. Ketiga platform dipilih karena paling banyak digunakan remaja dan memiliki karakter komunikasi yang beragam (Regita et al., 2024). Data diambil dari sebelas akun kreator dan pengguna yang interaksinya tinggi dan bahasanya kaya variasi. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi tangkap layar secara purposif, yaitu memilih konten yang jelas memperlihatkan perubahan bahasa secara natural tanpa rekayasa peneliti, dilanjutkan dengan metode catat untuk merekam setiap gejala kebahasaan. Pengumpulan dihentikan ketika data mencapai saturasi, yakni tidak ada lagi temuan baru yang signifikan.

Instrumen utama adalah lembar dokumentasi tangkap layar dan peneliti sebagai instrumen kunci. Lembar dokumentasi memuat (1) sumber data, (2) bentuk variasi kosakata, (3) perubahan struktur kalimat, (4) konteks penggunaan, dan (5) faktor yang diduga memengaruhi perubahan. Analisis mengikuti model interaktif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Raharja, 2022). Data diberi kode [KT] untuk kosakata dan [KL] untuk kalimat, disertai kode platform (IG, TT, TW). Setiap data dianalisis melalui empat langkah: memaparkan konteks tuturan, mengidentifikasi bentuk perubahan, mengklasifikasikan jenis sosiolek, dan menafsirkan fungsi pragmatisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini berupa 59 tangkapan layar unggahan, komentar, dan caption yang dikumpulkan dari tiga platform media sosial yang paling banyak digunakan remaja Indonesia. Sebanyak 28 data (47,5%) berasal dari Instagram, 22 data (37,3%) dari Twitter/X, dan 9 data (15,3%) dari TikTok. Berdasarkan kategori analisis, 35 data menunjukkan perubahan pada tataran kosakata dan 24 data pada tataran kalimat. Analisis menggunakan pendekatan sosiolinguistik dengan teori sosiolek sebagai landasannya. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar data termasuk ragam kolokial dan slang, yang berarti remaja cenderung memakai bahasa santai dan tidak resmi ketika berkomunikasi di media sosial.

Singkatan menjadi bentuk perubahan kosakata yang paling dominan karena remaja ingin mempercepat komunikasi di ruang digital.

Data 1
"kmu tu sebenarnya siapa si kok lucu bngt....." (KT-IG1-001).

Data tersebut merupakan komentar akun @bootoruu terhadap konten Vania Winola. Penutur memendekkan kata dengan menghilangkan huruf vokal, yaitu kmu (kamu), tu (itu), dan bngt (banget). Ketiganya termasuk sosiolek kolokial, yaitu ragam bahasa percakapan santai dan tidak resmi. Pola ini menunjukkan bahwa penutur hanya mempertahankan konsonan yang dianggap paling penting agar makna tetap terbaca. Kecepatan mengetik dengan demikian lebih diutamakan daripada kepatuhan pada ejaan baku. Dalam perspektif sosiolinguistik, singkatan tersebut juga menjadi penanda keanggotaan penutur dalam komunitas remaja pengguna media sosial yang berbagi kode kebahasaan yang sama.

Data 2
"Hbd li" (KT-IG4-005).

Data tersebut merupakan caption Abun Sungkar yang memakai singkatan serapan dari bahasa Inggris, yaitu happy birthday, dan termasuk sosiolek slang. Penutur memilih hbd karena hanya terdiri dari tiga huruf, jauh lebih ringkas daripada "selamat ulang tahun", serta terasa lebih kekinian. Pilihan ini mencerminkan kontak bahasa yang intensif antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris di media sosial. Penutur juga bebas beralih atau meminjam kosakata tanpa merasa terikat pada kaidah bahasa baku.

Data 3
"jajan basreng bojot dulu bub, mw nitip egk?" (KT-TW2-007).

Data tersebut merupakan caption akun Dibas di Twitter/X. Basreng (bakso goreng) sudah menjadi kata tersendiri sebagai nama makanan, sedangkan mw (mau) dan egk (tidak) merupakan singkatan kolokial yang sangat ringkas. Sapaan akrab bub menambah kesan santai.

