

BAB I

PENDAHULUAN UMUM

A. Latar Belakang

Era digital yang semakin berkembang menjadikan media sosial sebagai satu kebutuhan wajib bagi banyak individu. Media sosial menjadi wadah utama untuk berkomunikasi, pekerjaan, mengisi waktu luang, ataupun dengan tujuan dan keperluan masing-masing individu. Berdasarkan data dari Datareportal, terdapat 49,9% pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2024 (Kemp, 2024). Dari laporan IDN Media yang berjudul *Indonesia Gen Z Report 2024* juga disebutkan bahwa generasi muda saat ini disebut sebagai penduduk asli dunia digital karena memiliki waktu yang lebih banyak pada sistem dalam jaringan (daring) yang dibuktikan dengan penggunaan media sosial selama 6-10 jam/hari bahkan lebih sehingga mereka dijuluki sebagai *online* secara kronis (IDN Research Institute, 2024). Hal ini menjadi ciri khas perilaku individual yang mengarah pada ketergantungan terhadap internet atau media sosial dengan berlama-lama dan rutin menggunakan internet seperti menghabiskan waktu untuk menjelajah (*browsing*) di internet, berinteraksi di media sosial, memainkan *game online*, atau melakukan aktivitas lainnya yang terhubung dengan koneksi internet. Sebab media sosial memfasilitasi dalam berkomunikasi, terhubung dan berinteraksi pada tempat dan zona waktu yang berbeda (Tupamahu dkk., 2023:681).

Salah satu wadah digital media sosial yang paling menonjol adalah instagram yang memiliki banyak pengguna setiap waktunya. Hasil survei Datareportal pada April 2024 menunjukkan bahwa instagram menjadi media sosial terfavorit secara global. Penggunaanya di Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia dengan pengguna terbanyak berjumlah 104,8 juta orang pada awal tahun 2024. Orang-orang menghabiskan rata-rata 29,7 menit per hari di instagram dengan tujuan utama sebagai hiburan. Konsep hiburan ini mencakup berbagai bentuk aktivitas dan media yang bertujuan mengalihkan perhatian individu dari rutinitas sehari-hari atau stres dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Datareportal menyebutkan bahwa alasan pengguna menggunakan Instagram lebih khusus untuk memublikasikan konten ereka sendiri dan alasan sosial yang dimanifestasikan dalam mengamati



dan berinteraksi dengan teman sebaya ataupun pengguna lain. Motif lainnya termasuk kesenangan pribadi, tantangan pribadi, dan ekspresi diri yang merupakan pendorong utama dalam menciptakan kegiatan kreatif (Ceh & Benedek, 2024:8).

Instagram memiliki beragam fitur yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan cara yang berbeda. Salah satunya pada fitur *instagram story (instastory)*. *Instastory* merupakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk dapat mengunggah foto atau video pendek yang disajikan dalam format cerita yang bersifat sementara. Terdapat tujuh faktor yang menjadi motivasi seseorang menggunakan *instastory*, yaitu karena promosi diri secara sosial, mode tren masa kini, pengaruh sosial, pengungkapan diri, hiburan, berbagi aktivitas sosial, dan pelarian (Menon, 2022:8). Orang-orang memanfaatkan *instastory* untuk berinteraksi dengan individu yang memiliki minat serupa, menunjukkan gaya hidup, minat dan nilai-nilai mereka, serta sebagai media untuk mengarsipkan dan mengenang aktivitas-aktivitas masa lalu (Keerakiatwong dkk., 2023:410). Selain itu, individu dalam tahap awal kedewasaan juga cenderung membandingkan kondisinya melalui *instastory* (Sudjarwo dkk., 2023:7). Instagram mendukung kreativitas dalam ranah digital (Ceh & Benedek, 2024:10) dan kreativitas yang didistribusikan dalam bentuk digital biasanya disertai dengan tujuan untuk ekspresi diri dan motif proporsial (Ceh & Benedek, 2021:118) seperti yang ditunjukkan oleh kreator-kektor filter *instastory*.

Dengan perkembangan teknologi dan aksesibilitas yang mudah dijangkau pada wadah digital media sosial seperti instagram, menjadi sebuah fasilitas untuk para kreator. Para kreator filter biasanya membuat filter dengan dorongan bawah sadar mereka berdasarkan pengalaman dan kondisi pribadinya dengan menggunakan tanda-tanda dalam hasil kreasi mereka untuk menyampaikan pesan sehingga dapat diterima dengan baik oleh pengguna filter instagram yang biasanya dilatarbelakangi oleh perilaku, pikiran, dan kebiasaan sosial di lingkungan mereka (Nisak & Muyassaroh, 2022:108-109). Apabila filter yang dibuat oleh kreator berkaitan dengan perasaan atau emosi pengguna akun instagram, pengguna akun instagram akan menggunakan filter instagram dari hasil kreativitas kreator tersebut. Dengan kata lain, tujuan kreator dan pengguna



filter *instastory* sejalan. Melalui filter *instastory*, kreator ataupun penggunanya mencoba untuk menyampaikan emosi dan perasaan mereka. Pemilihan filter *instastory* oleh penggunanya biasanya didorong oleh persepsi mereka tentang makna di balik filter tersebut (Nisak & Muyassaroh, 2022:108) dan rasa keterkaitan serta relevansi dengan filter yang digunakan untuk menyampaikan emosi dan perasaan mereka.

Terdapat banyak filter *instastory* dari hasil kreasi para kreator saat ini yang mengandung berbagai fitur linguistik dan penggunaan bahasa yang beragam. Sebab melalui variasi bahasa yang digunakan, individu dapat menyampaikan informasi dan identitas dirinya (Junus, 2015:370). Awalnya filter hanya dibuat untuk mempercantik postingan (*beauty filter*), namun sekarang bermunculan berbagai filter yang dibuat dengan menggunakan teks bahkan musik dan grafik desain yang lebih menarik dan bervariasi. Teks filter instagram menambahkan daya tarik visual postingan *instastory*. Filter ini dapat mencakup berbagai gaya seperti huruf tebal, miring, garis bawah, dicoret, dan berbagai variasi font lainnya. Selain pada penulisannya, teks filter instagram memiliki berbagai bahasa yang bervariasi. Dalam satu filter, biasanya memiliki sepuluh bagian dengan teks yang berbeda yang dibuat oleh kreator. Variasi bahasa dari filter-filter ini biasanya ditandai dengan bahasa dan tujuan yang berbeda menggunakan teks yang disertai dengan musik untuk menyampaikan makna, menekankan kata-kata tertentu, atau sekadar membuat postingan yang menarik secara visual. Junus (2015:370) menyebutkan bahwa penggunaan variasi bahasa menjadi tanda bahwa seseorang gaul atau mengikuti perkembangan bahasa dan bahkan terkadang melanggar aturan bahasa untuk menunjukkan kemampuannya dalam memanfaatkan referensi bahasa mereka untuk menciptakan humor.

Kehadiran para kreator menunjukkan bahwa instagram selain digunakan untuk tujuan hiburan dan berkomunikasi, juga memungkinkan menjadi wadah terciptanya bahasa yang baru. Penelitian Savitri (2021:68) tentang para konten kreator di YouTube mengungkapkan bahwa mereka sering menggunakan kata atau frasa yang unik, bahkan seringkali menciptakan kata baru, *code-switching* dan *code-mixing* dalam kalimat, mengadaptasi kata asing ke dalam bahasa Indonesia, serta penggunaan kata-kata gaul dan slang agar lebih akrab dengan audiens yang mayoritas



adalah anak muda. Alifah, Salsabila, dan Fransisca (2022) pada temuan penelitiannya juga menyimpulkan bahwa variasi bahasa di instagram kerap digunakan dalam bentuk direktif, informatif, dan ekspresif oleh pelaku bisnis untuk memasarkan produknya dengan efektif dan efisien. Selain itu, penggunaan bahasa di instagram, khususnya pada generasi Z cenderung kreatif, kritis dan beragam yang disertai dengan *mixing-code*, seperti bahasa Indonesia, bahasa Sunda, bahasa Jawa, bahasa Inggris, dan lain sebagainya (Purwa, 2022).

Variasi bahasa semacam ini juga dapat ditemukan dalam filter *instastory* yang dibuat oleh para kreator filter di Instagram. Variasi bahasa tercipta sebab internet menyediakan medium yang berbeda dari komunikasi secara langsung (Yasa dkk., 2023:101). Dalam konteks ini, pendekatan sosiolinguistik menjadi relevan untuk digunakan karena menyoroti hubungan antara bahasa dan masyarakat, termasuk bagaimana identitas sosial dan budaya dalam kelompok mempengaruhi bentuk dan fungsi bahasa yang digunakan di media sosial seperti instagram.

Fokus dalam kajian ini diarahkan pada penggunaan bahasa pada kreator filter *jedag-jedug* dan pengguna filter tersebut, yakni mereka yang aktif dalam produksi dan konsumsi filter *jedag-jedug* sebagai bagian dari tren digital. Mayoritas di antara mereka merupakan generasi Z atau gen Z (kelahiran 1997-2012) yang dikenal sebagai *digital natives* atau kelompok usia yang dominan di media sosial. Dilansir dari Binus Education (2023), hal tersebut disebabkan karena gen z tumbuh seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi sehingga memiliki peluang besar untuk terlibat langsung dan mengikuti perkembangan teknologi serta internet dari dekat. Mayoritas dari gen z menjadi kelompok usia paling dominan dalam penggunaan filter *jedag-jedug* yang memiliki kecenderungan kuat dalam menggunakan bahasa sebagai ekspresi identitas diri, kreativitas, dan afiliasi kelompok. Sebagian besar pengguna filter *jedag-jedug* berasal dari etnis Bugis yang menjadikan bahasa dalam filter sebagai media ekspresi yang tidak hanya kreatif, tetapi juga kontekstual dan kultural. Penggunaan bahasa dalam filter ini memperlihatkan pola komunikasi yang khas, yakni unsur bahasa lokal dan ekspresi bersatu dalam bentuk wacana digital yang namis dan multifungsi sebagai bentuk hiburan, sindiran, pencitraan diri, dan berbagai tujuan lainnya.

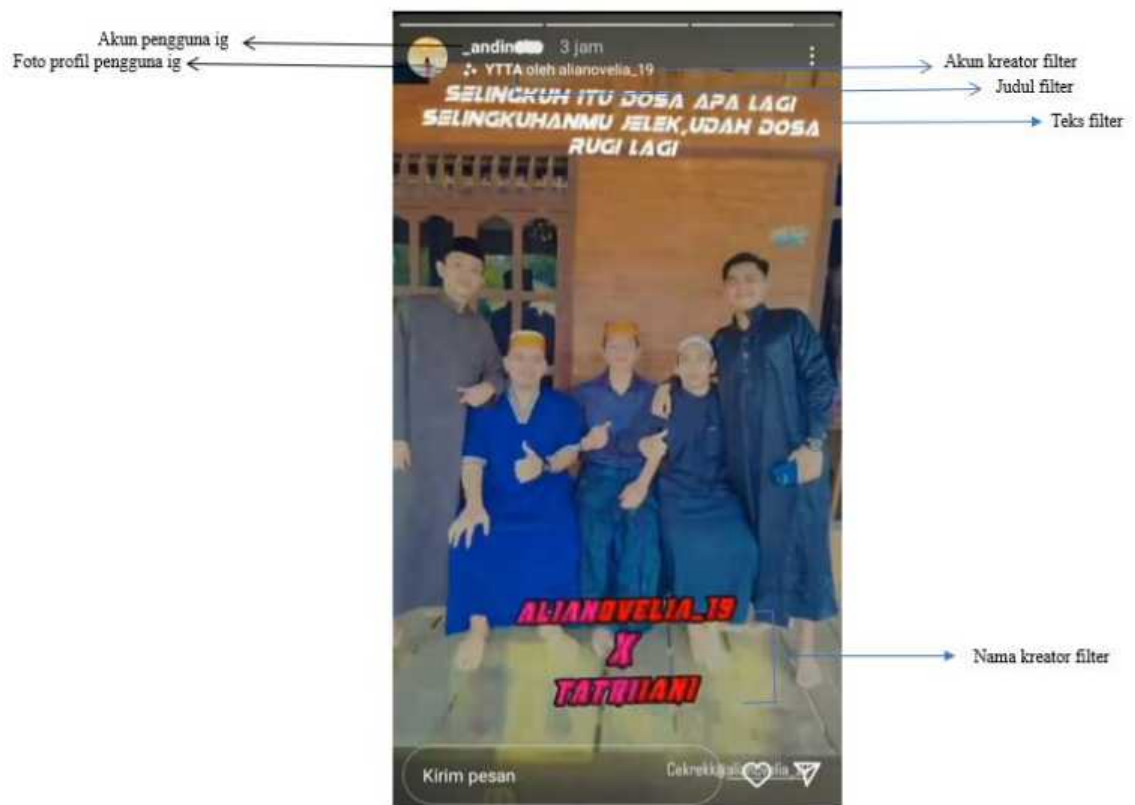


Pilihan bahasa dalam filter instastory bukan hanya soal estetika digital, melainkan juga mencerminkan dinamika sosial, budaya populer, serta bentuk-bentuk interaksi dan representasi diri yang hidup di kalangan penggunanya. Selama individu masih mengkespresikan dan mengartikulasikan identitas dirinya melalui bahasa, maka bahasa akan terus berubah dan semakin bervariasi (Junus, 2015:372). Media sosial memengaruhi kosakata suatu bahasa yang menyebabkan adanya perbedaan makna dari ungkapan-ungkapan linguistik lainnya sehingga menghasilkan kata-kata baru yang berbeda dari makna sebenarnya (Pei dalam Yasa dkk., 2023:102).

Crystal (2001:17) menyebut bahasa internet dengan istilah *Netspeak*. *Netspeak* menjadi gaya bahasa atau komunikasi yang sering digunakan di internet yang biasanya melibatkan penggunaan singkatan, simbol, dan ejaan yang tidak sesuai dengan tata bahasa baku. *Netspeak* menjadi bentuk bahasa yang mencerminkan karakteristik unik dari komunikasi *online* (Tupamahu dkk., 2023:683). *Netspeak* merupakan proses dari komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang-orang yang berada dalam konteks tertentu dan terlibat dalam proses membentuk media teknologi untuk berbagai tujuan atau dikenal dengan sebutan *Computer Medicated Communication* (CMC). Crystal (2001:18) menyebut *Netspeak* sebagai ekspresi linguistik yang unik karena menjadikan bahasa tertulis sebagai seolah-olah pembicara karena keterbatasan karakter pada *keyboard* komputer. Misalnya, teks “aaaahhhhhh!!!!!!” pada *Netspeak* bertujuan menekankan reaksi terhadap suatu pernyataan yang diterima, berbeda dengan “ah” sederhana dalam komunikasi tatap muka (Tuquib & Bacus, 2024:3). Penambahan huruf dan tanda seru memperkuat emosi atau intensitas reaksi, memberikan nuansa yang ekspresif dibandingkan saat melakukan komunikasi secara tatap muka.



