

## EKSISTENSI BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL

Christina Purwanti

Universitas Pelita Harapan, Tangerang

[christin.purwanti@gmail.com](mailto:christin.purwanti@gmail.com); [christina.purwanti@uph.edu](mailto:christina.purwanti@uph.edu)

---

**Abstrak:** Eksistensi bahasa dalam media sosial selalu menarik untuk dikaji. Bahasa dalam media sosial bukan saja sebagai sebuah kerangka berpikir yang tertulis dan diucapkan dalam berkomunikasi melainkan juga sebagai sebuah gerakan sosial dan budaya yang berkembang dewasa ini. Bahasa yang ditampilkan dalam setiap media sosial pun harus bisa terbaca atau *readable* sehingga komunikasi dapat berjalan dengan baik. Mempelajari penggunaan bahasa dalam media sosial secara langsung dapat memberikan banyak manfaat seperti memahami pengertian bahasa, memahami media sosial, dan memahami bagaimana prinsip penggunaan bahasa dalam media sosial yang di dalamnya termasuk bahasa yang biasanya digunakan sebagai bahasa lisan, berubah menjadi bahasa tulis untuk bisa dimengerti oleh publik. Tujuan penelitian ini adalah pertama: menelusuri apakah melalui bahasa yang digunakan dalam media sosial yang dihadirkan lewat kata, kalimat, teks, atau huruf-huruf tertentu sebagai simbol dalam media sosial; dapat menyebabkan perubahan makna bahasa baik secara langsung maupun tidak langsung. Kedua, apakah penggunaan bahasa dalam media sosial dapat mengubah cara seorang komunikator dalam berkomunikasi dengan komunikan lainnya. Ketiga, apakah penggunaan bahasa dalam media sosial dapat menyebabkan modifikasi bahasa dalam beragam bentuk. Ketiga tujuan penelitian tersebut perlu dicanangkan mengingat dalam perkembangan media sosial, sering muncul istilah-istilah baru. Istilah baru yang lahir dalam bahasa; hadir dalam media sosial, baik dalam bahasa Indonesia atau bahasa campuran, semuanya langsung terserap oleh publik dengan berbagai macam makna yang diterimanya. Dalam penulisan makalah ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interdisipliner.

**Kata kunci:** Bahasa, eksistensi, konteks, makna, media sosial

### PENDAHULUAN

Salah satu wujud kekhasan manusia adalah bahasa. Melalui bahasa manusia dapat berpikir dan mengembangkan pengetahuannya dengan baik. Karena itu, bahasa dalam rangka mengembangkan epistemologi, harus dapat menjunjung tinggi martabat keagungan manusia, dapat mencerminkan sikap (komitmen) ilmuwan terhadap tanggung jawab kultural (Watloly, 2021). Bahasa merupakan bagian dari kultur, karenanya memiliki aspek-aspek epistemologis yang mendasar dan memiliki perspektif kemanusiaan yang dalam, harus dapat dihindari dari sekat egoisme sektoral yang terkurung dalam suatu kenyataan di dalam dirinya sendiri, terlepas dari hubungannya dengan kesadaran manusia dan tautologis tidak bermakna. Bahasa yang dimaksud harus merupakan strategi kemanusiaan dalam rangka merealisasikan eksistensinya. Dengan daya bahasanya manusia dapat mengembangkan diri dan daya pikirnya, baik secara sederhana maupun secara kompleks melalui simbol-simbol. Melalui Bahasa, manusia dapat mengkomunikasikan pengetahuannya kepada orang lain.

Bahasa dalam rangka pengembangan epistemologi harus menempatkan manusia sebagai unsur kenyataan yang keberadaannya dilingkupi oleh unsur-unsur kenyataan lainnya yang sangat beragam. Para peneliti bahasa mengemukakan bahwa analisis bahasa merupakan suatu kritik yang sangat mendasar terhadap pemaknaan bahasa yang telah mengabaikan

perspektif kemanusiaan dalam bahasa itu sendiri. Bahasa dapat menemukan konteks kepastiannya lewat makna yang terbaca melalui kata, pernyataan, teks, dan konteks dalam media sosial, baik itu telah dimodifikasi atau masih dalam keadaan asli melalui kata-kata yang bersangkutan.