Tuturan ini berfungsi sebagai tawaran yang akrab dan tidak formal. Singkatan dalam kasus ini tidak hanya menghemat karakter, tetapi juga membangun keakraban antara penutur dan lawan tutur.

Akronim menggabungkan beberapa kata menjadi satu bentuk baru yang singkat dan mudah diingat, sekaligus menandai kekinian dan identitas kelompok.

Data 1
"Curiga cinlok ini nanti pas shooting :D" (KT-TW1-001).

Data tersebut merupakan caption Abun Sungkar yang memuat akronim cinlok (cinta lokasi), yang tergolong slang. Istilah ini merujuk pada dua orang yang saling jatuh cinta karena sering berada di lokasi yang sama, misalnya saat syuting. Penggunaannya menunjukkan kreativitas remaja dalam menggabungkan dua kata menjadi satu bentuk ringkas. Dalam konteks ini, cinlok berfungsi sebagai candaan atau godaan ringan.

Data 2
"balik cina please mau jastip" (KT-IG5-010).

Data tersebut merupakan komentar @stefanny_leonii terhadap konten Catherineealicia. Akronim jastip (jasa titip) tergolong jargon dalam komunitas belanja daring, yaitu layanan membelikan barang dari luar negeri atau daerah lain dengan imbalan tertentu. Istilah ini populer seiring maraknya jual beli daring. Penggunaannya menandai bahwa penutur memahami istilah teknis komunitas tersebut, sehingga akronim berfungsi sebagai jargon yang memperkuat identitas kelompok dan memudahkan komunikasi yang efisien.

Data 3
"Fyp pas banget" (KT-TT3-012).

Data tersebut merupakan komentar @putra_starez yang memuat FYP (For You Page), istilah teknis dari algoritma TikTok yang tergolong jargon dan slang. Istilah ini merujuk pada halaman beranda yang menampilkan konten rekomendasi sesuai preferensi pengguna. Menariknya, istilah yang semula khas satu platform itu kemudian dipakai juga di Instagram dan Twitter/X. Hal ini menunjukkan bahwa keterhubungan antarplatform mempercepat penyebaran kosakata baru.

Dominasi konten berbahasa Inggris membuat banyak kosakata asing diserap ke dalam komunikasi remaja. Kata-kata itu sering mengalami pergeseran makna.

Data 1
"mood hari ini" (KT-TW3-001).

Data tersebut merupakan caption akun Ayu Aspita di Twitter/X. Secara harfiah, mood berarti "suasana hati", tetapi di media sosial Indonesia kata ini dipakai untuk menyatakan kondisi emosi secara umum dengan nuansa yang lebih luas dan santai. Kata ini tergolong slang dan kolokial. Penutur memilihnya karena dianggap lebih pendek dan lebih kekinian daripada padanan Indonesianya.

Data 2
"Akhirnya di spill juga ayank nya" (KT-IG2-003).

Data tersebut merupakan komentar @bakso_kasar_marijal terhadap konten Fuji_an. Kata spill secara harfiah berarti "tumpah", tetapi dalam konteks ini bergeser menjadi "membagikan atau membocorkan informasi yang menarik". Pergeseran tersebut merupakan perluasan makna, yaitu cakupan makna yang semula sempit menjadi lebih luas. Kata ini tergolong slang dan menjadi salah satu kata yang paling viral di media sosial.

Data 3
"buset gw Scroll tiktok dari pagi sampr sekarang lewat mulu" (KT-TT3-007).

Data tersebut merupakan komentar @fki.gnzlves terhadap konten Anggie di TikTok. Kata scroll merujuk pada kegiatan menggulir layar untuk menelusuri konten. Kata ini melekat pada cara kerja platform, bukan berasal dari pergaulan kelompok tertentu, sehingga cepat menjadi kosakata umum. Data ini menunjukkan bahwa media sosial dapat melahirkan kosakata baru langsung dari fitur dan kebiasaan penggunaannya.

Bahasa gaul dan kata viral biasanya muncul dari kreator konten, tren, atau meme, lalu diadopsi luas oleh pengguna.

Data 1
"Foto tengil abis uts" (KT-IG1-001).