Sulistiyarini & Prasetyo (2024:39) mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa di media sosial saat ini lebih santai dan menciptakan keakraban, berbeda dengan bahasa yang digunakan pada tahun 1980-1990 yang cenderung didominasi oleh kosakata baku. Penggunaan bahasa pada internet ini memunculkan berbagai variasi, khususnya pada filter *instastory*. Berikut merupakan contoh tampilan dan variasi bahasa pada teks filter *jedag-jedug instastory*.



Gambar 1 Layout filter *jedag-jedug*

Gambar di atas merupakan contoh tampilan filter *jedag-jedug* pada *instastory* yang digunakan oleh pengguna instagram. Di bagian atas gambar terdapat teks filter menggunakan huruf kapital yang berisi ujaran ekspresif seperti sindiran atau lelucon sarkastik. Teks tersebut sering kali membawa makna implisit yang ingin disampaikan oleh penggunanya. Pada bagian tengah gambar terlihat ekspresi wajah pengguna yang menjadi strategi visual dari pengguna. Sementara itu, pada bagian bawah terdapat nama kreator teks filter dengan gaya huruf mencolok. Keseluruhan elemen dalam gambar tersebut menunjukkan bagaimana filter *jedag-jedug* tidak



hanya menjadi alat visual semata, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk komunikasi multimodal yang menyampaikan ekspresi diri dan strategi kebahasaan khas di media sosial instagram.

Tabel 1 Variasi teks filter jedag-jedug

Teks Filter <i>Instastory</i>	Bentuk Standar
AKU TERLALU JJ UNTUK KAMU YANG AESHTETIC	Aku terlalu <i>jedag-jedug</i> untuk kamu yang estetik.
PELANG" PA SOPIR BANYAK ORANG IRI	Pelan-pelan pak supir banyak orang iri.
ANJAY SELEB DARI KABUPATEN MANA ITU?	<i>Anjay</i> selebriti dari kabupaten mana itu?
PAHAMKO DK SIH?	Kamu paham tidak sih?
INTINYA SEKARANG KO PUNYA UANG KO PUNYA KUASA	Intinya sekarang, kamu punya uang kamu punya kuasa.
AFFAH IYAHH?	Apa iya?
LAGI APA?	Sedang apa?
LAGI SUSAH	Sedang mengalami kesusahan.
NYARI YANG SEMPURNA? TABE, SURYA JI DISINI	Mencari (rokok) sampoerna? <i>Tabe</i> , di sini hanya ada (rokok) surya.
YAKIN DECK?	Yakin dek?
BALE NILA BALE OSENG KO MUPOJIKA PAU I WASENG	Ikan nila ikan oseng Kalau kamu suka saya bilang dong.

Contoh penggunaan bahasa pada media sosial instagram di atas menunjukkan adanya fenomena penggunaan variasi bahasa, khususnya pada filter *instastory*. Junus (2015:369) menyebutkan bahwa terdapat banyak variasi bahasa lain yang dimunculkan oleh para pengguna media sosial seperti perubahan leksikal pada *kalo* (kalau); *ko* (kau); *affah* (apa); *deck* (dek); *dk* (tidak), abreviasi atau penyingkatan pada kata *jj* (*jedag-jedug*) dan perubahan semantis yang dicontohkan pada kolom ketujuh tabel di atas dengan kata *lagi apa* sebagaimana dalam KBBI kata *lagi* berarti sedang dalam melakukan kegiatan, namun dalam kalimat di atas diartikan sebagai penggambaran suatu kondisi. Contoh variasi bahasa lain yang ditunjukkan dari tabel di atas merupakan *mixing-code* (aku terlalu *jj* untuk kamu yang *aesthetic*).

Penggunaan bahasa dalam media sosial bersifat ekspresif. Seperti ada penggunaan bahasa pada filter *instastory* yang semakin bervariasi



dengan penggunaan yang bebas dari aturan tata bahasa dan ejaan yang konsisten sehingga dapat mengakibatkan penurunan kualitas komunikasi dan pemahaman antar individu terutama pada lingkup resmi atau formal. Penggunaan ragam bahasa yang tidak sesuai dengan norma-norma tata bahasa formal menunjukkan bahwa tren digital memberikan dampak bagi penggunaannya dan *Netspeak* menjadi alat yang sangat berguna untuk menjelajahi ruang maya atau media sosial untuk berbagai tujuan (Bhatti & Hassan, 2021:59) seperti pada fitur-fitur linguistik yang terdapat pada filter *jedag-jedug instastory* yang dibuat oleh kreator. Hasil penelitian Tupamahu dkk. (2023) juga memvalidasi bahwa *Netspeak* dapat disamakan dengan variasi linguistik lainnya yang ditunjukkan melalui ciri-ciri pembeda yang mengindikasikan perbedaan dalam struktur yang berbeda dan kekayaan ide dalam bentuk tertulis.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena populer penggunaan filter *jedag-jedug* pada *instastory* yang tidak hanya mencerminkan dinamika komunikasi digital melalui fitur linguistik *netspeak* tetapi juga menonjolkan representasi visual yang khas. Filter *jedag-jedug* menjadi salah satu bentuk inovatif kreatif yang memadukan elemen bahasa dan desain visual untuk menciptakan pengalaman komunikasi yang unik. Selain menunjukkan kreativitas kreator dalam memanfaatkan bahasa digital, filter tersebut juga menampilkan kreativitas dalam merancang elemen visual seperti logo, warna, dan transisi yang menarik pengguna. Penelitian mengenai variasi bahasa yang diterapkan dalam filter *jedag-jedug* dan analisis bentuk visual desainnya masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan bahasa dan desain visual pada filter *jedag-jedug* dengan harapan dapat meningkatkan kualitas komunikasi digital di media sosial seperti instagram. Selain itu, mengingat penggunaan bahasa yang semakin bervariasi sering kali disertai dengan penyimpangan dari norma kebahasaan, diperlukan kajian lebih lanjut untuk meminimalkan potensi munculnya permasalahan linguistik baru di media sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang terdapat pada bagian latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:



1. Bagaimana bentuk fitur-fitur linguistik *netspeak* yang terdapat dalam teks pada filter *jedag-jedug instastory*?
2. Bagaimana representasi visual pada filter *jedag-jedug instastory* yang dibuat oleh kreator filter?

C. Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengeksplorasi bentuk fitur-fitur linguistik *netspeak* yang terdapat pada teks filter *jedag-jedug* di *instastory* yang digunakan oleh kreator filter.
2. Untuk mengungkap konsep representasi visual yang terdapat dalam filter *jedag-jedug instastory* yang dibuat oleh kreator filter.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat teoretis dan praktis.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai variasi bahasa yang terdapat pada media sosial, khususnya dalam konteks penggunaan filter pada *instastory*. Penelitian juga diharapkan dapat membantu memperkaya teori sociolinguistik dengan perspektif yang berkaitan dengan media digital dan memperluas konsep-konsep tentang penggunaan bahasa di media sosial, khususnya penggunaan teks dalam filter *jedag-jedug instastory* yang berkaitan dengan interaksi sosial digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi akademisi

Penelitian ini menyediakan data empiris dan studi kasus yang dapat digunakan untuk memperkaya materi ajar tentang penggunaan bahasa di media sosial, sebagai landasan penelitian lebih lanjut, dan pengembangan teori dalam media digital atau yang berhubungan dengan objek pada penelitian ini, yaitu variasi bahasa pada interaksi media sosial atau komunikasi digital lainnya.

b. Bagi pembaca

Pembaca dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana variasi bahasa berkembang di wadah digital media sosial yang mempengaruhi komunikasi sehari-hari. Selanjutnya, dengan memahami keragaman bahasa dan budaya dalam penggunaan



filter *instastory*, pembaca dapat meningkatkan kesadaran dan sikap inklusif terhadap perbedaan budaya dalam komunikasi digital.

c. Bagi pengguna filter *jedag-jedug instastory*

Pengguna dapat lebih menyadari bagaimana dampak pilihan bahasa dalam filter *jedag-jedug instastory* dengan bahasa yang lebih efektif yang dapat mempengaruhi persepsi dan interaksi dengan orang lain di wadah digital media sosial, khususnya instagram. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan strategi komunikasi yang disesuaikan oleh penggunaanya sebagai pemahaman tentang preferensi bahasa dan budaya terhadap audiens mereka.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Relevan

Sejak kemunculan internet dan penggunaannya yang semakin meluas di berbagai generasi, penggunaan bahasa di media sosial telah menjadi subjek penelitian yang menarik bagi ahli bahasa atau mereka yang tertarik dalam bidang bahasa. Berikut merupakan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah menyoroti penggunaan bahasa pada media sosial.

Nisak dan Muyassaroh (2022) dalam artikel jurnal penelitian yang berjudul "*A Semiotic Analysis at Instagram Filter*" membahas tentang makna dari tanda pada filter instagram. Penelitian tersebut menggunakan teori dari de Saussure untuk mengungkap makna dari tanda yang dibuat oleh kreator filter instagram. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pada bagian konsep filter instagram menggunakan banyak penanda (*signifier*), sedangkan pada bagian dimensi mengandung semantik dan pragmatik. Selain itu, penggunaan sistem tanda pada filter instagram memiliki makna untuk menunjukkan emosi dan perasaan terhadap kreator filter atau pengguna filter.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Yasa, Ayomi, dan Maharani (2023) dengan artikel yang berjudul *Stylistic Features of Netspeak Language on 9GAG's Instagram Account*. Penelitiannya bertujuan menganalisis fitur komunikasi tertulis pada akun instagram kreator 9GAG dengan menggunakan teori dari Crystal mengenai fitur pada variasi bahasa. Hasil penelitian Yasa dkk. menunjukkan bahwa terdapat fitur-fitur grafis yang khas, seperti tanda baca dan ejaan, proses morfologis dan ketidakteraturan sintaksis, kosakata yang unik, serta beberapa fitur wacana yang ada pada sumber data, mencerminkan karakteristik informalitas dan ketidakteraturan. Fitur-fitur tersebut sering kali melanggar kaidah bahasa baku yang digunakan oleh pengguna internet namun juga membantu mereka mengespresikan diri dalam berkomunikasi di instagram.

Farida, Dzulkifli, dan Mistar (2023) juga melakukan penelitian mengenai penggunaan bahasa di media sosial instagram dengan judul artikel *The Applied Linguistics Aspect of Using Digital Media: Analysis of Women's Instagram Account Captions Based on Language Style*. Penelitian tersebut bertujuan memberikan gambaran mengenai gaya



bahasa yang digunakan perempuan ketika membuat caption di instagram dengan menggunakan teori Chaika tentang lima gaya bahasa (ragam formal, informal, bahasa sehari-hari, santai dan intim). Sumber data pada lima akun perempuan di instagram dengan pengikut terbanyak, yaitu akun Selena Gomez, Kylie Jenner, Ariana Grande, Kim Kardashian, dan Taylor Swift. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan caption dari kelima akun perempuan dengan pengikut terbanyak di instagram tersebut memberi gambaran bahwa wanita sering menggunakan gaya informal atau kasual untuk menyesuaikan diri dengan gaya penulisan caption, terutama untuk pengikut mereka.

Terdapat pula artikel penelitian yang berjudul *Language Variation in the Instagram Discourse of Indonesian Papuan Dialect* yang dilakukan oleh Mawene dan Handayani (2024) dengan tujuan untuk mendeskripsikan variasi bahasa dalam wacana instagram bahasa Indonesia dialek Papua. Dengan menggunakan pendekatan sosiolinguistik, sumber data pada penelitiannya adalah akun instagram Igers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi bahasa yang digunakan oleh akun instagram tersebut mengarah pada empat pola, yakni bahasa Indonesia dengan dialek Papua (IDP), bahasa Indonesia standar (BI), alih kode dari bahasa Indonesia dialek Papua ke bahasa asing, dan campur kode antara bahasa Indonesia dialek Papua dengan bahasa asing. Hal tersebut mendeskripsikan bahwa terdapat variasi terhadap bahasa Indonesia dialek Papua di kalangan anak muda Papua di media sosial yang juga memperkuat pandangan bahwa bahasa merupakan produk budaya yang erat kaitannya dengan konteks sosialnya.

Penelitian serupa yang dilakukan pada media sosial juga telah dilakukan oleh Sulistiyarini & Prasetyo (2024). Artikel penelitian tersebut berjudul *Language Variations of Adolescents on Tiktok Social Media* yang bertujuan mencari tahu perbedaan, fungsi, dan penyebab dari variasi bahasa yang digunakan oleh remaja pada media sosial tiktok. Dengan menggunakan analisis sosiolinguistik, penelitian Sulistiyarini & Prasetyo (2024) menunjukkan bahwa terdapat bentuk variasi bahasa yang baru yang digunakan oleh remaja di media sosial tiktok. Selain itu, variasi bahasa yang ditemukan memiliki fungsi emotif dan penyebab munculnya variasi bahasa tersebut dipengaruhi oleh faktor situasi tutur dan faktor usia.



Kelima penelitian tersebut memiliki fokus dan pendekatan yang berbeda, namun semuanya berhubungan dengan penggunaan bahasa di media sosial. Penelitian Nisak dan Muyassaroh (2022) menggunakan teori semiotika de Saussure untuk menganalisis makna tanda pada filter Instagram. Penelitiannya menunjukkan bahwa tanda-tanda visual pada filter mencerminkan emosi dan perasaan pengguna serta kreator, dengan penanda (signifier) yang beragam. Berbeda dengan itu, Yasa, Ayomi, dan Maharani (2023) menggunakan teori Netspeak dari Crystal untuk mengkaji fitur stilistika bahasa pada akun Instagram 9GAG. Penelitiannya menemukan bahwa fitur grafis, morfologis, sintaksis, dan wacana di platform tersebut mencerminkan karakteristik informalitas dan kreativitas pengguna internet. Sementara itu, Farida, Dzulkifli, dan Mistar (2023) berfokus pada gaya bahasa yang digunakan oleh perempuan dalam caption Instagram, menggunakan teori gaya bahasa dari Chaika. Hasilnya menunjukkan bahwa gaya kasual atau informal sering digunakan untuk mendekatkan diri dengan audiens, seperti terlihat pada caption dari lima selebritas perempuan dengan pengikut terbanyak.