## **PEMBAHASAN**

### **Kultur Bahasa dan Media Sosial**

Penutur bahasa dalam berkomunikasi melalui media sosial menunjukkan bahwa bahasa berfungsi untuk mengkomunikasikan tiga hal sentral yang terlihat pada jalan pikiran, perasaan, dan sikap pengguna bahasa. Hal ini mau menunjukkan bahwa dalam kehidupan sehari-hari, eksistensi bahasa merepresentasikan fungsi simbolik, fungsi emotif, dan fungsi efektif. Pemikiran yang sama ditekankan lagi oleh seorang pemikir Merleau-Ponty, dengan mengatakan bahwa, bahasa tidak hanya mengemukakan jalan pikiran, tetapi ia membentuknya. Melalui bahasa dapat dibaca secara nyata nilai-nilai, perasaan, budaya, serta ungkapan kecerdasan, kreativitas, dan daya intelektualitas setiap manusia (Watloly, 2021).

Jalan pikiran manusia, sebetulnya berkaitan langsung dengan ciri bahasa dalam rangka pengembangan pengetahuan yakni: Pertama: bahasa hadir sebagai sebuah rangkaian bunyi. Manusia sebenarnya berupaya mengkomunikasikan segala nilai, perasaan, dan kecerdasannya dengan mempergunakan bunyi sebagai instrumen untuk mengkomunikasikan semuanya itu. Kedua; bahasa merupakan lambang yang dapat membentuk arti tertentu. Untuk itu, setiap manusia dengan bahasanya berbeda-beda dapat pula memberikan lambang yang berbeda. Dalam konteks ini, manusia sebetulnya secara tepat dan teliti mengumpulkan lambang-lambang tersebut dan berupaya menyusunnya sebagai perbendaharaan kata yang sekaligus merupakan akumulasi pengalaman atas seluruh pemikirannya.

Prinsip dasarnya adalah manusia dengan kemampuannya, memungkinkan dia untuk dapat belajar berbudaya dalam segala pemikiran atas segala masalah yang muncul secara terus-menerus. Dalam hal ini, peran bahasa dalam media sosial membuat manusia hidup dalam dua dunia yakni di satu pihak terdapat dunia pengalaman nyata dan di lain pihak terdapat dunia simbolik, tidak seperti binatang yang sangat dikuasai sepenuhnya oleh proses fisiologisnya. Bahasa dalam hal ini dapat menghantar manusia untuk mengatasi dunia fisiknya yang kejam dan mencekam. Jelaslah bahwa peran bahasa dalam media sosial menuntun manusia dengan seluruh gejala bahasanya yang terjadi secara rasional untuk mengembangkan daya kulturalnya sebagai kekuatan strategis yang menyumbang pada pemenuhan citra keagungannya (Badudu, 2001).

Bahasa di dalam media sosial di dalam hal ini, sebetulnya penjelmaan manusia dalam perjumpaan dengan lingkungan, pilihan, perubahan, serta sejarah yang terus membentuk seluruh hidupnya. Dengan kata lain, eksistensi bahasa di dalam media sosial sebagai ungkapan pikiran dan perasaan tidak harus melihat manusia sebagai makhluk berdimensi tunggal atau makhluk animalis belaka. Menurut pemikiran Ludwig Wittgenstein, dalam filsafat bahasa. Bahasa mestinya memberikan jaminan, di mana manusia menjadi lebih sadar akan luasnya pilihan yang dia hadapi, dengan demikian secara langsung dapat menghadapkannya kepada tanggung jawab yang tidak terbatas di dalam media sosial pada umumnya (Bertens, 1983).

### **Bahasa, Kultur Manusia, dan Media Sosial**

Manusia dalam bertutur kata melalui bahasa dalam media sosial, menunjukkan adanya kesatuan dan kemajemukan antara “vertikal”, “horizontal”, “personalitas”, “sosialitas”. Dalam konteks ini, peran bahasa di dalam media sosial, semestinya dilihat dari bagaimana menemukan makna kebahasaan dari ucapan-ucapan dengan metode verifikasi sebagai kebenaran logis. Bahasa itu sendiri mempunyai banyak fungsi yaitu sebagai perangkat

suara (*vocation*) dan sebagai manifestasi yang amat khas dari dialektika kenyataan yang sedang terjadi. Dalam bahasa media sosial: secara ideal, orang sebenarnya sekurang-kurangnya harus menerima adanya hal-hal yang diungkapkan di balik bahasa; yang terhadap hal tersebut hampir tidak pernah diperhatikan oleh sejumlah media sosial (Sumaryono, 1993).