Data tersebut merupakan caption akun Vania Winola. Kata tengil berarti bertingkah usil atau menyebalkan, biasanya dalam konteks bercanda, dan tergolong slang. Kata ini lebih ekspresif daripada kata baku sehingga mencerminkan kreativitas remaja dalam menyatakan sikap secara santai.

Data 2
"Goks" (KT-TW3-002).

 ISSN 3123-2426 (E)

Data tersebut merupakan caption akun Shania Indira di Twitter/X. Goks berarti "keren" atau "hebat" dan tergolong slang. Kata ini muncul dari komunitas remaja lalu menyebar lewat Twitter/X dan TikTok. Pemakaiannya menandakan bahwa penutur mengikuti tren kebahasaan terkini di lingkungan teman sebaya.

Data 3
"Anjay" (KT-IG4-003).

Data tersebut merupakan komentar @ilham.rhya terhadap konten Abun Sungkar. Kata anjay berasal dari kata kasar (vulgar), tetapi kini dipakai sebagai ungkapan terkejut atau kagum yang cenderung netral bahkan positif. Pergeseran ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menambah kosakata, tetapi juga mengubah nilai sosial suatu kata. Kata yang dahulu dianggap tidak pantas di ruang publik kini menjadi bagian percakapan sehari-hari remaja tanpa menimbulkan efek negatif.

Remaja cenderung menghilangkan unsur kalimat yang dianggap tidak penting agar komunikasi lebih cepat dan efisien.

Data 1
"Lumayan naikin mood liat gini pagi2" (KL-IG2-001).

Data tersebut merupakan komentar @etrismeda terhadap konten Fuji_an. Kalimat ini merupakan bentuk ringkas dari "(Ini) lumayan menaikkan suasana hati (kalau) melihat (yang) begini di pagi hari". Pemendekan terjadi melalui pelesapan subjek, kata hubung, dan preposisi, pemakaian kata serapan mood, penggunaan angka pengganti reduplikasi (pagi2), dan penghilangan huruf pada naikin. Kalimat ini tergolong kolokial dan tetap dapat dipahami karena penutur mengandalkan konteks serta pengetahuan bersama. Kelengkapan gramatikal dalam hal ini dikorbankan demi kecepatan.

Data 2
"Serlok buru w otw" (KL-TW3-002).

Data tersebut merupakan tuturan @itzbasaurus yang menunjukkan pemendekan cukup ekstrem. Kalimat ini setara dengan "(Bagikan) lokasi, cepat, saya sedang dalam perjalanan". Subjek dan predikat dilesapkan, serlok berasal dari share location, buru dari buruan, w menggantikan kata ganti orang pertama, dan otw merupakan akronim dari on the way. Tanpa mengetahui bahwa tuturan ini menjawab permintaan lokasi, kalimat tersebut sulit dipahami. Komunikasi di media sosial dengan demikian sangat bergantung pada konteks bersama.

Data 3
"Emg paling bnr gausah dicatat" (KL-TW3-003).

Data tersebut merupakan komentar @esmeralda terhadap konten Ayu Aspita. Kalimat ini merupakan bentuk ringkas dari "Memang paling benar, tidak usah dicatat" melalui penghilangan huruf vokal (emg, bnr) dan penggabungan kata (gausah). Kalimat tersebut tergolong kolokial. Data ini menunjukkan bahwa penggabungan kata dan penghilangan vokal menjadi strategi umum untuk memendekkan kalimat di media sosial.

Campur kode terjadi ketika penutur menggabungkan bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam satu kalimat, dan fenomena ini kuat dipengaruhi budaya digital.

Data 1
"Mood hari ini" (KL-IG3-001).

Data tersebut merupakan caption akun Fadiljaidi yang menyisipkan satu kata bahasa Inggris ke dalam struktur bahasa Indonesia. Bentuk ini termasuk jenis penyisipan (insertion). Tuturan ini pada dasarnya merupakan pemendekan dari "suasana hati saya hari ini", dengan subjek dan predikat dilesapkan serta frasa suasana hati diganti kata serapan mood. Penutur memilih mood karena lebih ringkas, populer, dan sesuai gaya komunikasi media sosial. Tuturan ini tergolong slang dan kolokial.