Penelitian lainnya oleh Mawene dan Handayani (2024) mengangkat variasi bahasa dalam wacana Instagram yang menggunakan bahasa Indonesia dialek Papua. Dengan pendekatan sosiolinguistik, penelitian ini mengidentifikasi empat pola utama, yaitu penggunaan bahasa Indonesia dialek Papua, bahasa Indonesia standar, alih kode, dan campur kode. Hal tersebut menunjukkan bagaimana dialek Papua beradaptasi dalam konteks sosial media. Terakhir, Sulistiyarini dan Prasetyo (2024) menyoroti variasi bahasa yang digunakan oleh remaja di TikTok. Dengan pendekatan sosiolinguistik, penelitian tersebut menemukan bahwa variasi bahasa yang muncul sering kali dipengaruhi oleh usia dan situasi tutur, serta memiliki fungsi emotif yang dominan.

Kelima penelitian tersebut memiliki pendekatan dan objek penelitian yang berbeda, namun memiliki persamaan dalam menyoroti peran media sosial sebagai ruang bagi variasi bahasa dan kreativitas linguistik. Penelitian-penelitian tersebut mencerminkan bagaimana konteks gital dan budaya sosial memengaruhi pembentukan identitas bahasa, baik melalui tanda visual, gaya bahasa, maupun variasi dialek yang digunakan oleh pengguna media sosial.



Kelima penelitian terdahulu di atas dan penelitian ini memiliki beberapa kesamaan utama, yaitu fokus pada analisis penggunaan bahasa di media sosial. Kecuali penelitian Sulistiyarini & Prasetyo (2024) dengan sumber data pada tiktok, penelitian lainnya memiliki sumber data pada instagram. Kelima penelitian tersebut juga memiliki kesamaan dalam penerapan pada pendekatan dan teori linguistik. Pada penelitian Yasa dkk. (2023), Farida dkk., (2023), Mawene dan Handayani (2024), dan Sulistiyarini dan Prasetyo (2024), memiliki fokus penelitian pada variasi dan gaya bahasa. Berbeda dengan penelitian Nisak dan Muyassaroh (2022) yang berfokus pada tanda (semiotik) yang terdapat pada filter buatan kreator. Penelitian Nisak dan Muyassaroh (2022) memiliki sumber data yang sama pada penelitian ini, yakni pada filter buatan kreator *instastory* namun dengan penggunaan teori yang berbeda, yaitu fitur linguistik *Netspeak* dan prinsip desain yang digunakan dengan menerapkan pendekatan sosiolinguistik pada filter *jedag-jedug instastory*.

B. Landasan Teori

1. Sosiolinguistik

a. Pengertian Sosiolinguistik

Istilah sosiolinguistik terbentuk dari *sosio* dan *linguistik*. Kata *linguistik* merupakan ilmu tentang bahasa, sementara *sosio* seakar dengan kata sosial atau berhubungan dengan masyarakat. Jadi, sosiolinguistik merupakan cabang ilmu yang mempelajari bahasa dalam kaitannya dengan penutur sebagai bagian dari masyarakat. Sosiolinguistik tertuju pada bagaimana bahasa dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti status, kelompok sosial, dan konteks komunikasi (Nababan, 1993:2). Sosiolingusitik mengkaji variasi bahasa yang muncul di masyarakat, baik dalam bentuk dialek, gaya bahasa, maupun perbedaan penggunaan bahasa yang berkaitan dengan peran sosial dan budaya penutur.

Sosiolinguistik adalah cabang ilmu linguistik yang mempelajari bahasa dalam hubungannya dengan berbagai faktor sosial dan kemasyarakatan (Soeparno, 2013:29). Hal ini menunjukkan bahwa sosiolinguistik tidak hanya berfokus pada struktur bahasa itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial yang berbeda.



Holmes (2013:5) juga menyatakan bahwa sosiolinguistik adalah studi tentang hubungan antara bahasa dan masyarakat yang mencakup bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial yang berbeda dan bagaimana variasi bahasa dapat mencerminkan identitas sosial penuturnya. Holmes menekankan bahwa sosiolinguistik tidak hanya mempelajari variasi bahasa, tetapi juga bagaimana bahasa dapat digunakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan sosial.

Pendapat lain juga datang dari Wardhaugh (2010:3) yang menyatakan bahwa sosiolinguistik adalah studi tentang bagaimana bahasa berfungsi dalam masyarakat. Sosiolinguistik mencakup analisis tentang bagaimana bahasa digunakan dalam interaksi sosial dan bagaimana faktor-faktor sosial mempengaruhi penggunaan bahasa.

Dari beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik tidak hanya berfokus pada struktur bahasa tetapi juga pada bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial yang berbeda. Sosiolinguistik mencakup analisis tentang bagaimana bahasa berfungsi dalam interaksi sosial dan bagaimana variasi bahasa dapat mencerminkan identitas sosial penuturnya sehingga sosiolinguistik memiliki peran penting dalam memahami dinamika bahasa dalam konteks sosial dan budaya yang beragam.

b. Hubungan Masyarakat dan Bahasa

Sosiolinguistik mengkaji dan mendalami aspek-aspek sosial dari bahasa, terutama variasi-variasi yang muncul dalam bahasa yang berkaitan dengan faktor-faktor sosial dalam masyarakat (Nababan, 1984:2). Sosiolinguistik menghubungkan ilmu linguistik dengan faktor-faktor yang terjadi di masyarakat (Sulistiyarini & Prasetyo, 2024:40). Dengan mempelajari bagaimana bahasa digunakan oleh penutur tertentu dalam konteks yang tepat untuk tujuan-tujuan tertentu (Nababan, 1984:20) menjadikan disiplin ilmu ini memperhatikan bagaimana faktor-faktor sosial seperti kelas sosial, umur, pendidikan, etnis, dan gender memengaruhi penggunaan bahasa dalam masyarakat. Variasi bahasa yang



terbentuk dan menyebar di antara berbagai kelompok sosial memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana bahasa mencerminkan struktur sosial serta digunakan untuk memperkuat atau meruntuhkan hierarki sosial. Dengan memahami aspek-aspek sosial ini, sosiolinguistik membantu memecahkan kompleksitas interaksi individu melalui bahasa.

Bahasa sebagai milik masyarakat, tertanam dalam diri setiap individu (Sumarsono, 2002:19) sehingga memungkinkan terjadinya bahasa yang variatif lebih banyak yang dapat disebabkan oleh kondisi sosial (latar belakang) penuturnya. Bahasa yang digunakan dipengaruhi oleh berbagai faktor situasional, seperti siapa yang berbicara, bentuk bahasa yang digunakan, audiens, lokasi, waktu, dan topik pembicaraan. Faktor-faktor ini menentukan variasi dalam penggunaan bahasa sehingga bahasa tidak hanya dilihat sebagai sebuah struktur formal, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang dinamis. Perdhani dkk. (2021:4) menjelaskan bahwa bahasa dipandang bukan hanya sebagai sebuah struktur, tetapi juga sebagai mekanisme sosial, sistem komunikasi, dan bagian dari budaya masyarakat sehingga sosiolinguistik menekankan pentingnya memahami penggunaan bahasa dalam situasi nyata serta perannya dalam kehidupan sosial dan budaya.

Bahasa sebagai refleksi dari dinamika sosial dan budaya masyarakat mencerminkan cara berpikir, sistem nilai, dan kebiasaan dari suatu kelompok masyarakat. Bahasa sering dianggap sebagai produk sosial atau budaya yang menjadi wadah aspirasi, aktivitas, perilaku masyarakat, dan penyingkapan budaya termasuk teknologi yang diciptakan oleh masyarakat pemakainya, sehingga bahasa dapat dianggap sebagai 'cermin zamannya' yang mencerminkan apa yang terjadi dalam masyarakat pada masa tertentu (Sumarsono, 2002:20).

Nababan (1993:10) mengemukakan bahwa bahasa bukanlah suatu entitas yang bersifat tinggal atau monolitik, melainkan sebuah sistem yang kompleks dan dinamis. Hal ini disebabkan oleh adanya variasi bahasa yang muncul sebagai akibat dari berbagai faktor, seperti perbedaan geografis, tingkat sosial, latar belakang budaya,



profesi penutur, serta konteks komunikasi. Keanekaragaman ini mencerminkan karakteristik alami bahasa sebagai alat komunikasi yang adaptif terhadap lingkungan sosial dan budaya di mana bahasa tersebut digunakan.

Dalam masyarakat, penggunaan bahasa mencerminkan keragaman sudut pandang dan pengalaman tiap individu. Seperti yang diungkapkan oleh Yuliani dkk. (2020:103), orang dengan sudut pandang yang berbeda akan menggunakan bahasa yang berbeda pula tergantung pada pengalaman masing-masing. Bahasa merupakan sistem yang kuat yang digunakan oleh semua anggota dalam komunitas bahasa meskipun bahasa sendiri memiliki sifat yang abstrak. Bahasa hanya dapat diamati melalui perilaku individu yang kadang terlihat sebagai perilaku yang unik atau bahkan aneh (Ibrahim dalam Yuliani dkk., 2020:32).

Meskipun anggota masyarakat berbicara dalam bahasa yang sama, pemahaman mereka terhadap struktur, pengucapan, dan makna kata tetap konsisten dalam penggunaannya. Hal ini mencerminkan sistem bahasa yang dapat dipahami secara kolektif, sebagaimana dijelaskan oleh Rochayah dan Djamil (dalam Yuliani dkk., 2020:8). Bahasa tidak hanya merupakan alat komunikasi, tetapi juga cerminan dinamika sosial dan budaya di dalam suatu komunitas.

c. Variasi Bahasa

Bahasa memiliki karakteristik yang dinamis yang tercermin dalam bentuk dan maknanya. Perbedaan-perbedaan kecil maupun signifikan sering kali muncul pada satu cara pengungkapan dengan cara pengungkapan lainnya yang disebut sebagai variasi (Nababan, 1993:13). Variasi tersebut mencerminkan fleksibilitas dan beragamnya penggunaan bahasa dalam berbagai konteks, sosial, budaya, dan geografis.

Individu dalam sebuah masyarakat membangun identitas diri mereka melalui penggunaan bahasa (Junus, 2015:370). Setiap individu memiliki kebebasan untuk memilih bahasa yang akan mereka gunakan. Sebuah kata dapat dipandang sebagai bernilai tinggi, baik, sopan, lucu, biasa saja, rendah, kasar, atau sakral,



tergantung pada bagaimana masyarakat pengguna tersebut memaknainya (Putrayasa, 2014:10:14). Dengan kata lain, nilai dan nuansa makna suatu kata ditentukan oleh persepsi serta kesepakatan kolektif penuturnya.

Ketika bahasa digunakan oleh pengguna media sosial sebagai alat komunikasi, mereka cenderung menulis kata-kata seperti yang diucapkan (Sulistiyarini & Prasetyo, 2024:35) secara fleksibel, terkadang tidak sesuai dengan tata bahasa baku sehingga sangat memungkinkan untuk menciptakan makna dan gaya bahasa yang baru. Hal tersebut sejalan dengan gagasan Sumarsono (2002:31) yang menyimpulkan bahwa bahkan dalam bahasa yang bersifat baku, terdapat kemungkinan variasi yang bisa diidentifikasi dalam ragam baku tulisan (RBT) dan ragam baku lisan (RBL). Baik dari segi bentuk atau makna, bahasa yang menunjukkan perbedaan kecil atau besar antara satu ungkapan dengan ungkapan lainnya disebut sebagai variasi (Nababan, 1984:13).

Penggunaan bahasa dalam masyarakat dipengaruhi oleh masyarakat itu sendiri karena setiap individu di dalamnya memiliki ciri khas yang menjadi identitas mereka (Yuliani dkk., 2020:104). Hal ini memungkinkan peluang terjadinya variasi lintas budaya akibat dari penggunaan bahasa dari latar belakang sosial yang berbeda antara penutur dan lawan tuturnya (Nisak & Muyassaroh, 2022:107). Interaksi antar penutur dengan latar budaya yang berbeda menyebabkan adaptasi dalam penggunaan bahasa, sehingga menunjukkan bahwa bahasa tidak hanya sekedar sebagai alat komunikasi, namun sebagai identitas sosial dan budaya penutur. Pemilihan gaya bahasa yang digunakan juga bergantung pada sikap individu sebagai pembicara terhadap pendengar yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti usia, status sosial, topik pembicaraan, dan tujuan pembicaraan (Savitri, 2021:69).

Variasi dalam bahasa menciptakan perbedaan antara satu ragam bahasa dengan ragam lainnya. Perbedaan ini biasanya terletak pada unsur-unsur bahasa tertentu yang menjadi ciri khasnya. Ragam bahasa dapat didefinisikan sebagai kumpulan variasi bahasa yang memiliki distribusi sosial yang serupa.



Rochayah dan Djamil (dalam Yuliani dkk., 2020:35) menyebut fenomena ini dengan istilah *guyup tutur* yang mencerminkan keseragaman sosial dalam penggunaan bahasa tertentu.

Variasi bahasa berdasarkan penuturnya dibagi menjadi empat kategori, yaitu idiolek, dialek, kronolek dan sosiolek (Malabar, 2015:33). Idiolek adalah variasi bahasa yang mencakup warna suara, pilihan kata, gaya bahasa, dan susunan kalimat yang bersifat individual. Dialek merujuk pada variasi bahasa yang digunakan oleh sekelompok penutur di suatu wilayah atau area tertentu. Kronolek atau disebut juga sebagai dialek temporal, adalah variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial pada masa waktu tertentu. Dan sosiolek atau dialek sosial adalah variasi bahasa yang berkaitan dengan status, golongan, dan kelas sosial penuturnya.

Variasi bahasa juga muncul dari segi pemakaian atau fungsinya, yang dikenal sebagai fungsiolek (Nababan, 1984:24). Variasi ini berkaitan dengan tujuan atau bidang penggunaan bahasa tersebut. Bahasa yang dipakai bervariasi sesuai dengan konteks atau keperluan penggunaannya. Seperti pada variasi bahasa dalam militer cenderung ringkas dan tegas, sedangkan penggunaan bahasa dalam sastra cenderung lebih estetika.

Martin Joos (dalam Nababan, 1984:22) membagi tingkat keformalan bahasa menjadi lima tingkat, yaitu *frozen* (ragam beku), *formal* (ragam resmi), *consultative* (ragam usaha), *casual* (ragam santai), dan *intimate* (ragam akrab).