Bahasa sebenarnya juga mengungkapkan sosialitas sebagai sifat dasar manusia, seperti kemanunggalan lahir dan batin. Tampaknya, bahasa dalam perkembangannya, terus berjumpa dengan hal-hal yang bersifat aktual sebagaimana yang terjadi di dalam masyarakat, yang terungkap di dalam media secara sosiologis, kultural atau pun juga kenyataan- yang kompleks lainnya (Bertens, 1983). Sebagai contoh pada kalimat rancu yang pasif yang selama ini dianggap salah, kelak akan dianggap benar karena frekuensi pemakaiannya sangat tinggi. Salah satunya adalah terjadi salah kaprah, dalam contoh penggunaannya adalah sebagai berikut: Ketika ada sebuah rumah terbakar di Jakarta Pusat, berita di sebuah koran besar menyebutkan secara langsung bahwa...”api masih belum *mampu ditundukkan*”. Padahal, terminologi *mampu* dalam pernyataan itu hanya layak untuk kalimat aktif, misalnya “Petugas pemadam kebakaran belum *mampu menundukkan* api”.

### **Bahasa dan Dinamika Komunikasi dalam Media Sosial**

Dalam pandangan komunikasi pada umumnya dalam perspektif bahasa; terjadi banyak perubahan yang sangat mendasar, seperti pada zaman dahulu, orang bertatap muka, kini orang bertemu atau bersua secara digital. Media sosial seperti WAG misalnya bisa merupakan pilihan populer di tengah masyarakat kita. Kenyamanan dan kemudahannya membuat fasilitas ini banyak dimanfaatkan dan sering terjadi orang memformulasikan secara baru pola komunikasinya. Komunikasi lewat media sosial yang selalu menggunakan bahasa menjadi tidak terbatas di dalam ruang dan waktu yang selalu penuh dengan *icon*; di mana sebuah penanda seperti terlihat secara jelas pada lukisan atau gambar; dengan *index*; di mana terlihat pada fungsi bahasa sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya; *symbol*; terlihat pada fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah umum dan terus digunakan di dalam masyarakat Bahasa (Sobur, 2001). Hubungan penalaran dengan jenis penandanya ini dapat terjadi selama dua puluh empat jam; ini memenuhi nilai manfaat secara ekonomis maupun secara sosiologis.

Ketika manfaat ekonomis dan sosiologis semakin nyata, setiap pengguna bahasa menjadi semakin terbiasa dan bisa mengalami ketergantungan dengan menggunakan media sosial, yang tentunya di dalamnya menggunakan bahasa sebagai budaya baru di dalam berkomunikasi (Kurniawan, 2018). Komunikasi ini bersifat tematik dengan kumpulan orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama pada sebuah topik yang mau dibahas. Pembahasan di dalam kelompok ini pun terjadi secara “mengalir” begitu saja dan terasa tidak bersekat atau tidak terbatas dalam berkomunikasi lewat bahasa; yang di dalamnya terus terungkap segala pemikiran, perasaan dan juga kepentingan-kepentingan lainnya. Peran bahasa di sini menjadi sangat kaya dalam pengertian sangat beragam. Setiap kalimat yang digunakan terus diperhatikan logika penalaran yang terus terjadi dalam kalimat demi kalimat, terjadi secara logis, logis maknanya baik yang mengucapkan atau yang mendengarnya atau membacanya lewat teks atau naskah (Putrayasa, 2007). Keberagaman bahasa di sini tentu sesuai dengan pemikiran setiap penutur bahasa dalam berkomunikasi melalui media sosial.

Bahasa yang ditampilkan pun sangat beragam dan punya ciri khas yang sangat unik di dalam media sosial seperti: teks, suara, dan video dan hal ini terjadi begitu saja tanpa biaya tambahan apa pun selama komunikasi tersebut tersambung ke media internet. Bahasa yang digunakan di dalam kelompok tersebut sebetulnya menggambarkan pola hidupnya dan terdapat di sana; suara; pilihan kata, jeda antar kata, *gesture* si pengirim pesan; semua unsur

ini hilang dalam komunikasi melalui media sosial. Dalam konteks ini, bahasa sangat kehilangan makna yang sesungguhnya. Di sinilah dapat diketahui bahwa karakter seorang penutur yang bisa dibaca melalui bahasa, menjadi hilang-lenyap dan pada bagian ini bisa menimbulkan beragam makna baru atas tafsiran para anggota kelompoknya. Dengan kata lain; “kita”, dalam hal ini para penutur bahasa dalam media sosial, bisa kehilangan kemampuan memproduksi prestasi yang terjadi secara aktual di dalam dan melalui bahasa.