Data 2
"Omg bb, Fix masa depan aku banget" (KL-IG4-003).

Data tersebut merupakan komentar @auliaargmwtii7_ terhadap konten Abun Sungkar. Kalimat ini memuat tiga unsur bahasa Inggris sekaligus, yaitu Omg (Oh My God), bb (baby), dan fix, dalam kalimat yang sebagian besar berbahasa Indonesia. Campur kode yang intens ini menyatakan keterkejutan, keakraban, dan penegasan dalam satu tuturan. Data ini menunjukkan bahwa campur kode dapat menjadi strategi komunikasi yang kompleks untuk menyampaikan beberapa nuansa sikap dan emosi sekaligus.

Data 3
"Sabar ya kak otw, aku lg liburan sm family dl di malaysia" (KL-TT2-004).

Data tersebut merupakan tuturan dari komentator di akun Esthernatalia. Penutur menyisipkan akronim otw dan kata family ke dalam kalimat berbahasa Indonesia, sekaligus memakai singkatan lg, sm, dan dl. Campur kode dan pemendekan kata dengan demikian sering muncul bersama. Kedua istilah asing itu dipilih karena dianggap

lebih pendek dan lebih populer di kalangan remaja daripada padanan Indonesianya. Campur kode di sini bukan kesalahan berbahasa, melainkan cara penutur menunjukkan kedekatan dengan budaya global dan identitas sebagai generasi muda.

Karena komunikasi tertulis tidak memiliki intonasi dan ekspresi wajah, remaja menggantinya dengan fitur tulisan untuk menyampaikan emosi.

Data 1
"Maaf telat hehe" (KL-IG1-001).

Data tersebut merupakan caption akun Vania Winola yang memakai onomatope hehe. Dalam komunikasi tatap muka, permintaan maaf biasanya disertai ekspresi wajah malu atau tersenyum. Dalam komunikasi digital, fungsi itu digantikan oleh kata hehe yang menandai bahwa maaf disampaikan dengan nada santai dan tidak terlalu serius. Kalimat ini tergolong kolokial dan slang.

Data 2
"CAKEPP BUANGETT INI MAHHH" (KL-IG5-003).

Data tersebut merupakan komentar @eteeeeeee23 terhadap konten Catherineealicia. Kalimat ini menunjukkan ekspresi yang sangat kuat melalui tiga mekanisme: huruf kapital penuh, pengulangan huruf (CAKEPP, BUANGETT), dan partikel penegas nonbaku (MAHHH). Huruf kapital dan pengulangan huruf berfungsi sebagai pengganti nada tinggi dan volume suara yang biasa mengiringi kekaguman dalam percakapan lisan. Kalimat ini tergolong kolokial dan slang. Data ini menunjukkan bahwa komunikasi digital telah mengembangkan sistem tipografis baru untuk menyampaikan emosi.

Data 3
"Lucu bat sii" (KL-IG3-004).

Data tersebut merupakan komentar @litanurmaulita terhadap konten Fadiljaidi. Pengulangan huruf vokal i pada kata sii menandai intensitas kekaguman, sedangkan bat merupakan bentuk pendek dari banget yang memperkuat ekspresi. Intensitasnya lebih ringan daripada tuturan sebelumnya. Perbandingan kedua data ini menunjukkan bahwa pengulangan huruf dapat dipakai pada berbagai tingkat intensitas, dari yang moderat sampai yang sangat kuat.

Banyak tuturan remaja tidak lagi mengikuti kaidah ejaan dan tata bahasa baku, dan penyimpangan itu muncul dalam berbagai bentuk.

Data 1
"Aku yang liat pegel, byk bgt energi onty richnya gala" (KL-IG2-001).

Data tersebut merupakan komentar @cnt.98 terhadap konten Fuji_an. Tuturan ini memuat banyak bentuk tidak baku sekaligus, yaitu liat (melihat), pegel (pegal), byk (banyak), bgt (banget), onty (tante), dan richnya (serapan rich yang diberi akhiran -nya). Tuturan ini tergolong kolokial yang cenderung mengarah ke basilek karena banyak memakai bentuk yang biasanya dihindari dalam komunikasi formal. Penutur tampak tidak memperhatikan kaidah baku sama sekali dan lebih mengutamakan kesantaian.