- a. Ragam beku (*frozen*) adalah bahasa yang kaku dan tidak berubah, digunakan dalam situasi formal dan seremonial seperti undang-undang, kitab suci, dan pidato resmi. Ragam beku ditandai dengan penggunaan bahasa yang sangat formal, baku, dan terikat oleh aturan.
- b. Ragam resmi (*formal*) digunakan dalam situasi formal namun tidak seketat ragam beku. Contohnya dalam surat resmi, laporan ilmiah, dan presentasi bisnis, dengan ciri penggunaan bahasa yang baku, bahasa yang formal, dan kalimat yang jelas.
- c. Ragam usaha (*consultative*) digunakan dalam konteks profesional atau bisnis, seperti contohnya komunikasi di



tempat kerja dan rapat bisnis yang menggunakan campuran bahasa formal dan semi-formal.

- d. Ragam santai (*casual*) digunakan dalam situasi non-formal dan santai, seperti contohnya pada percakapan sehari-hari dengan teman atau keluarga dengan bahasa yang lebih sederhana, idiomatik, dan terkadang menggunakan slang.
- e. Ragam akrab (*intimate*) digunakan dalam interaksi dengan orang-orang yang sangat dekat, seperti sahabat dan keluarga. Ragam ini tergolong sangat informal, penuh dengan slang, ungkapan khusus, dan frasa yang hanya dimengerti oleh kelompok tertentu.

Ragam bahasa di atas mencerminkan tingkat formalitas dan kedekatan antar penutur, serta disesuaikan dengan konteks sosial dan situasi komunikasi yang dilakukan. Variasi penggunaan bahasa yang berbeda tergantung pada topik yang dibahas, hubungan antara penutur, pihak yang dibicarakan, serta medium yang digunakan dalam pembicaraan (Bachman dalam Savitri, 2021:68).

Selain dari segi penutur, pemakaian, dan keformalan, variasi bahasa juga terbentuk berdasarkan sarana atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi (Malabar, 2015:43). Dengan kata lain, variasi ini berdasarkan medium atau cara penyampaian bahasa tersebut. Seperti pengungkapan bahasa secara lisan, tulisan, isyarat, visual atau melalui gambar, dan melalui elektronik.

Munculnya teknologi digital juga menjadi medium komunikasi yang baru untuk masyarakat. Lebih dari sekedar media komunikasi, perkembangan teknologi ini menciptakan wadah digital global tempat orang-orang dari berbagai latar belakang yang berbeda berinteraksi dan berbagi bahasa, menghasilkan ekspresi dan variasi baru. Variasi bahasa ini muncul karena teknologi seperti internet menyediakan media yang berbeda dari komunikasi tradisional (Yasa dkk., 2023:101). Selama individu mengekspresikan dan mengartikulasikan diri mereka melalui bahasa, bahasa akan terus berkembang dan menjadi semakin bervariasi (Junus, 2015:372) terutama pada internet yang bersifat dinamis, interaktif dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas.



Banyak peneliti yang mendukung pandangan mengenai perubahan dalam tanda baca, tata bahasa, dan kosakata tidak dapat dihindari ketika bahasa dipadukan dengan teknologi digital (Zinkhan dkk.; Stavfeldt dalam Bhatti & Hassan, 2021:38).

Perbedaan latar belakang, pengalaman, dan sudut pandang individu sering kali menghasilkan variasi dalam penggunaan bahasa (Yuliani dkk., 2020: 103). Variasi ini mencerminkan pengaruh dari pengalaman pribadi, lingkungan sosial, serta nilai-nilai budaya yang dipegang oleh masing-masing individu. Dalam konteks komunikasi, perbedaan tersebut tidak hanya menunjukkan keberagaman individu, tetapi juga membentuk dinamika dalam interaksi sosial. bahasa menjadi sarana penting untuk menyampaikan identitas, perspektif, dan relasi antar individu. Selain itu, pilihan bahasa juga dipengaruhi oleh tujuan komunikasi, karakteristik audiens, dan situasi tertentu sehingga menghasilkan pola penggunaan bahasa yang beragam dan kompleks.

3. Netspeak

Variasi bahasa adalah sistem dari ekspresi linguistik yang digunakan dan diatur oleh faktor situasional (Crystal, 2001:6). Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan bahasa bisa berbeda-beda tergantung pada konteks atau situasi tertentu. Variasi bahasa menjadi semakin dinamis dan kompleks terkhusus pada internet yang menjadi medium komunikasi masyarakat dalam bentuk digital.

Crystal (2001:17) menyebut bahasa internet dengan istilah *Netspeak*. *Netspeak* berasal dari kata *internet* dan *speak*. Sebutan *Netspeak* yang digagas oleh Crystal (2001:17) merupakan istilah lain dari bahasa tulis yang digunakan pada internet seperti *netlish*, *weblish*, *cyberspeak*, bahasa internet, bahasa elektronik, wacana interaktif tertulis, *computer-mediated communication (CMC)* dan sebagainya.

Netspeak mencerminkan sifat dinamis bahasa di era digital. *Netspeak* merupakan bentuk komunikasi digital yang bersifat bebas dan tidak terikat oleh klaim kepemilikan sehingga setiap negara atau wilayah dapat mewarnainya dengan ciri khas serta nilai budaya masing-masing (Bhatti & Hassan, 2021:37). Hal tersebut menjadikan *netspeak* sebagai sarana ekspresi yang inklusif dan adaptif terhadap



keragaman linguistik maupun dinamika sosial budaya penggunaannya di berbagai belahan dunia. Sebagai media linguistik dalam bentuk digital, *netspeak* berkembang dalam sosiolinguistik dengan ragam dan gaya bahasa yang kompleksitas dengan situasi yang terdapat pada internet (Crystal, 2001:239).

Ciri khas variasi bahasa yang terdapat pada *netspeak* memiliki beberapa jenis, salah satunya gaya penulisan pada bahasa yang tertulis. Crystal (2001:7) membaginya menjadi lima jenis, yaitu:

a. Fitur grafis

Dalam fitur grafis, penyajian dan pengaturan umum bahasa tertulis yang meliputi elemen-elemen seperti tipografi yang khas, desain halaman, spasi, penggunaan ilustrasi, dan pemilihan warna (Crystal, 2001:7). Fitur grafis dimanfaatkan untuk menyoroti suatu topik pembahasan dan menarik perhatian audiens (Ratnadi dkk., 2021:155). Contohnya, variasi dalam bahasa surat kabar Inggris dapat diidentifikasi melalui elemen seperti judul, kolom, dan keterangan. Begitupun dengan berita dalam media sosial Instagram, penulisan judul berita pada akun-akun berita Indonesia ditulis di awal postingan pada beranda *feed*.

Menurut Grannan (dalam Tuquib & Bacus, 2024:8), emotikon menjadi salah satu fitur grafis dalam media digital yang merupakan gabungan huruf dan angka yang dirancang membentuk ikon bergambar tertentu yang tidak hanya sekadar simbol kosong, melainkan mengandung pesan komunikatif yang bersifat kultural. Emotikon dapat digunakan untuk mengekspresikan emosi atau menunjukkan aktivitas yang sedang dilakukan pengguna (Junus, 2015:369), sebagai satuan tambahan dalam struktur kalimat, dan menggantikan kata-kata dalam kalimat, khususnya untuk nomina atau adjektiva yang memiliki keterkaitan makna yang cukup jelas dengan bentuk grafis tersebut (Yasa dkk., 2023:105).

Terdapat pula stiker yang berbeda dengan emotikon karena stiker mampu merepresentasikan emosi, aktivitas, bahkan perilaku pengirim pesan dan bahkan saat ini stiker telah dikembangkan dalam bentuk gambar animasi dan berbagai variasi lainnya (Junus, 2015:369). *Netspeak* sebagai medium komunikasi memuat



sejumlah ciri grafis yang digunakan untuk mengekspresikan perasaan (Yasa dkk., 2023:105).

b. Fitur ortografis

Sistem penulisan suatu bahasa yang mencakup penggunaan alfabet, huruf kapital, ejaan, tanda baca khas, dan cara mengekspresikan penekanan, seperti huruf miring atau tebal (Crystal, 2001:8). Dalam situasi tertentu, fitur ini digunakan untuk menunjukkan eksklusivitas pembicara, seperti dialek yang berhubungan dengan fonologi (Ratnadi dkk., 2021:155). Misalnya, pada bahasa Inggris Amerika dan British memiliki perbedaan ejaan (seperti *color* dan *colour*), dan bahasa Inggris dalam iklan sering memodifikasi ejaan yang tidak umum dalam variasi bahasa lain.

Dalam komunikasi digital, tanda baca tidak hanya menjalankan fungsi struktural dalam kalimat tetapi juga memiliki peran penting dalam membentuk makna serta strategi komunikasi pengguna. Penggunaan tanda baca seperti titik, koma, tanda seru, dan tanda tanya merefleksikan intensi penulis, emosi, serta membangun keterlibatan interaktif dengan audiens. Hal ini sejalan dengan temuan Lubis dkk. (2025) dalam tabel di bawah berikut, bahwa tanda baca dalam media digital mengalami perluasan fungsi sebagai alat ekspresi dan gaya komunikasi yang mencerminkan dinamika bahasa dalam konteks daring tergantung dari platform yang digunakan.

Tabel 2 Fungsi Tanda Baca dalam platform media sosial

Tanda Baca	Instagram	Twitter	Facebook
Titik	Memperjelas akhiran: Tanda titik menciptakan penutup dalam kalimat.	Memberikan kejelasan: Membantu menyampaikan pengertian struktur dalam postingan yang ringkas.	Menunjukkan kelengkapan: Biasanya menandakan akhir dari pernyataan informatif.
Koma	Memberikan pemisahan: Digunakan untuk membagi elemen dan membuat aliran ide menjadi lebih jelas.	Memisahkan gagasan: Menawarkan kesederhanaan dan kemudahan dalam pemahaman.	Meningkatkan keterbacaan: Membantu pengaturan yang lebih baik untuk postingan yang kompleks



Tanda Seru	Menyampaikan kegembiraan: Membantu memikat perhatian pembaca dan meningkatkan keterlibatan.	Mengekspresikan antusiasme: Umum dalam interaksi yang emosional atau cepat.	Menimbulkan penekanan: Sering digunakan untuk menggarisbawahi semangat atau nada yang mendesak.
Tanda Tanya	Mendorong interaksi: Menciptakan rasa ingin tahu dan mendorong keterlibatan pengguna.	Mengundang tanggapan: Menantang pembaca untuk bereaksi atau merespon.	Merangsang rasa ingin tahu: Mendorong pengguna untuk berpikir atau memberikan pendapat mereka.

Selain keempat tanda baca yang terdapat pada tabel di atas, tanda hubung juga memiliki berbagai fungsi dalam penulisan (Putrayasa, 2014:37). Salah satunya adalah untuk menyambungkan awalan dengan bagian kata di belakangnya atau akhiran dengan bagian kata di depannya apabila terjadi pergantian baris. selain itu, tanda hubung juga digunakan untuk menghubungkan unsur-unsur dalam kata ulang, seperti pada contoh *anak-anak* atau *bersama-sama*. Dalam penulisan ejaan satu per satu, seperti *s-e-k-o-l-a-h* atau pada penulisan bagian-bagian tanggal, tanda hubung berfungsi sebagai penghubung antarkhuruf atau kata.

Tanda hubung juga dapat digunakan untuk memperjelas hubungan antar unsur dalam sebuah ungkapan, misalnya dalam membedakan *ber-evolusi* dan *ber-revolusi*. Selain itu, tanda hubung dipakai untuk merangkaikan bentuk *se-* dengan kata yang diawali huruf kapital, *ke-* dengan angka, angka dengan akhiran *-an*, serta singkatan huruf kapital dengan imbuhan atau kata lain, seperti pada *se-Indonesia* dan *1990-an*. Penggunaan tanda hubung juga mencakup penggabungan unsur bahasa Indonesia dengan unsur bahasa asing, contohnya *di-export* dan *me-recruit*.

Dalam penulisan bahasa Indonesia, penggunaan huruf kapital memiliki kaidah tersendiri yang harus diperhatikan untuk menjaga kejelasan dan ketepatan makna. Penggunaan huruf kapital atau huruf besar digunakan di awal kalimat petikan langsung, nama Tuhan dan kitab suci, gelar dan jabatan yang diikuti nama, nama



bangsa, suku, bahasa, waktu (tahun, bulan, hari, dan hari raya), peristiwa Sejarah, nama geografis, Lembaga resmi, dan dokumen negara. Selain itu, huruf kapital juga dipakai dalam judul karya (kecuali partikel non-awal), singkatan gelar atau sapaan (kecuali dokter), serta kata kekerabatan dan *Anda* jika berfungsi sebagai sapaan atau kata ganti orang (Putrayasa, 2014:21).

Menurut Urzedowska (dalam Miaskowska & Grudowska, 2023:65), huruf kapital juga digunakan untuk mengekspresikan emosi, menekankan bagian tertentu dari ujaran, serta memasukkan elemen komunikasi nonverbal ke dalam teks. Huruf kapital berperan sebagai pengganti isyarat nonverbal yang biasanya terlihat dalam komunikasi langsung, seperti perubahan intonasi atau ekspresi wajah. Kehadiran huruf kapital biasanya menjadi alternatif tanda seru yang sering kali diabaikan oleh pengguna (Miaskowska & Grudowska, 2023:65) dalam penulisan.

Pelafalan memberikan pengaruh besar terhadap bentuk tulisan suatu kata. Banyak bentuk kebahasaan yang berkembang karena eratnya hubungan antara ucapan dan penulisannya. Dengan kata lain, cara suatu kata diucapkan sering kali menentukan bagaimana kata tersebut akan dituliskan oleh penuturnya (Putrayasa, 2014:29).

Junus (2015) menyebut ortografis dalam komunikasi *daring* sebagai *ecrononciation*. *Ecrononciation* berasal dari bahasa Prancis yang merupakan penggabungan kata *ecrire* yang berarti menulis dan *pronunciation* berarti pelafalan. *Ecrononciation* mendeskripsikan tentang struktur kalimat pada penulisan kata yang memunculkan variasi bahasa dari perubahan linguistik yang terjadi. Junus menjelaskan bahwa variasi bahasa tersebut diantaranya adalah (1) zeroisasi yang terbagi menjadi apheresis atau penghilangan fonem awal pada kata (misalnya, *lumayan* menjadi *mayan*), sinkope atau penghilangan fonem tengah pada kata (misalnya, *kalau* menjadi *klo*) dan apocope atau penghilangan fonem akhir pada kata (*aku* menjadi *ak*), (2) diftongisasi (misalnya, *mau* menjadi *mo*), (3) penambahan 'k' pada bunyi glottal (misalnya, *pula* menjadi *pulak*), (4) perubahan grafi dari *u* menjadi *o* (misalnya,



mau menjadi *mao*), *i* menjadi *e* (misalnya, *sini* menjadi *sene*), *k* menjadi *gh* (misalnya, *ngantuk* menjadi *ngantogh*), *s* menjadi *z* (misalnya, *seram* menjadi *zerem*), dan *f* menjadi *p* (misalnya, *fokus* menjadi *pokus*), (5) perubahan leksikal (misalnya, *serius* menjadi *ciyus*), dan (6) abreviasi yang terdiri dari akronim (misalnya, *malas gerak* menjadi *mager*) dan penyingkatan reduplikasi (misalnya, *tiba-tiba* menjadi *tetiba*).

c. Fitur gramatikal

Crystal (2001:12) menuturkan bahwa fitur gramatikal atau tata bahasa mencakup permasalahan dalam lingkup sintaksis dan morfologi, yakni perbedaan dalam penggunaan struktur kalimat, urutan kata, dan infleksi kata. Misalnya, dalam bahasa Inggris mengenai agama menggunakan konstruksi vokatif yang tidak biasa (seperti “*O Lord, who knoweth...*”) dan memiliki kata ganti orang kedua tunggal (*thee, thou, thine*).