Peran bahasa dalam media sosial secara langsung memiliki pola komunikasi dan aksesibilitas komunikasi. Dengan kata lain; bahasa, dinamika komunikasi dalam media sosial selalu membutuhkan aksesibilitas. Aksesibilitas dalam komunikasi melalui media sosial selalu tercermin pola komunikasi. Spektrum pola komunikasi selalu berangkat dari ekstrem yang satu, yakni akresif, sampai pada ekstrem yang lain yakni pola *non assertive*. Pola komunikasi yang sering terjadi dalam media sosial yang saat ini dikenal adalah mulai dari komunikasi *assertive* yang memberikan keterampilan kepada peserta didik untuk menentukan kebutuhan dan keinginan mereka sendiri, dan menyampaikannya dengan cara yang dapat diterima oleh orang lain. Komunikasi *assertive* umumnya menjelaskan arti pernyataan seseorang dan menghindari kemungkinan terjadinya kesenjangan komunikasi yang menimbulkan amarah, luka hati, dan pembelaan diri (*defensiveness*).

Dalam media sosial, komunikasi *assertive* bisa digunakan secara cekatan dalam negosiasi, pemecahan masalah, dan resolusi konkrit. Dapat dikatakan bahwa komunikasi antara *assertive* dan *responsive* merupakan metode komunikasi yang optimal. Komunikasi A-R dapat memfasilitasi hak dan perasaan setiap anggota yang terlibat, dan menciptakan dialog di mana setiap anggota dengan senang hati mengekspresikan perasaannya tentang apa yang terjadi, dan memperhatikan bahwa setiap anggota mempunyai kebutuhan, keinginan dan kompetensi. Komunikasi A-R dapat digunakan untuk menghasilkan keluaran yang dapat diterima oleh setiap orang yang terlibat secara langsung.

### **Peran Pokok Bahasa dalam Media Sosial**

Media sosial dan bahasa adalah dua hal yang terjadi secara *inherent* (satu di dalam yang lainnya). Media sosial dapat ada kalau ada bahasa, dan makna atau arti bahasa dapat menjadi nyata dan dapat diketahui oleh publik, melalui media sosial. Ada beberapa fungsi pokok bahasa yang berkaitan langsung dengan media sosial yakni: (1). Kognitif. Fungsi bahasa di sini adalah untuk menyampaikan segenap informasi, seperti berbagai gagasan, pemikiran, dan juga berbagai konsep. Hal ini terlihat di dalam sebuah ungkapan seperti: Iis Dahlia berkumis tipis ; peran bahasa di sini menjadi sangat beragam yang terus menunjukkan sebuah acuan yang berarti, menunjukkan sesuatu yang obyektif dan pada saat yang sama sesuatu yang subyektif; karena bisa hadir berbagai pertanyaan mendasar yakni Iis Dahlia yang mana, dan apakah berkumis tipis atau tidak, dan seterusnya; adalah tidak dapat dikonfirmasi secara kognitif. (2). Emotif. Fungsi bahasa di dalam media sosial salah satunya yang paling unik adalah untuk membangkitkan emosi, perasaan dan suasana hati seperti apa, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Contohnya: Anda seorang artis yang sangat cantik. Inilah sebuah informasi yang menyatakan sebuah referensi yang terus jadi acuan. (3). Imperatif (direktif/penegasan). Fungsi bahasa dalam konteks di sini adalah untuk memerintahkan sesuatu yang bersifat wajib dan mengikat. Contoh: Kamu harus berkata jujur, atau “lepaskan sepatumu.” (4). Evaluatif. Fungsi bahasa di dalam media sosial untuk menganalisis nilai. Contoh secara fisik kelihatan langsung: “Lukisan Leonardo Da Vinci jauh lebih indah daripada lukisan Vincent Van Gogh.” Contoh lain tidak secara fisik dan tidak terlihat langsung: “Kecerdasan Alena jauh lebih tinggi daripada Amel.”

### Efektivitas Bahasa dan Media Sosial

Ariwibowo Prijoksaksono dan Roy Sembel mengatakan bahwa dalam konteks komunikasi di media sosial selalu menghadirkan unsur bahasa (Pureklolon, 2016).