Data 2
"Mau egk? Ambil satu-satu ya" (KL-TW2-002).

Data tersebut merupakan caption akun Dibas di Twitter/X. Penyimpangan terjadi pada kata egk, bentuk tidak baku dari tidak yang dipakai sebagai kata tanya negatif. Penutur memilihnya karena lebih pendek dan lebih santai. Data ini menunjukkan bahwa penyimpangan sering terjadi pada kata negasi yang sangat sering dipakai dalam percakapan sehari-hari.

Data 3
"Cepet bgt udh december aja" (KL-TW4-004).

Data tersebut merupakan caption akun Shania Indira di Twitter/X. Kalimat pendek ini memuat empat bentuk tidak baku, yaitu cepet (cepat), bgt (sekali), udh (sudah), dan december (Desember). Kepatuhan pada kaidah baku pada tuturan ini sangat rendah, sedangkan kecepatan dan efisiensi menjadi prioritas. Data ini menunjukkan adanya pergeseran norma kebahasaan. Bentuk tidak baku tidak lagi dianggap salah, tetapi diterima sebagai gaya komunikasi yang sah dalam konteks media sosial.

Pengaruh media sosial menjadi faktor dominan yang tampak hampir di seluruh data kosakata dan kalimat, sehingga faktor ini berupa pola lintas data, bukan kategori data yang berdiri sendiri. Pengaruh tersebut bekerja melalui beberapa mekanisme yang saling melengkapi.

Pertama, fitur dan algoritma platform membentuk kosakata teknis baru, seperti FYP yang lahir dari algoritma TikTok lalu dipakai lintas platform. Kedua, aktivitas yang melekat pada cara kerja media sosial memunculkan kosakata seperti scroll dan jastip. Ketiga, konten viral, tren, dan kreator populer mempercepat penyebaran istilah sehingga satu kata dapat dikenal luas hanya dalam waktu singkat, sebagaimana terlihat pada spill. Keempat, dominasi konten berbahasa Inggris dan pengaruh budaya

 ISSN 3123-2426 (E)

populer global mendorong meluasnya serapan bahasa asing dan campur kode, seperti hbd, OMG, dan OTW.

Dalam perspektif teori sosiolek, perubahan-perubahan ini menunjukkan bahwa pilihan bahasa remaja merepresentasikan identitas sosial dan keanggotaan kelompok mereka di ruang digital. Perubahan tersebut lebih tepat dipahami sebagai kreativitas linguistik yang menyesuaikan diri dengan tuntutan komunikasi digital yang cepat, efisien, dan ekspresif, bukan semata kemunduran berbahasa.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial membawa perubahan nyata pada bahasa Indonesia remaja. Pada tataran kosakata, perubahan berbentuk singkatan, akronim, serapan bahasa asing, serta bahasa gaul dan kata viral. Pada tataran kalimat, perubahan berbentuk pemendekan struktur kalimat, campur kode, kalimat ekspresif, dan penyimpangan dari kaidah baku. Sebagian besar perubahan tergolong sosiolek kolokial dan slang, dan berfungsi sebagai alat komunikasi yang efisien sekaligus penanda identitas kelompok remaja. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh media sosial yang berperan sebagai akselerator melalui fitur dan algoritma platform, aktivitas khas bermedia sosial, dan konten viral. Temuan ini memperkuat dan mengonkretkan teori sosiolek dan variasi bahasa Chaer dan Agustina dengan data autentik dari ruang digital, sekaligus mengisi celah kajian yang membahas kosakata, kalimat, dan faktor penyebabnya secara terpadu.

Saran ditujukan kepada tiga pihak. Remaja perlu membedakan konteks pemakaian bahasa gaul dan bahasa baku. Pendidik dapat merancang pembelajaran yang mengakomodasi kesadaran kritis terhadap ragam nonbaku. Peneliti selanjutnya disarankan melakukan kajian berkala, memperluas platform, atau memakai pendekatan campuran kualitatif dan kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

Ardhana, M. R., Ahmad, M. R., & Rijal, S. (2021). *Penggunaan variasi bahasa di media sosial Twitter: Kajian sosiolinguistik*, 4(1), 1–9.

