

FORMS OF SOCIAL MEDIA USERS' LANGUAGE ATTITUDE TO THE DEFENSE OF INDONESIAN LANGUAGE

Nurma Alfinda Walidah¹, Yulianah Prihatin²

^{1,2} Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Hasyim Asy'ari

Corresponding Author : yuliaana553@gmail.com

Abstract

Social media is a communication tool to connect people who do not know each other in a place or platform such as Instagram, Facebook, Line, TikTok, Twitter, WhatsApp and others. Social media is one of the reasons for the creativity of the social media user community in creating new languages which ultimately lead to language attitudes. This study aims to describe the form of language attitudes of social media users towards the defense of the Indonesian language with a qualitative descriptive research method using online questionnaires. The results of the study include Garvin and Mathiot's three language attitudes, namely language loyalty, language pride and awareness of norms.

Keywords: *language attitude, social media users, Indonesian language defense.*

BENTUK SIKAP BAHASA PENGGUNA SOSIAL MEDIA TERHADAP PEMERTAHANAN BAHASA INDONESIA

Abstrak

Media sosial menjadi alat komunikasi untuk menghubungkan orang-orang yang tak saling mengenal dalam suatu tempat atau platform seperti *instagram, fecebook, line, tiktok, twitter, whatsapp* dan lain-lainnya. Media sosial menjadi salah satu sebab kreativitas masyarakat pengguna sosial media dalam membuat bahasa-bahasa baru yang akhirnya menimbulkan sikap bahasa. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk sikap bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia dengan metode penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan angket secara online. Hasil penelitian meliputi tiga sikap bahasa milik Garvin dan Mathiot yaitu kesetiaan bahasa, kebanggaan bahasa dan kesadaran akan adanya norma.

Kata kunci: sikap bahasa, pengguna sosial media, pemertahanan Bahasa Indonesia.

PENDAHULUAN

Media sosial menjadi alat komunikasi untuk menghubungkan orang-orang yang tak saling mengenal dalam suatu tempat atau platform seperti *instagram, fecebook, line, tiktok, twitter, whatsapp* dan lain-lainnya. Manusia tidak lagi kesulitan dengan jarak sebab adanya media sosial yang dapat menghubungkan dengan cepat tanpa batas waktu. Menggunakan media sosial selain untuk menanggapi foto, status dan video orang lain,

media sosial juga menjadi sebuah *platform* munculnya bahasa-bahasa baru yang berkembang dari para pengguna sosial media.

Kreativitas masyarakat pengguna sosial media dalam membuat bahasa-bahasa baru. Seperti anjayani, pansos (panjat sosial) sebutan untuk orang-orang yang dekat atau yang mencari masalah dengan artis papan atas atau dengan artis yang memiliki *follower* jutaan di *instagram*, bucin (budak cinta) sebutan untuk laki-laki atau perempuan yang terlalu *fanatic* atau terlalu tergiila-gila dengan cinta, gabut sebutan untuk orang-orang yang bingung ingin melakukan apa, mantul (mantap betul) sebutan sebagai apresiasi atas sesuatu dan sebagainya (merdeka.com, 2020).

Pengguna sosial media menimbulkan sikap bahasa. Sikap bahasa pengguna dari berkomunikasi dengan orang lain (pesan) atau ketika menanggapi foto, status atau pun video orang lain. Menurut Fishman (Pateda, 2015:3) sikap bahasa merupakan pandangan penilaian seseorang terhadap bahasa tertentu. Kridalaksana (Hereudin, 2015:3) bahwa sikap bahasa merupakan posisi mental atau kejiwaan seseorang terhadap suatu bahasa atau orang lain.

Pendapat keduanya menyatakan bahwa sikap bahasa merupakan pandangan seseorang terhadap suatu bahasa sendiri atau bahasa orang lain. Pandangan seseorang terhadap suatu bahasa tidak bisa dinilai dan diamati secara langsung tetapi sikap bahasa tersebut dapat diamati atau dinilai dari perilaku berbahasanya seseorang atau perilaku bertuturnya seseorang. Namun, ketika menilai atau mengamati pandangan seseorang terhadap suatu bahasa terdapat sebuah ketentuan di mana setiap perilaku tutur seseorang mencerminkan sikap bahasa, begitu juga ketika sikap bahasa tidak selalu mencerminkan perilaku tutur seseorang.

Pateda (2015:5) mengutarakan bahwa sikap bahasa terbagi menjadi dua yaitu sikap terhadap bahasa dan sikap berbahasa. Keduanya memiliki penekanan yang berbeda. Sikap terhadap bahasa menekankan bahwa seseorang memiliki tanggung jawab dan penghargaan terhadap bahasa sedangkan sikap berbahasa menekankan kepada seseorang yang memiliki kesadaran diri dalam berbahasa.