Menurut Crystal (dalam Ba’dulu & Herman, 2005:1), morfologi mempelajari pembentukan dan struktur kata dengan menelaah penggunaan morfem. Dalam praktiknya, morfologis menguraikan kata ke dalam unsur-unsur pembentuknya, seperti kata (*root*), imbuhan (*afiks*), atau bentuk dasar lainnya (Ba’dulu & Herman, 2005:2).

Morfologi sendiri dapat diklasifikasikan ke dalam dua bidang utama, yakni morfologi infleksional dan morfologi leksikal. Morfologi infleksional mempelajari bentuk-bentuk kata dalam kaitannya dengan fungsi gramatikal, sedangkan morfologi leksikal berkaitan dengan pembentukan kata baru. Rusmadji (dalam Ba’dulu & Herman, 2005:3) menambahkan bahwa tidak hanya mencakup kata sebagai satuan, melainkan juga bagian-bagian pembentuknya serta proses yang terjadi dalam pembentukan tersebut.

Pembentukan kosakata baru dapat terjadi melalui proses derivasi, yaitu proses yang melibatkan penambahan afiks pada bentuk dasar, baik itu akar kata (*root*), *stem*, atau *basis*. (Ba’dulu & Herman, 2005:21). Penambahan afiks ini disebut afiksasi yang mencakup tiga jenis, yaitu prefiksasi (penambahan awalan),



sufiksasi (penambahan akhiran), dan infiksasi (penyisipan afiks di tengah kata).

Selain derivasi, cara lain dalam membentuk kata baru adalah melalui pemajemukan, yaitu penggabungan dua kata atau lebih menjadi satu kesatuan leksikal (Ba'dulu & Herman, 2005:21). Kata majemuk dapat dikelompokkan berdasarkan kelas katanya, seperti nomina majemuk, verba majemuk, adjektiva majemuk. Dan adverbial majemuk. Misalnya, dalam nomina majemuk, unsur utama berupa nomina dikombinasikan dengan unsur lain seperti verba, namun keseluruhannya tetap berfungsi sebagai nomina dalam struktur kalimat.

Dalam proses pembentukan kata melalui derivasi maupun pemajemukan, sering kali terjadi perubahan pada bunyi (fonem) akibat pertemuan antara afiks dan kata dasar, atau antar unsur kata dalam pemajemukan. Perubahan bunyi tersebut dikenal sebagai proses morfofonologis yang mencerminkan interaksi antara unsur morfologis dan fonologis dalam sistem bahasa.

Menurut Samsuri (dalam Ba'dulu & Herman, 2005:30), ketika dua morfem berdekatan atau diucapkan secara berurutan, sering kali terjadi perubahan pada fonem yang bersinggungan. Perubahan tersebut merupakan hasil dari interaksi fonologis yang mencakup empat bentuk utama, yaitu (1) asimilasi, yaitu proses di mana bunyi menjadi serupa dengan bunyi di sekitarnya, (2) perubahan struktur silabel, yang melibatkan penyesuaian distribusi antara konsonan dan vocal dalam suatu kata, (3) pelemahan dan penguatan, yakni perubahan kekuatan bunyi tergantung pada posisinya dalam kata, serta (4) netralisasi, yaitu proses pelepasan atau peleburan bunyi dalam konteks fonologis tertentu.

Crystal ((Ba'dulu & Herman, 2005:43) menyatakan bahwa sintaksis merupakan cabang linguistik yang mempelajari aturan-aturan yang menentukan bagaimana kata-kata disusun untuk membentuk kalimat suatu bahasa. Kajian ini mencakup analisis struktur kalimat, hubungan antar unsur dalam struktur tersebut, serta prinsip-prinsip yang mengatur pengelompokan kata ke dalam satuan-satuan gramatikal seperti frasa atau klausa.



Kalimat dalam bahasa dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu kalimat inti dan kalimat turunan. Kalimat inti merupakan struktur dasar yang menjadi pondasi bagi pembentukan berbagai jenis kalimat lainnya, sedangkan kalimat turunan adalah bentuk kalimat yang dikembangkan dari kalimat inti (Ba'dulu & Herman, 2005:50).

Menurut Cook (Ba'dulu & Herman, 2005), kalimat inti memiliki lima karakteristik utama, yaitu bersifat sederhana, lengkap secara struktur, berbentuk pernyataan, berfungsi aktif, dan bermakna afirmatif. Apabila sebuah kalimat tidak memenuhi salah satu dari kelima ciri tersebut, maka tergolong sebagai kalimat turunan.

Kalimat turunan mencakup beberapa bentuk, seperti ((1) kalimat kompleks yang terdiri atas satu klausa bebas dan satu atau lebih klausa terikat dengan pola intonasi akhir tertentu, (2) kalimat majemuk yang menggabungkan dua atau lebih klausa bebas melalui konjungsi dan pola intonasi khas, (3) kalimat menyangkal yang terbentuk dengan menambahkan unsur negasi pada frasa verba dan ditandai dengan intonasi akhir yang menurun, (4) kalimat pertanyaan yang berasal dari kalimat inti dengan penambahan kata tanya atau partikel tertentu dan sering kali mengalami perubahan urutan kata serta pola intonasi tertentu, (5) kalimat imperative yang dibentuk dengan menghilangkan subjek (biasanya orang kedua), memiliki intonasi datar dan digunakan untuk menyampaikan perintah atau permintaan, dan (6) kalimat pasif yang menggunakan verba pasif atau afiks tertentu, seperti prefiks *di-* dalam bahasa Indonesia dengan struktur di mana objek dari kalimat inti menjadi subjek dalam bentuk pasif yang disertai pola intonasi akhir yang menurun.

d. Fitur leksikal

Kosakata dalam suatu bahasa merupakan kumpulan kata atau idiom yang digunakan secara khusus dalam variasi tertentu. Misalnya, bahasa Inggris hukum menggunakan istilah seperti *heretofore*, *usufruct*, dan *presumption*, serta frasa seperti *signed*, *sealed*, and *delivered*, dan ungkapan latin seperti *expost facto* (Crystal, 2001:8).



Isoformisme merupakan kondisi ketika para komunikan berasal dari latar budaya, status sosial, dan ideologi yang serupa sehingga mereka memiliki persepsi makna yang sama terhadap suatu ujaran. Penting untuk memilih kata-kata isoformisme atau kesamaan makna yang terbentuk dari pengalaman masa lalu yang serupa atau kesamaan dalam struktur kognitif antarkomunikan (Putrayasa, 2014:13).

Kata yang hanya mengacu pada makna konseptual atau makna dasar disebut bermakna denotatif, sementara makna konotatif merupakan makna tambahan atau makna yang muncul dari asosiasi tertentu terhadap makna dasar sebuah kata (Putrayasa, 2014:10). Tingkat kekhususan makna suatu kata juga memengaruhi kejelasan maknanya, semakin luas lingkup acuannya, semakin umum sifat kata tersebut, sedangkan semakin sempit acuannya, semakin khusus dan jelas maknanya (Putrayasa, 2014:11). Misalnya, kata *hewan* adalah kata umum yang tidak menunjukkan jenis hewan tertentu, sementara *harimau* adalah kata khusus yang secara jelas menunjukkan jenis hewan tertentu yakni karnivora besar bercorak belang.

Kata-kata seperti *besar*, *pindah*, *kecil*, *batu*, *waktu*, *jam*, dan *harga* termasuk dalam kelompok kata populer karena digunakan secara luas dalam komunikasi sehari-hari oleh berbagai lapisan masyarakat. Sebaliknya, kata-kata seperti *andal*, *minor*, dan *efisien* termasuk kata terbatas yang hanya dikenal dan digunakan dalam konteks atau kesempatan tertentu (Putrayasa, 2014:15).

Dalam percakapan informal, lazim digunakan kalimat yang bersifat santai dan komunikatif dengan memilih ragam kata yang mencerminkan kedekatan sosial antar penutur. Ragam kata tersebut mencakup kata-kata populer, istilah kajian, serta slang atau kata gaul yang bersifat tidak baku dan sementara.

Slang adalah bentuk bahasa yang digunakan secara khusus oleh kelompok tertentu dan tidak dimaksudkan untuk dipahami oleh orang luar karena bersifat rahasia atau hanya digunakan untuk komunitas kelompok tersebut dan sering kali berubah-ubah sehingga penggunaannya hanya bersifat sementara waktu saja



(Soeparno, 2013:51) seperti penggunaan bahasa prokem di kalangan remaja Jakarta sebelum tahun 80-an (Kridalaksana, 2008:225). Menurut Sugono (dalam Putrayasa, 2014:16), bahasa prokem merupakan salah satu bentuk bahasa kode yang berkembang di kalangan remaja dengan ciri khas perubahan bentuk kata, seperti *bapak* menjadi *bokap*, *dia* menjadi *doi*, dan *orang tua* menjadi *oher* yang menunjukkan kreativitas berbahasa dalam komunitas tertentu.

Ungkapan baru yang diciptakan secara sengaja untuk memberikan pembaruan makna atau sebagai ciri khas pribadi disebut dengan neologisme (Kridalaksana, 2008:162). Menurut Fjeld & Nygaard (dalam Tuquib & Bacus, 2024), neologisme lebih mengarah pada pembentukan kata baru yang lama kelamaan diterima oleh komunitas sebagai bagian dari kosakata yang sah, sementara neosemantik merujuk pada penciptaan makna baru terhadap kata yang sudah ada. Behera (dalam Tuquib & Bacus, 2024) juga menjelaskan bahwa kemunculan neologisme banyak dipengaruhi oleh media massa, internet, serta penyebaran dari mulut ke mulut, khususnya anak muda.

Bahasa yang digunakan dari tahun 1980 hingga 2020 mengalami perubahan secara berkelanjutan, seperti bahasa remaja masih banyak menggunakan kosakata baku pada decade 1980-1990 (Sulistiyarini & Prasetyo, 2024:39). Namun seiring waktu, penggunaan bahasa menjadi semakin sederhana, santai, dan menciptakan nuansa keakraban antara penutur dan lawan bicaranya.

Anak muda menjadi pelopor berbagai tren kebahasaan baru, salah satunya adalah penggunaan campur kode atau penggunaan dua bahasa bahkan lebih dalam komunikasi. Kata-kata seperti *guys*, *subscribe*, *like*, *follow*, *enjoy*, *comment*, *upload*, dan sebagainya merupakan contoh kata dari campur kode bahasa Inggris yang sering digunakan dalam ujaran kalimat oleh para Youtuber dan vlogger (Savitri, 2021:70). Campur kode lebih sering digunakan dalam situasi santai atau nonformal, sementara situasi nonformal penggunaannya cenderung jarang, kecuali jika tidak ada



padanan ungkapan yang tepat dalam bahasa yang digunakan pada saat itu (Nababan, 1993:32). Hal tersebut sejalan dengan karakteristik *netspeak* yang cenderung informal dan banyak digunakan oleh kalangan anak muda.

e. Fitur wacana

Menurut Crystal (2001:12) fitur wacana mencakup mengenai organisasi struktural sebuah teks yang mencakup elemen seperti koherensi, relevansi, struktur paragraf, dan perkembangan logis dari ide-ide. Misalnya, makalah jurnal dalam bahasa Inggris ilmiah biasanya terdiri dari urutan bagian tetap termasuk abstrak, pendahuluan, metodologi, hasil, diskusi, dan kesimpulan.

Rangkaian kalimat dikatakan membentuk struktur wacana apabila saling terhubung secara makna atau hubungan semantis antar kalimat yang menyatukannya secara emosional dan konseptual. Sebaliknya, apabila setiap kalimat berdiri sendiri tanpa saling terkait secara makna, rangkaian tersebut belum dapat digolongkan sebagai wacana yang utuh (Mulyana, 2020:37).

Keutuhan wacana secara menyeluruh dapat tercapai apabila terdapat keterkaitan yang erat antara dua elemen utama, yaitu teks dan konteks. Dalam hal ini, kohesi dan koherensi berperan sebagai aspek fundamental yang memastikan keterpaduan dan kesinambungan antar bagian dalam wacana (Mulyana, 2020).

Pemahaman terhadap bahasa tidak hanya bergantung pada arti kata secara individual, namun juga pada hubungan antar kata dalam suatu teks. Hubungan-hubungan tersebut memainkan peran penting dalam membentuk makna secara keseluruhan dan mempengaruhi bagaimana teks dipahami oleh pembacanya. Dalam konteks ini, koherensi merujuk pada hubungan konseptual antara teks dan kapasitas pembaca untuk memahami keterkaitan makna antar bagian dalam teks tersebut, sementara kohesi mencakup seluruh perangkat linguistik yang digunakan untuk menghubungkan satu bagian teks dengan bagian lainnya, (Sutherland, 2016:42).

Menurut Halliday dan Hassan (dalam Mulyana, 2020: 39), unsur-unsur kohesi dalam wacana terbagi menjadi kohesi



gramatikal dan kohesi leksikal. Kohesi gramatikal terdiri dari referensi (penunjukan), substitusi (penggantian), ellipsis (penghilangan/pelesapan), dan konjungsi (kata sambung), sementara kohesi leksikal meliputi reiterasi dan kolokasi. Kohesi leksikal terdiri dari repitisi (pengulangan), sinonim (persamaan), kolokasi (sanding kata), hiponim (hubungan bagian atau isi/generic spesifik), antonim (lawan kata), dan ekuivalensi (kesamaan/kesepadanan) (Mulyana, 2020:39).