Azizah, J., Inayah, N., Arifin, A. F., Akbar, M. R., Safitri, Z. A., Erina, A. R., & Arum, D. P. (2024). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan bahasa gaul di kalangan remaja*.

Bangun, M. A., Fadhlan, M., Nasution, A., Sinaga, N. R., & Fathiya, S. (2024). *Analisis pengaruh media sosial terhadap perkembangan bahasa Indonesia di era globalisasi*, 3, 1–9.

Dewi, A. C. (2025). *Bahasa dalam media sosial: Kajian linguistik digital terhadap gaya bahasa generasi milenial dan Gen Z*, 1, 57–67.

Gurning, R. A., Sipayung, W. W., Sinurat, E., & Saragih, Y. S. (2024). *Analisis sosiolinguistik: Perspektif bahasa dalam masyarakat*, 4.

Maharani, D., Simanjuntak, H. S., Cahyani, N., Hazizah, R., & Sari, Y. (2025). *Makna dalam era digital: Kajian semantik terhadap bahasa di media sosial Indonesia*, 1(4), 841–862.

Mulyono, F. (2021). *Dampak media sosial bagi remaja*, 4(1), 57–65.

Ndraha, L., Elsa, D., Ginting, P., Hura, A. K., Amal, N., & Harefa, J. (2024). *Pengaruh media sosial terhadap perkembangan*, 3, 3610–3616.

Nurus, S., Wahab, A. A., & Hamdiah, M. (2023). *Penggunaan variasi bahasa sosiolek pada masyarakat Desa Pedagangan Kecamatan Tiris*, 8(2).

Pasaribu, F., Simbolon, P., Ranieri, M., Rumahorbo, R., & Pratama, R. (n.d.). *Pengaruh media sosial terhadap pemahaman dan penggunaan bahasa Indonesia di kalangan remaja*, 539–548.

Purba, E. N., Togatorop, D. P., Simbolon, A., & Sari, Y. (2024). *Analisis pengaruh media sosial terhadap keberagaman bahasa: Campur kode sebagai tren komunikasi anak muda*, 2(4).

Raharja, R. (2022). *Kesantunan tindak tutur direktif artis Nikita Mirzani dalam channel YouTube Crazy Nikmir Real*, 8(2), 1716–1725. https://doi.org/10.36312/jime.v8i2.3300

Regita, E., Luthfiyyah, N., & Marsuki, N. R. (2024). *Pengaruh media sosial terhadap persepsi diri dan pembentukan identitas remaja di Indonesia*, 2(1), 46–52.

Shidiqie, A. (2023). *Perubahan sosial dan pengaruh media sosial tentang peran Instagram dalam membentuk identitas diri remaja*, 1(3).

Silaban, N., Silaban, P., Simamora, F., Nadeak, O., & Sari, Y. (2025). *Perubahan makna kata dalam bahasa remaja: Tinjauan semantik terhadap bahasa slang di media digital*, 1(4), 696–703.

Subehi, T., & Lestari, M. (2025). *[Judul artikel belum tercantum pada skripsi]*, 18(2), 511–532.

Tiprili, R., Nazwa, H., Pramudia, A., Sihombing, G., & Anggie, M. (2024). *Perubahan bahasa di kalangan anak muda terhadap penggunaan media sosial*, 1(2), 210–216.

Tommi, S., Situmorong, Y., Harianja, T., Gaol, L. W. F., & Hutahaean, R. (2025). *Pengaruh media sosial terhadap identitas remaja*. Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora, 4(1), 354–363.

Usnia Wati, Rijal, S., & Hanum, S. (2020). *Variasi bahasa pada mahasiswa perantau di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman*, 4, 23–37.

Zahara, L., & Hamzanwadi, U. (2024). *Fenomena alih kode dan campur kode pada komunikasi remaja di media sosial*. BAHTRA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra, 5(01), 17–23.