Garvin dan Mathiot (Hereudin, 2015:3-4) menyatakan bahwa sikap bahasa memiliki tiga ciri. *Pertama*, kesetiaan bahasa (*language loyalty*) yaitu sikap suatu masyarakat yang mencegah adanya pengaruh bahasa lain sehingga dapat mempertahankan bahasanya sendiri. *Kedua*, kebanggan bahasa (*language pride*) yaitu

sikap suatu masyarakat yang menjadikan bahasa sebagai identitas diri dan juga sebagai lambang yang membedakan dengan orang lain. *Ketiga*, kesadaran adanya norma bahasa (*awareness of the norm*) yaitu sikap suatu masyarakat yang mendorong masyarakat sehingga dengan cermat dan santun dalam menggunakan bahasa sehingga menjadi sebuah faktor yang pengaruhnya besar terhadap perbuatan. Perbuatan inilah yang disebut dengan kegiatan menggunakan bahasa. Ciri-ciri yang dikemukakan tersebut merupakan sikap yang positif terhadap suatu bahasa.

Sikap bahasa yang akan di ambil oleh peneliti dalam penelitian menggunakan ciri-ciri sikap bahasa oleh Garvin dan Mathiot (Hereudin, 2015:3-4) yaitu kesetiaan bahasa (*language loyalty*), kebanggaan bahasa (*language pride*) dan kesadaran adanya norma bahasa (*awareness of the norm*). Banyaknya bahasa-bahasa yang muncul di sosial media menimbulkan sikap bahasa. Bahasa Indonesia. Hal tersebut yang mendorong peneliti untuk mengangkat judul Pengaruh Sikap Bahasa Pengguna Sosial Media Pemertahanan Bahasa Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif mengenai sikap bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia. Cresweel (2016:5) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan kata-kata di mana untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh beberapa individu atau kelompok yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Sikap bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia yang di maksud sikap bahasa berdasarkan tiga ciri sikap bahasa menurut Garvin dan Mathiot (Hereudin, 2015:3-4) yaitu kesetiaan bahasa (*language loyalty*), kebanggaan bahasa (*language pride*) dan kesadaran adanya norma bahasa (*awareness of the norm*).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket online melalui google form yang peneliti sebar lewat sosial media. Sumber data yang peneliti gunakan berupa angket tyang dapat di isi oleh seluruh kalangan baik pelajar, mahasiswa dan umum yang menggunakan sosial media. peneliti mendapatkan data tersebut dari 15 butir pertanyaan yang meliputi butir 1-5 untuk sikap bahasa bagian kesetiaan bahasa, butir pertanyaan 6-10 untuk sikap bahasa kebanggaan bahasa dan butir pertanyaan 11-15 untuk sikap bahasa kesadaran akan adanya norma bahasa.

Data yang telah dikumpulkan oleh peneliti selanjutnya di analisis dengan menggunakan cara menyajikan temuan. Indrawan dan Yaniawati (2017:163-165) menjelaskan bahwa menyajikan temuan merupakan upaya peneliti melakukan pemaparan temuan dalam bentuk kategorisasi dan pengelompokan. Peneliti akan mengelompokkan setiap pertanyaan dalam angket sekaligus dengan jawaban responden untuk mengetahui sikap bahasa positif dan negatifnya.

Validitas merupakan sebuah uji instrumen untuk menentukan apakah instrumen valid untuk di sebar atau tidak valid sehingga perlu untuk di rubah. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data valid. Validitas yang digunakan oleh peneliti adalah validitas kontruksi yaitu pengujian dengan menggunakan pendapat para ahli menurut Sugiyono (2016:125). Peneliti mengkontruksi atau menyusun instrumen dengan aspek-aspek teori yang telah ada kemudian peneliti konsulkan dengan para ahli yang memahami fenomena tersebut. Para ahli yang peneliti ambil adalah dua dosen yang mumpuni dalam bidang tersebut.

Reabilitas data merupakan sebuah uji instrumen di mana untuk menunjukkan tingkat konsistensi dan akurasi hasil pengukuran (Sujarweni, 2019:79). Reabilitas yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan diskusi teman sejawat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bentuk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI Daring, 2016. Web 05 Mei 2021) merupakan gambaran atau wujud yang tampak, sedangkan ciri-ciri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan tanda khusus yang membedakan dengan sesuatu yang lain. Pengertian bentuk dan ciri saling berkaitan, di mana bentuk tidak dapat di sebut kecuali dengan menyebutkan ciri-ciri seperti contoh bentuk pena hitam, maka seseorang menyebutkan bentuknya dari ciri-ciri pena hitam.

Bentuk sikap bahasa diambil dari ciri-ciri sikap bahasa menurut Garvin and Mathiot (Hereudin, 2015:3-4) yang terdiri dari kesetiaan bahasa (*language loyalty*), kebanggaan bahasa (*language pride*) dan kesadaran akan adanya norma bahasa (*awareness of the norm*). Analisis data hasil angket tentang bentuk sikap bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia akan peneliti jelaskan berdasarkan pada ciri-ciri sikap bahasa menurut Garvian and Mathiot dan kemudian menjabarkan hasil nilai sikap bahasa secara keseluruhan.