Berbeda dengan kohesi, koherensi merujuk pada susunan fakta dan gagasan yang tersusun secara logis yang keterkaitannya terkadang dapat bersifat implisit karena berhubungan dengan aspek makna yang membutuhkan penafsiran (Mulyana, 2020:52). Kridalaksana menjelaskan bahwa koherensi dalam wacana sebenarnya merupakan hubungan semantik, yaitu keterkaitan makna antara bagian-bagian dalam wacana. Hubungan semantic ini meliputi beragam jenis relasi, seperti hubungan sebab-akibat, alat dan hasil, alasan dan akibat, sarana dan tujuan, latar belakang dan kesimpulan, kelonggaran dan hasil, syarat dan hasil, perbandingan, parafrasis (mengungkapkan ide dari again lain dengan cara lain), amplikatif (memperjelas bagian lainnya), hubungan aditif waktu (simultan dan beruntun), hubungan aditif non waktu, identifikasi, relasi umum-khusus, serta hubungan kiasan atau perumpamaan (Mulyana, 2020).

Komponen bahasa dari fitur-fitur linguistik yang meliputi fitur grafis, ortografis, gramatikal, leksial, dan wacana tersebut saling berinteraksi untuk menciptakan makna yang lebih luas, terkhusus pada variasi bahasa yang terdapat pada media digital. Dari kelima fitur di atas, Crystal (2001:9) menyebut bahwa dalam fitur gramatikal, leksikal dan wacana memainkan peran yang berbeda dalam semua variasi bahasa lisan, begitupun dalam variasi bahasa tertulis. Dalam perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam media digital, menjadikan *Netspeak* terus berkembang dan memunculkan istilah-istilah baru tercipta setiap saat.

Tong (2019:470) menjabarkan karakteristik pada *Netspeak*, diantaranya yaitu:



a. Inovatif

Mengacu pada memberi makna baru pada kata-kata yang sudah memiliki makna sebelumnya.

b. Ringkas

Netspeak yang ringkas dan sederhana dapat membantu menghemat waktu, seperti penggunaan emoji atau fitur simbol untuk menyampaikan maksud dan tujuan pembicaraan.

c. Fleksibel

Netspeak mejadikan setiap orang dapat menciptakan kata-kata baru di internet dan mudah disebarkan secara gratis sehingga mudah populer di berbagai kalangan usia dan penjuru dunia.

d. Humor

Penggunaan emotikon memberikan pola kata yang berbeda untuk berinteraksi dengan orang lain dan menunjukkan ekspresi atau emosi wajah untuk orang lain.

Menurut Junus (2015), terdapat variasi bahasa yang muncul dalam komunikasi daring, seperti perubahan leksikal (misalnya, *banget* menjadi *beud*), perubahan semantik (misalnya, kata *secara* dalam KBBI yang berarti *selaku* menjadi *sementara*), abreviasi (misalnya, *makan* menjadi *mkn*, *selamat* menjadi *slmt*), penggunaan lambang huruf (*x* berarti *-nya*, seperti *tanya* menjadi *tax*, *bukunya* menjadi *bukux*), penggunaan angka sebagai huruf (misalnya, *apa* menjadi *4p4*), ellipsis (misalnya, *saya pulang dulu yah* menjadi *pulang dulu ya*), onomatope atau peniruan bunyi tawa (misalnya, *heheh*, *hahah*, *ckckc*), dan *mixing code* (misalnya, besok *dresscodenya* apa?).

Fitur linguistik pada konteks *online* menunjukkan sebuah fitur yang unik sebab memiliki makna yang sama dengan standar penulisan tapi dalam bentuk yang berbeda. Fitur linguistik dari variasi bahasa internet atau bentuk komunikasi *online* diklasifikasikan oleh Hezili (2010:42) menjadi lima, diantaranya adalah fitur ortografis (abjad, huruf kapital, ejaan, dan tanda baca), fitur linguistik (kosa-kata informal, abreviasi), fitur gramatikal (urutan kata, struktur kalimat), fitur wacana (koheren dan kohesi), dan fitur terakhir yaitu paralinguistik dan grafis (penanda seperti huruf kapital dan pemborosan tanda baca). Dari kelima fitur tersebut, Hasan dan Muhayyang (2018:80) menambahkan bahwa



terdapat fitur lain, yaitu bentuk tawa yang dituliskan seperti *wkwkwk*, *hahaha*, dan *hehe*. Fitur-fitur tersebut membuktikan bahwa dalam internet, penggunaan bahasa berbeda dengan standar bahasa yang digunakan sehari-hari dan memiliki peluang untuk menambahkan varian bahasa baru.

4. Desain Komunikasi Visual

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan (penerima informasi). Menurut Aesthetika dkk (2023:9), proses komunikasi merupakan sebuah proses menyampaikan gagasan atau ide pikiran seseorang kepada orang lain dengan memanfaatkan simbol atau lambang sebagai media perantara. Dalam praktik komunikasi, bahasa linguistik cenderung diposisikan sebagai faktor penting, baik berupa verbal maupun nonverbal (Noviani, 2018:107). Selain bentuk komunikasi verbal dan nonverbal, terdapat pula jenis komunikasi lainnya seperti, komunikasi taktual atau penggunaan kulit sebagai media raba seperti huruf braile, komunikasi *olfactorial (gustatory)* atau penggunaan hidung sebagai media penciuman, komunikasi perilaku, komunikasi kinesika (gerakan), dan komunikasi visual (Aesthetika dkk., 2023:10).

Komunikasi visual menggunakan bahasa visual untuk menyampaikan pesan. Komunikasi visual dapat dilihat dalam sudut pandang linguistik dan teknologi informasi. Dalam lingkup linguistik, komunikasi visual berperan sebagai proses produksi dan interpretasi makna melalui bahasa (Aesthetika dkk., 2023:8). Unsur grafis dasar seperti tulisan, gambar, warna, garis dan lainnya menjadi ciri linguistik yang terdapat pada komunikasi visual. Bertin (dalam MacEachren dkk., 2012:2497) menyatakan bahwa unsur visual juga terdiri dari lokasi, ukuran, rona warna, nilai warna, butiran (*grain*), orientasi, dan bentuk. Pada unsur-unsur grafis tersebut memuat visualisasi yang memuat makna tertentu.

Desain komunikasi visual terbagi menjadi beberapa macam, yaitu ilustrasi, fotografi, tipografi, 3 dimensi, multimedia, *Audio Visual Instruction (AVI)* atau elektronik media, *computer graphic*, animasi, periklanan, percetakan/penerbitan, desain identitas, dan lain-lain.



Setiap jenis desain komunikasi visual memiliki kareakteristik dan fungsi khusus yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan untuk menyampaikan pesan secara optimal.

Dalam komunikasi visual, estetika menjadi unsur utama yang membangun kesamaan makna dari pengirim pesan dan penerima pesan. Estetika memuat keseimbangan antara objek atau produk visual, kreator visual (ideologi, latar belakang, dan kompetensi), dan penerima dari produk visual tersebut (kesesuaian makna) (Aesthetika dkk., 2023:8). Dengan memadukan seni dan teknologi, penggunaan komponen seperti gambar dan tulisan menjadi alat dari para desainer atau pelaku komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Pemaknaan pesan yang diterima oleh audiens akan memiliki berbagai macam respon tergantung dari pengetahuan dan pengalaman dari penerima visual tersebut.

a. Unsur Dasar Desain Visual

Desainer memiliki tanggung jawab untuk merancang desain yang mampu menyajikan informasi secara menarik, mudah dibaca, diaskes, dan dipahami (Monica, 2010:468). Pemilihan tipografi, pengaturan tata letak teks, serta warna huruf memiliki peran penting dalam proses penciptaan dan penyampaian makna (Noviani, 2018:107). Elemen-elemen dasar dalam desain terdiri dari titik, garis, bentuk (*shape*), tekstur, ruang dan warna. Elemen-elemen tersebut merupakan unsur dasar atau pondasi dari pembuatan sebuah desain visual (Aesthetika dkk., 2023).

1) Titik

Titik merupakan elemen visual berukuran kecil dengan dimensi yang dapat memanjang atau melebar. Meskipun sering dianggap sederhana, titik dapat digunakan dalam kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan tingkat kepadatan tertentu untuk menciptakan efek visual.

2) Garis

Garis adalah elemen desain yang terbentuk dari hubungan antara dua titik. Garis dapat berupa lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*) dan berfungsi untuk menciptakan keteraturan, mengarahkan pandangan, memberikan kesan gerak, serta



menyampaikan karakter tertentu. Garis sering diaplikasikan dalam pembuatan grafik atau bagan. Garis tak terlihat dalam desain sering berfungsi sebagai *grid*, yakni alat yang membantu menciptakan keteraturan dan kerapian dalam menyusun berbagai elemen, seperti baris teks atau paragraf agar selaras dengan elemen visual lainnya (Monica, 2010).

3) Bentuk

Bentuk (*shape*) adalah elemen visual dengan dimensi panjang dan lebar. Berdasarkan bentuknya, *shape* terbagi menjadi dua kategori, yaitu geometris (beraturan) dan non-geometris (tidak beraturan).

4) Tekstur

Tekstur merujuk pada tampilan atau rasa permukaan yang dapat dinilai secara visual atau dengan sentuhan.

5) Ruang

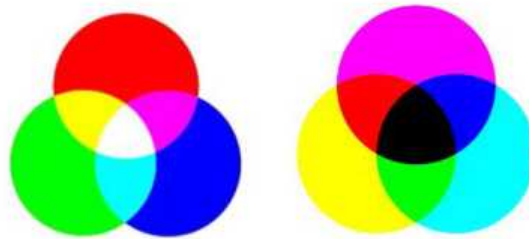
Ruang merupakan jarak yang memisahkan atau menghubungkan elemen-elemen dalam sebuah tata letak. Ruang digunakan untuk menciptakan keseimbangan dan keteraturan antara elemen visual.

6) Warna

Warna adalah elemen dalam komunikasi visual yang memiliki peran penting. Warna berperan dalam menarik minat dan perhatian pengguna, membuat mereka bertahan membaca dan menyampaikan pesan dari suatu desain (Monica, 2010:461). Warna terbagi menjadi dua kategori, yaitu *Red, Green, Blue* (RGB) atau warna additif, yaitu warna yang dihasilkan oleh cahaya dan *Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black* (CMYK) atau warna substraktif, yaitu warna yang dihasilkan oleh tinta atau cat. Gambar yang ditampilkan dalam mode RGB memiliki rentang warna yang lebih luas dan dapat menghasilkan warna-warna yang cerah dan intens sehingga umumnya digunakan pada media elektronik, seperti monitor computer, layar gawai dan layar televisi. Sementara mode warna CMYK lebih terbatas dibandingkan RGB karena campuran pigmen tidak bisa mencapai intensitas warna yang dengan cahaya



sehingga umumnya digunakan dalam produksi cetak, seperti majalah (Arifin, 2023).



Gambar 2 warna RGB (kiri) dan warna CMYK (kanan)

Warna juga dibagi menjadi kategori warna hangat dan warna dingin (Monica, 2010:462). Warna hangat mencakup merah, kuning, oranye, merah muda, coklat, dan merah keunguan. Warna ini memberikan kesan dinamis, menonjol, dan dominan sehingga sering digunakan sebagai elemen penekanan dalam desain jika dikombinasikan dengan warna dingin. Sementara itu, warna dingin meliputi hijau, biru, ungu, dan turunannya. Ungu yang kebiruan termasuk warna dingin, sedangkan ungu kemerahan termasuk warna hangat. Warna dingin menciptakan kesan tenang dan menenangkan, serta sering digunakan sebagai latar belakang dalam desain situs karena memberikan efek luas pada bidang visual.

Lebih lanjut, Monica (2010:462) menyatakan bahwa dalam memilih warna latar belakang, perlu mempertimbangkan efek visual yang dihasilkan, tingkat kecerahan warna, serta kesesuaian dengan elemen visual lain seperti teks, simbol, gambar atau logo. Karena suatu halaman desain mencakup berbagai elemen sehingga penting untuk memastikan tingkat kontras yang cukup agar semua elemen terlihat jelas. Sebagai contoh, teks berwarna merah tampak cerah dengan latar belakang hitam, putih, atau kuning, tetapi terlihat kurang menarik jika dipadukan dengan latar belakang oranye, hijau, atau biru.





Gambar 3 Penggunaan warna sebagai latar belakang

Menurut Setiawan dan Kartono (2021:322), warna merupakan elemen dalam desain visual yang tidak hanya menciptakan keindahan visual, tetapi juga membangun persepsi psikologis yang memunculkan sugesti dan menciptakan suasana tertentu. sebagai elemen yang sangat kuat dalam merangsang indra penglihatan, warna memiliki kemampuan untuk membangkitkan berbagai emosi, seperti kegembiraan, kesedihan, hingga mempengaruhi suasana hati dan semangat seseorang.

Dalam psikologi warna, setiap warna memiliki efek psikologis tertentu yang memengaruhi persepsi dan emosi sehingga sering digunakan secara strategis dalam desain. Misalnya warna merah mencerminkan energi, kekuatan, dan dominasi, tetapi juga dapat terasa agresif. Sebaliknya, merah muda memberikan kesan lembut, manis, dan penuh perhatian. Ungu menghadirkan nuansa menarik, mistis, dan sensual, namun bisa terasa suram dan menggelishkan. Biru melambangkan kontrol, harmoni, dan intelektualitas, meskipun sering terasa dingin dan melankolis. Warna hijau kebiruan memancarkan kesegaran dan sterilitas, sementara hijau muda terasa menggairahkan meski memiliki kesan beracun. Hijau memberikan aura natural, damai, dan optimis. Kuning menciptakan suasana ceria, muda, dan hidup tetapi kadang



terasa dangkal. Oranye membawa kesan hangatm komunikatif, dan penuh semangat, meski dapat bersifat intimidatif. Merah tua memancarkan kesan anggun dan berkelas, sementara hitam identik dengan elegansi, keseriusan, dan kesedihan. Abu-abu sebagai warna netral, sering dianggap kosong dan kurang bersemangat. Setiap warna membawa karakteristik unik yang dapat digunakan untuk menciptakan efek visual dan emosional sesuai dalam desain.

b. Tipografi

Selain elemen-elemen yang telah disebutkan sebelumnya, salah satu elemen penting lainnya dalam desain adalah tipografi. Tipografi adalah seni dan teknik dalam pengaturan huruf yang bertujuan untuk membuat teks tidak hanya mudah dibaca, tetapi juga menarik secara visual. Dalam praktik desain, tipografi melibatkan jenis huruf atau *typeface*, ukuran, pengaturan jarak antar huruf atau *kerning*, jarak antar baris atau *leading*, serta tata letak elemen teks lainnya. Berdasarkan situs web *Design is History*, klasifikasi dasar dari jenis huruf meliputi *calligraphic*, *blackletter*, *serif*, *sans serif*, *script*, *pixel*, dan *decoration*.