1. Bahasa dalam media sosial harus memiliki penghargaan (*respect*).

Respek atau penghargaan sangat perlu dalam media sosial ketika orang berupaya sejauh kemampuan untuk mengembangkan sebuah komunikasi yang efektif. Rasa hormat sangat sentral dalam membangun komunikasi dengan orang lain. Pada dasarnya, semua manusia ingin terus dihargai dan dihormati karena hal itu merupakan sebuah kebutuhan dasar.

2. Empati (*Empathy*),

Dalam efektivitas bahasa dan media; empati menjadi sangat penting. Empati adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati, selalu atau biasa terlihat pada seorang pemimpin (baca: penutur) yang lebih dahulu bertindak aktif seperti, mengerti terlebih dahulu sebelum dimengerti,

3. *Audible* (dapat didengar).

Peran bahasa dalam media selalu menimbulkan multi-interpretasi atau berbagai penafsiran yang bisa saja berlainan dimana pesan yang disampaikan harus dapat didengar.

4. *Clarity* (jelas)

*Clarity* bisa berarti keterbukaan dan transparansi yang juga sebagai respon balik dari penggunaan bahasa dalam media sosial. Dalam berkomunikasi dalam media sosial, peran bahasa khususnya bahasa lisan; seseorang bisa menunjukkan harga dirinya atau percaya dirinya menjadi sangat menonjol. Dengan kata lain pesan bahasa menjadi jelas.

5. *Humble* (rendah hati)

*Humble* adalah sebuah sikap yang terlihat di dalam penggunaan bahasa dimana hal tersebut terlihat jelas dalam rasa bahasa dalam penggunaan baik oleh penutur maupun oleh pendengar.

### KESIMPULAN

Dalam keseluruhan pemaparan tentang eksistensi bahasa dalam media sosial di atas dapat disimpulkan bahwa pertama :bahasa yang digunakan dalam media sosial yang dihadirkan lewat kata, kalimat, teks, atau huruf-huruf tertentu sebagai simbol dalam media sosial; dapat menyebabkan perubahan makna bahasa baik secara langsung maupun tidak langsung. Kedua, penggunaan bahasa dalam media sosial dapat mengubah cara seorang komunikator dalam berkomunikasi dengan komunikan lainnya. Ketiga, penggunaan bahasa dalam media sosial dapat menyebabkan modifikasi bahasa dalam beragam bentuk.

### SARAN

Dengan memperhatikan keseluruhan pembahasan dan kesimpulan tentang eksistensi bahasa dalam media sosial yang telah diuraikan, maka saran utama yang penulis sampaikan kepada pembaca adalah sebagai berikut: *Pertama*; bahwa dalam berkomunikasi melalui media sosial, hal utama yang perlu disarankan adalah perlu adanya perbedaan penggunaan bahasa dalam ruang privat yang selalu berkaitan dengan hal yang bersifat pribadi seperti keluarga dan hubungan interpersonal; Sebaiknya jangan dipertukarkan dengan penggunaan bahasa dalam ruang publik yang selalu berkaitan langsung dengan hal umum seperti institusi atau lembaga formal lainnya yang berkaitan langsung dengan urusan yang bersifat umum.*Kedua*; bahasa dalam media sosial selalu memiliki banyak interpretasi. Oleh karena itu sangat disarankan agar para penutur memiliki ketepatan dalam memberikan respek atau

penghargaan, memberikan empati dalam berkomunikasi, atau pun keterbukaan dan transparansi dalam merespon balik di setiap media sosial agar tidak terjadi penyimpangan makna bahasa yang dipahami secara tepat sesuai dengan tujuan yang disampaikan oleh penuturnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badudu, J. S. (2001). *Pelik-Pelik Bahasa Indonesia*. Bandung: CV Nawaputra.
- Bertens, K. (1983). *Filsafat Barat Abad XX: Inggris - Jerman*. Gramedia.
- Kurniawan, F. (2018). Dinamika Komunikasi Masa Kini. *Media Kawasan*, (edisi Desember).
- Pureklolon, T. T. (2016). *Komunikasi Politik, Mempertahankan Integritas Akademisi, Politik dan Negarawan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Putrayasa, I. B. (2007). *Kalimat Efektif: Diksi, Struktur, dan Logika*. Bandung: Refika Aditama.
- Sobur, A. (2001). *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sumaryono, E. (1993). *Hermeneutik: Sebuah Metode Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Watloly, A. (2021). *Tanggung Jawab Pengetahuan: Mempertimbangkan Epistemologi secara Kultural*. Yogyakarta: Kanisius.