Calligraphic merupakan jenis huruf yang berasal dari seni kaligrafi dan pengembangan *font* berdasarkan teknik produksinya. Jenis huruf ini terbagi menjadi tiga kategori utama, yaitu Chancery, Etruscan, dan Uncial. Huruf Chancery memiliki ciri khas berupa bentuk huruf yang sempit dengan kemiringan halus, yang memberikan pengaruh besar terhadap pengembangan huruf miring berserif. Sementara itu, huruf Etruscan tidak menggunakan huruf kecil dan didasarkan pada bentuk awal kaligrafi romawi, di mana kuas digunakan pada sudut yang tajam untuk menghasilkan karakter huruf. Berbeda dengan keduanya, huruf Uncial dibuat dengan kuas yang diposisikan mendatar, menghasilkan bentuk huruf yang unik tanpa pembagian antara huruf besar dan kecil.

Zapf Chancery
Italic

Gambar 4 Contoh typeface calligraphic



Tipografi *blackletter* merupakan gaya huruf kaligrafi yang mendapat popularitas besar di Jerman, meskipun penggunaannya tersebar luas di seluruh Eropa sejak abad pertengahan hingga masa renaisans. Gaya ini dikenal karena tampilannya yang dekoratif dengan variasi yang sering kali mencerminkan karakteristik daerah tempat pengembangannya. *Blackletter* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis utama, yaitu Textura, Schwabacher, Cursiva, dan Fraktur. Textura memiliki kaitan erat dengan gaya kaligrafi tradisional dan sering menampilkan banyak ligature. Schwabacher menggunakan goresan bulat 'o', sering kali memiliki bentuk yang menyerupai lingkaran penuh. Cursival memiliki hubungan kuat dengan gaya tulis kursif, ditandai oleh penurun (*descender*) dan penaik (*ascender*) yang lebih sering muncul. Sementara itu, Fraktur adalah bentuk *blackletter* yang ditandai dengan goresan patah-patah yang khas dan paling umum digunakan.



Gambar 5 Contoh typeface blackletter

Tipografi *Serif* memiliki ciri khas berupa proyeksi atau sentuhan tambahan pada ujung goresan huruf yang disebut serif. Serif gaya *old style* atau *humanist* yang berkembang pada abad ke-15 dan ke-16, dikenal dengan kontras goresan yang rendah dan serif yang miring. Salah satu contohnya adalah Garamond. *Transisional* yang menjadi penghubung antara *old style* dan *modern*, memiliki sumbu yang lebih vertikal serta serif yang lebih tajam dibandingkan dengan gaya humanis, seperti yang dapat dilihat pada Baskerville. Sementara itu, *modern* berkembang pada akhir pada ke-18 dan awal abad ke-19, membawa perubahan radikal dengan kontras goresan yang tinggi, serif yang lurus, dan sumbu vertikal yang tegak. Bodoni adalah contoh tipe huruf *modern*. Terakhir, tipe huruf *Egyptian* atau *slab-serif* memiliki serif yang tebal dan digunakan untuk tujuan dekoratif atau sebagai judul karena serif yang berat ini



dapat mengganggu keterbacaan pada ukuran huruf yang kecil, yang salah contohnya dapat dilihat pada huruf Rockwell.

Garamond Baskerville
Bodoni Rockwell

Gambar 6 Contoh typeface serif

Sementara itu, tipografi *Sans-Serif* tidak memiliki tambahan proyeksi atau serif di ujung goresan bentuk hurufnya. Jenis *sans-serif* memiliki berbagai macam, seperti Humanist, Transisi, dan Geometris. Ciri khas Humanist mencakup proporsi yang terinspirasi oleh jenis huruf gaya lama atau *old style*, goresan terbuka, serta kontras goresan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan jenis huruf sans-serif lainnya, contoh hurufnya yaitu Gill Sans. Transisi memiliki karakteristik yang mirip dengan jenis huruf transisional dengan sumbu yang lebih tegak dan goresan yang lebih seragam dan contoh hurufnya adalah Helvetica. Selanjutnya, Geometris merupakan jenis huruf sans-serif yang didasarkan pada bentuk geometris dengan beberapa huruf, seperti huruf kecil 'o' berbentuk geometris yang sempurna yang contohnya dapat dilihat pada huruf Futura.

Gill Sans Helvetica Futura

Gambar 7 Contoh typeface sans-serif

Jenis huruf *script* terinspirasi dari bentuk yang dihasilkan oleh kuas atau pena fleksibel, dengan goresan bervariasi yang menyerupai tulisan tangan. Tipe huruf ini memiliki berbagai klasifikasi, seperti Brush Script, English Roundhand, dan Rationalized Script, tetapi secara umum dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yaitu Formal Script dan Casual Script. Formal Script berasal dari gaya tulisan tangan para ahli abad ke-17 dan ke-18, seperti George Bickham, George Shelley, dan George Snell yang menunjukkan kesan elegan dan terstruktur. Di sisi lain, Casual Script muncul pada abad ke-20 sebagai hasil perkembangan teknologi pengaturan jenis foto dengan karakter



yang lebih bebas dan tidak konsisten menyerupai efek pena basah dibandingkan ujung pena.

Bickham Script

Gambar 8 Contoh typeface script

Tipografi *pixel* muncul seiring dengan perkembangan computer dengan mengadaptasi formal tampilan piksel pada layar. Jenis huruf ini dirancang menggunakan susunan piksel dan sering disebut sebagai *font* Bitmap yang biasanya dibuat untuk ukuran tertentu saja. Banyak penyedia tipografi menawarkan koleksi *font* Bitmap, sementara beberapa seperti Font for Flash, secara khusus fokus pada pembuatan jenis huruf ini.

FFF Urban

Gambar 9 Contoh typeface pixel

Meskipun jenis huruf *serif* dan *sans-serif* umumnya cocok digunakan untuk teks, ada banyak jenis huruf yang menjadi kurang terbaca jika digunakan pada ukuran kecil. Maka dari itu, jenis huruf *decorative* biasanya dirancang dengan tujuan khusus dan lebih sesuai untuk digunakan dalam ukuran besar, seperti pada judul beritam poster, atau papan reklame. Kategori *decorative* memiliki klasifikasi yang lebih sedikit dan mencakup berbagai gaya huruf yang beragam dalam satu kelompok besar.

CUBA

Gambar 10 Contoh typeface decorative

Monica (2010:464) mengemukakan bahwa keterbacaan teks sangat dipengaruhi oleh ukuran huruf yang digunakan. Aturan pemilihan ukuran huruf untuk layar computer berbeda dengan media cetak karena cahaya dari layar komputer cenderung membuat mata cepat lelah. Oleh karena itu, huruf yang digunakan di layar sebaiknya tidak terlalu kecil. Huruf yang terlalu kecil pada



desain layar elektronik dapat menyebabkan efek bayangan sehingga mengurangi tingkat keterbacaannya. Untuk media cetak, ukuran huruf minimum yang masih dapat dibaca dengan nyaman adalah 8 poin, sedangkan untuk layar komputer ukuran minimum yang disarankan adalah 10 poin. Judul umumnya menggunakan ukuran 14-18 poin, sementara subjudul biasanya berukuran 12-14 poin.

Pengolahan kreativitas dalam desain komunikasi visual bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip komunikasi visual dan cara menerapkannya secara efektif. Proses ini mencakup analisis dan pemanfaatan elemen visual sebagai alat komunikasi, penerapan prinsip-prinsip pada berbagai media, dan eksplorasi proses kreatif untuk menghasilkan ide-ide inovatif. Selain itu, fokus lainnya juga terdapat pada penggabungan elemen-elemen seperti tipografi, fotografi, dan komponen visual lainnya untuk menciptakan karya yang mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik secara visual.

c. Prinsip Dasar Desain

Merancang atau mendesain adalah proses mengatur pengalaman visual dan emosional dengan mempertimbangkan elemen-elemen serta prinsip-prinsip desain yang kemudian diwujudkan dalam sebuah komposisi yang harmonis dan terstruktur (Widya & Darmawan, 2016:37). Komposisi merupakan hasil dari penggabungan berbagai elemen menjadi satu kesatuan yang selaras.

Prinsip dasar desain menjadi panduan penting dalam proses merancang, memastikan bahwa elemen-elemen visual dapat bekerja sama untuk mencapai hasil yang optimal baik secara estetis maupun fungsional. Dengan memahami prinsip-prinsip tersebut, desainer dapat menciptakan karya yang tidak hanya indah tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiensnya.

Menurut (Rustan, 2009:74) terdapat empat elemen dasar pada desain layout, yaitu *sequence*, *emphasis*, *balance*, dan *unity*.

1) *Sequence*

Sequence (urutan) merupakan struktur bagaimana elemen disusun secara logis. *Sequence* juga dikenal dengan istilah



hierarki, *flow*, atau aliran. *Sequence* adalah susunan elemen-elemen dalam desain yang diatur secara logis untuk memandu alur perhatian audiens. Elemen disusun berdasarkan tingkat kepentingan atau prioritas informasi. Misalnya judul utama lebih menonjol dibandingkan subjudul atau isi teks. *Sequence* bertujuan untuk memastikan bahwa setiap elemen informasi tidak disajikan dengan kekuatan yang sama. Audiens secara alami akan mengikuti urutan pandangan yang telah dirancang oleh desainer.

2) *Emphasis*

Emphasis (penekanan) merupakan *point of interest* atau *vocal point* dari suatu desain. *Emphasis* dalam desain visual dapat dicapai melalui berbagai metode yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens terhadap elemen tertentu. Pertama, elemen dapat diberikan ukuran yang secara signifikan lebih besar dibandingkan dengan elemen lainnya pada tata letak halaman. Kedua, penggunaan warna yang kontras dengan latar belakang maupun elemen sekitarnya menjadi cara efektif untuk menciptakan daya tarik visual. Ketiga, elemen yang ingin ditekankan dapat ditempatkan pada posisi strategis, seperti area kiri atas yang merupakan titik fokus awal berdasarkan kebiasaan umum membaca dari atas ke bawah dan dari kiri ke kanan. Keempat, variasi bentuk atau gaya dapat diterapkan sehingga elemen tersebut tampak berbeda dari elemen-elemen lain di sekitarnya.

Elemen-elemen tertentu seperti *signature/mandatories* kemungkinan memiliki ukuran kecil dan warna yang tidak mencolok, tetapi tetap menjadi bagian penting dalam menyampaikan informasi utama suatu desain. Strategi penekanan ini bertujuan untuk menciptakan *sequence* yang jelas sehingga pesan dapat tersampaikan secara efektif dan terstruktur kepada audiens berdasarkan tingkat kepentingannya.

3) *Balance*

Balance (keseimbangan) adalah pembagian sisi secara proporsional pada suatu bidang tata letak halaman desain



visual yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan. Keseimbangan yang dimaksud tidak berarti seluruh bidang harus diisi dengan elemen, melainkan berfokus pada menciptakan kesan harmonis dengan menempatkan elemen-elemen yang diperlukan pada posisi yang tepat. Selain penempatan, keseimbangan juga dipengaruhi oleh faktor seperti ukuran, arah, warna, dan elemen lainnya. Terdapat dua jenis *balance* dalam desain, yaitu keseimbangan yang simetris (*symmetrical lance/formal balance*) dan keseimbangan tidak simetris (*asymmetrical balance/informal balance*).

Keseimbangan simetris adalah membagi bidang secara merata dalam proporsi yang sama, baik secara horizontal, vertikal, maupun diagonal. Sebaliknya, keseimbangan asimetris melibatkan pembagian bidang dengan proporsi yang berbeda antara satu sisi dan sisi lainnya.

4) *Unity*

Unity (kesatuan) mengacu pada prinsip kesatuan antara elemen-elemen desain, seperti teks, gambar, warna, ukuran, posisi, *style*, dan elemen lainnya. Semua elemen tersebut harus saling terhubung dan diatur secara harmonis. Kesatuan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek visual, tetapi juga mencakup keterpaduan antara elemen-elemen fisik yang terlihat dan pesan yang ingin disampaikan melalui suatu konsep desain.

Lebih lanjut, Julianto (2011:1429) merangkum tujuh buku mengenai prinsip-prinsip pada desain grafis dan menemukan empat prinsip utama, yaitu *rhythm* (irama), *depth* (kedalaman), *balance* (keseimbangan), dan *unity* (kesatuan), serta *emphasis* (penekanan) yang menjadi tambahan dalam penerapannya. Nasrullah (2021:112) mengemukakan bahwa aspek visual dalam sebuah konten sebaiknya mencakup beberapa elemen penting. Pertama, pemilihan *font* atau jenis huruf harus dilakukan dengan bijak, idealnya tidak lebih dari tiga jenis huruf atau *typeface* untuk menjaga konsistensi dan keterbacaan. Kedua, logo lembaga perlu ditempatkan secara konsisten pada setiap materi agar mudah dikenali. Ketiga, informasi identitas lembaga seperti akun media sosial, alamat email, atau nomor kontak, sebaiknya



disertakan untuk memudahkan audiens berinteraksi. Terakhir, penggunaan warna perlu disesuaikan dengan karakteristik atau ciri khas institusi untuk memperkuat identitas visual.

5. Instagram

Instagram adalah wadah digital media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, serta melakukan interaksi dengan pengguna lainnya melalui fitur suka, komentar, dan pesan langsung. Instagram diluncurkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dengan nama *Instagram* yang berasal dari kata *instan* yang mengacu pada foto instan yang dahulu dikaitkan dengan kamera polaroid (Purba dkk., 2021:7). Istilah instagram sering juga diistilahkan dengan akronim *IG*. Instagram menjadi salah satu wadah digital media sosial dengan jutaan pengguna yang aktif setiap harinya. Dengan berbagai fitur yang menarik dan mudah diakses oleh pengguna, menjadikan instagram banyak digunakan sebagai marketing untuk produk perusahaan atau bahkan mempromosikan diri pengguna, membangun *personal branding*, dan berinteraksi dengan pengikut pengguna.

Pada tahun 2017, instagram meluncurkan fitur *story* atau cerita yang dirancang dengan tampilan vertikal agar sesuai dengan ukuran gawai dan tampilan selama 24 jam dengan tujuan untuk memberi tahu orang lain secara instan tentang kehidupan seseorang yang dibagikan dalam bentuk cerita yang disebut sebagai *instastory* (Menon, 2022:1) yang merupakan singkatan dari *instagram story*. Setelah 24 jam, tampilan cerita akan hilang secara otomatis. Hal ini yang menjadi daya ketertarikan pengguna terhadap cerita pendek yang telah dibuktikan pada penelitian Omar dan Dequan (2020); Scherr dan Wang (2021); Yoon dkk (2021) (dalam Menon, 2022:1).

Instastory merupakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk dapat mengunggah foto atau video pendek yang disajikan dalam format cerita yang bersifat sementara. Cerita yang dibagikan melalui *instastory* akan tampil di bagian atas *feed* (beranda) pengikut pengguna dengan durasi tayang selama 24 jam yang kemudian akan secara otomatis menghilang. *Instastory* memberikan kemampuan bagi pengguna untuk berbagi elemen kreatif seperti teks, stiker, emoji, dan gambar yang bisa diubah sepanjang waktu. *Instastory* juga mendukung penggunaan



berbagai filter khusus secara opsi untuk membagikan cerita yang dapat dibagikan kepada pengikut tertentu atau secara publik. Melalui *instastory*, pengguna difasilitasi untuk membagikan momen mereka secara langsung dengan pengikut mereka. *Instastory* juga memungkinkan pengguna dapat menambahkan lokasi, menandai teman (*tags*), stiker dan bahkan membuat polling (Kusyanti dkk., 2019:757).

Motif penggunaan instagram yaitu untuk memperoleh dukungan penampilan, keinginan untuk memperkuat hubungan dengan teman sebaya, dan mencari hiburan serta informasi (Dewi & Sari, 2022:259). Selain itu, komunikasi melalui media sosial seperti instagram dapat meningkatkan koneksi sosial, pencapaian akademik, dan kesejahteraan emosional, namun juga berpotensi memperkenalkan resiko kekerasan seperti perundungan dan bentuk kekerasan lainnya (Tupamahu dkk., 2023:682).

Penelitian Yuliani dkk. (2020:111) mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan bahasa di media sosial instagram, diantaranya yaitu:

- a. Aktif dan berorientasi pada tujuan saat menggunakan media sosial
- b. Media sosial digunakan untuk memenuhi kebutuhan hiburan
- c. Media sosial bersaing dengan pilihan hiburan lainnya
- d. Pengguna memiliki minat, dan alasan khusus menggunakan media sosial
- e. Pengguna dapat membuat penilaian terhadap konten pada media sosial.

Dalam sudut pandang sociolinguistik juga menunjukkan antara perempuan dan laki-laki memiliki perbedaan dalam komunikasi digital. Baik dari segi perspektif, penggunaan bahasa, karakteristik personal dan cara berpikir antara keduanya. Hal tersebut tercermin dari bahasa, karakter, identitas, serta cara mereka membuat caption dalam media sosial instagram (Butler; Bullingham & Vascocelos; Noel, dkk.; Idemudia dkk. dalam Yuliani dkk., 2020:110). Selain dari faktor gender, variasi penggunaan bahasa juga dipengaruhi oleh usia. Sebagaimana remaja di instagram lebih cenderung menggunakan gaya bahasa yang



kasual karena kurang terikat oleh aturan tata bahasa dan menggunakan kalimat yang sederhana (Purba dkk., 2021:9). Pemilihan gaya bahasa tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti orang, tempat, waktu, dan objek pembicaraan pada instagram.

Beberapa fungsi bahasa di internet seperti instagram adalah untuk memfasilitasi komunikasi, memungkinkan pengguna berinteraksi dengan orang lain, serta menyampaikan gagasan, ide, dan emosi mereka (Crystal, 2001:19). Keterlibatan individu dengan bahasa pada internet menciptakan keanekaragaman dan variasi linguistik, membentuk cara masyarakat berkomunikasi dan mengekspresikan diri di dunia digital sehingga memungkinkan terjadinya evolusi bahasa yang berkelanjutan.

Terdapat salah satu fitur pada Instagram yang disebut sebagai *instagram story* yang juga dikenal sebagai *instastory*. *Instastory* merupakan fitur pada instagram yang memfasilitasi penggunaanya dalam membuat cerita singkat yang kreatif dan interaktif selama 24 jam. Dalam *instastory*, pengguna dapat menambahkan berbagai filter visual untuk memodifikasi tampilan foto atau video mereka. Selain itu elemen-elemen fitur seperti penambahan teks dengan gaya dan warna yang bervariasi, stiker yang beragam, pencantuman tagar dan lokasi, fitur *polling*, pertanyaan, penambahan musik latar belakang, pilihan *swipe up* untuk menambahkan tautan eksternal ke situs web atau konten lainnya, dan berbagai elemen fitur lainnya. Hal tersebut menjadikan *instastory* sebagai fitur pada instagram yang variatif dalam mengekspresikan diri dengan cara yang inovatif dan berinteraksi secara dinamis dengan pengguna lainnya di instagram.

Pada *instastory*, pengguna juga dapat menemukan dan mengakses filter yang sesuai dengan keinginannya yang dibuat oleh kreator filter. Filter dibuat oleh para kreator instagram yang memiliki keahlian dalam dunia desain dan fotografi. Filter awalnya terinspirasi dari gaya-gaya pengambilan gambar dari merek-merek terkenal seperti kamera SLR untuk mempercantik hasil foto. Namun, seiring berjalannya waktu filter semakin berkembang dengan kreativitas para kreator yang membuat filter dengan berbagai variasi seperti penambahan kutipan, musik, stiker, dan fitur kreatif lainnya. Filter instagram yang banyak digunakan



saat ini oleh komunitas instagram ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pengguna untuk dapat membuat postingan menjadi lebih indah sebelum diunggah atau ditampilkan ke publik. Sebagaimana filter instagram dalam perkembangannya terus mengalami peningkatan kualitas.

Baik kreator maupun pengguna filter *instastory*, mereka menyampaikan perasaan masing-masing melalui filter *instastory* yang mereka buat atau gunakan (Nisak & Muyassaroh, 2022:108). Kreator filter mengkespresikan emosinya melalui filter yang mereka buat. Kemudian filter tersebut digunakan oleh pengguna instagram karena dapat merasakan emosi dan pesan yang disampaikan dari filter tersebut.

Terdapat filter *instastory* yang disebut sebagai filter *jedag-jedug*. Fenomena *jedag-jedug* yang muncul belakangan ini merujuk kepada pembuatan konten foto dan video di media sosial yang disertai dengan iringan musik berirama cepat. Istilah *jedag-jedug* berasal dari penggunaan iringan musik pada fitur filter dengan ritme dan tempo yang cepat. Jenis genre musik tersebut merupakan kategori musik elektronik lokal dengan tempo musik yang cepat (Sarinastiti, 2023:2) dan elemen musik yang melekat dengan pesta meskipun terkadang liriknya mengandung tema sedih (Saputra, 2020:10). Genre musik tersebut disebut sebagai aliran genre musik *funky* kota (funkot) atau dikenal juga dengan istilah *Electronic Dance Music (EDM) remix*. Dari fenomena tersebut menghasilkan ide kreasi terhadap kreator filter yang disebut sebagai filter *jeda-jedug* pada *instastory*. Filter *jedag-jedug* mengandung musik *jedag-jedug* dan biasanya disertai kutipan teks pada fitur filternya. Fenomena tersebut menunjukkan bagaimana tren digital dan kreativitas pengguna media sosial dapat memengaruhi cara orang berinteraksi dan berbagi konten secara *online*.



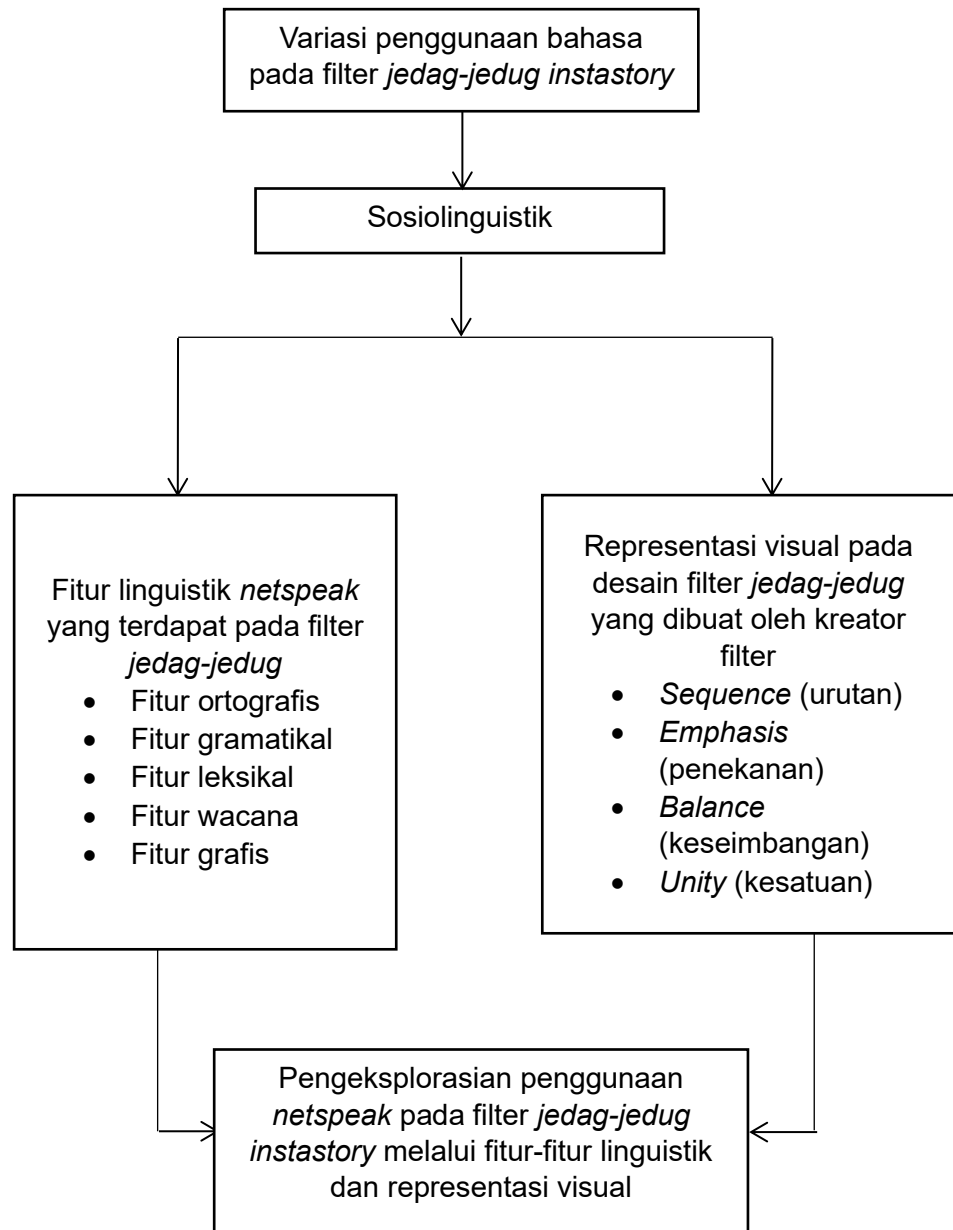
C. Kerangka Pikir

Penggunaan media sosial yang semakin kreatif dan berkembang, baik dalam berkomunikasi maupun mengekspresikan diri melalui konten yang diposting memunculkan fenomena penggunaan variasi bahasa, salah satunya pada filter *instastory* yang dibuat oleh kreator filter. Penelitian ini akan menyoroti tren penggunaan filter *jedag-jedug* pada *instastory* yang dibuat oleh kreator filter. Pada filter *instastory* yang dibuat oleh kreator menggunakan berbagai variasi bahasa dapat ditinjau dari beberapa sudut pandang, namun pada penelitian ini akan menggunakan teori *Netspeak* oleh David Crystal mengenai fitur-fitur linguistik pada bahasa internet dan prinsip-prinsip desain visual yang dicetuskan oleh Surianto Rustan.

Teori *Netspeak* tersebut menggunakan lima indikator untuk menganalisis data, yaitu fitur grafis, fitur ortografis, fitur gramatikal, fitur leksikal, dan fitur wacana. Sementara prinsip-prinsip desain visual pada filter *instastory*, berfokus pada indikator *sequence* (urutan), *emphasis* (penekanan), *balance* (keseimbangan), dan *unity* (kesatuan).



Bagan Kerangka Pikir



D. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan beberapa istilah penting yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Netspeak* adalah gaya bahasa yang digunakan dalam komunikasi internet, seperti singkatan, emotikon, atau istilah-istilah yang diciptakan oleh komunitas *online* dan lain sebagainya.
- b. Fitur linguistik merujuk pada elemen-elemen kebahasaan yang digunakan dalam bahasa *netspeak* yang mencakup ortografis (bentuk tulisan dan penulisan), gramatikal (bentuk kata dan struktur kalimat), leksikal (leksikon dan pilihan kata), wacana, dan grafis (warna dan bentuk huruf) dari teks yang digunakan.
- c. Ortografis merujuk pada elemen penulisan khas yang digunakan, seperti huruf kapital, ejaan dan tanda baca.
- d. Gramatikal merujuk pada elemen yang berkaitan dengan tata bahasa, termasuk bentuk kata dan struktur kalimat.
- e. Leksikal merujuk pada elemen yang berkaitan dengan pilihan kata yang digunakan dalam teks kata atau kalimat.
- f. Wacana merujuk pada elemen yang membentuk keterpaduan makna antar kalimat atau bagian dalam teks kalimat.
- g. Grafis merujuk pada elemen visual yang melibatkan tampilan teks yang berfungsi sebagai estetika penulisan.
- h. Prinsip desain visual adalah pedoman estetika dalam menyusun tampilan visual agar pesan lebih efektif dan menarik.
- i. *Sequence* merujuk pada alur atau rangkaian tampilan visual yang disusun secara berurutan untuk membentuk narasi dan kesan tertentu.
- j. *Emphasis* merujuk pada penekanan terhadap bagian yang ditonjolkan dalam tampilan visual atau teks untuk menarik perhatian (*focal of point*).
- k. *Balance* merujuk pada keseimbangan visual yang disajikan secara simetris atau asimetris untuk kesan tampilan yang stabil.
- l. *Unity* merujuk pada keterpaduan antara semua elemen visual dan linguistik dalam satu tampilan yang menghasilkan kesan yang harmonis dan saling mendukung satu sama lain.
- . *Instastory* atau *instagram story* adalah fitur pada media sosial instagram yang memungkinkan penggunaanya untuk memosting konten



foto atau video yang hanya tersedia selama 24 jam sebelum diarsipkan otomatis oleh instagram.

- n. Filter adalah efek visual yang diterapkan pada foto atau video untuk memberikan kesan efek artistik di instagram untuk menambah estetika visual.
- o. Filter *jedag-jedug* adalah filter *instastory* dengan efek visual yang sinkron dengan transisi dan visual kilatan cahaya sehingga menghasilkan sensasi dinamik pada konten *instastory*.