Penelitian ini berpijak pada teori Garvian and Mathiot (Hereudin, 2015:3-4) yang membagi sikap bahasa menjadi tiga aspek yang terdiri dari kesetiaan bahasa (*language loyalty*), kebanggaan bahasa (*language pride*) dan kesadaran akan adanya norma bahasa (*awareness of the norm*). Mengacu pada teori tersebut, selanjutnya peneliti akan menjabarkan hasil analisis dari angket berdasarkan ketiga aspek tersebut.

Data mengenai sikap bahasa pengguna sosial media terhadap Pemertahanan Bahasa Indonesia diperoleh melalui pengisian angket *online* yang dilakukan oleh 142 responden. Angket dalam penelitian ini berisi 15 pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui kesetiaan bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia ketika berkomunikasi di sosial media, untuk mengetahui kebanggaan bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia ketika berkomunikasi di sosial media, dan untuk mengetahui kesadaran akan adanya norma bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia ketika berkomunikasi di sosial media.

a. Kesetiaan Bahasa (*language loyalty*)

Tabel 1 : Hasil dari angket kesetiaan bahasa

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Iya	Tidak
1	Apakah Anda selalu menyisipkan atau menggunakan bahasa sosial media daripada bahasa baku ketika berkomunikasi di sosial media?	53%	47%
2	Apakah Anda senang menyisipkan atau menggunakan bahasa sosial media daripada bahasa baku ketika berkomunikasi di sosial media?	56%	44%
3	Apakah Anda marah jika teman anda tidak mengetahui bahasa sosial media daripada bahasa baku ketika berkomunikasi dengan anda?	11%	89%

4	Apakah Anda lebih percaya diri ketika menyisipkan atau menggunakan bahasa sosial media daripada bahasa baku di sosial media?	42%	58%
5	Apakah menyisipkan atau menggunakan bahasa sosial media daripada bahasa baku itu penting ketika berkomunikasi di sosial media?	33%	67%

Kesetiaan bahasa merupakan modal awal masyarakat dalam mempertahankan bahasanya sehingga dapat mencegah pengaruh negatif yang akan membuat hilangnya kecintaan terhadap suatu bahasa dan lebih memilih bahasa-bahasa lain (Sukma, 2017:33), di dalam penelitian ini terdapat 5 pertanyaan dalam angket *online* butir nomer 1-5 yang bertujuan untuk mengetahui kesetiaan bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia ketika berkomunikasi di sosial media.

Data pada tabel 1 menunjukkan dua butir pertanyaan dengan jawaban iya lebih tinggi dari pada tidak sedangkan tiga butir pertanyaan dengan jawaban tidak lebih tinggi dari pada iya. Jawaban iya menunjukkan responden tidak memiliki kesetiaan bahasa sedangkan jawaban tidak menunjukkan responden memiliki kesetiaan bahasa. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa responden memiliki kesetiaan bahasa di mana responden tetap mempertahankan bahasanya dan mencegah pengaruh bahasa-bahasa negatif yang dapat menghilangkan kecintaan responden terhadap bahasa.

b. Kebanggaan Bahasa (*language pride*)

Tabel 2 : Hasil dari angket kebanggaan bahasa

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Iya	Tidak
6.	Apakah Anda merasa bangga ketika menyisipkan atau menggunakan bahasa sosial media daripada bahasa baku untuk berkomunikasi?	30%	70%

7.	Apakah Anda merasa bangga ketika lebih banyak mengetahui bahasa sosial media daripada bahasa baku di sosial media?	28%	72%
8.	Apakah Anda lebih merasa akrab dan sopan ketika berkomunikasi dengan menyisipkan atau menggunakan bahasa sosial media daripada bahasa baku?	38%	62%
9.	Apakah Anda mengakui bahwa orang yang menggunakan atau menyisipkan bahasa sosial media daripada bahasa baku lebih menarik dan tidak kuno di sosial media?	50%	50%
10.	Apakah Anda merasa tidak ketinggalan zaman atau lebih terkenal ketika berkomunikasi di sosial media dengan menggunakan atau menyisipkan bahasa sosial media daripada bahasa baku?	44%	56%

Kebanggaan bahasa merupakan suatu identitas dalam suatu kelompok sehingga menciptakan perasaan bangga terhadap bahasanya sendiri (Sukma, 2017:33), di dalam penelitian ini terdapat 5 pertanyaan dalam angket *online* butir nomer 6-10 yang bertujuan untuk mengetahui kebanggaan bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia ketika berkomunikasi di sosial media.

Data pada tabel 2 menunjukkan empat butir pertanyaan dengan jawaban tidak lebih tinggi dari pada iya sedangkan satu butir pertanyaan menjawab dengan netral. Jawaban tidak menunjukkan responden memiliki kebanggaan bahasa sedangkan jawaban iya menunjukkan responden tidak memiliki kebanggaan bahasa. Responden yang menjawab dengan netral berarti memiliki dua kelompok di mana kelompok yang memiliki kebanggaan bahasa dan kelompok yang tidak memiliki kebanggaan bahasa. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa responden memiliki perasaan bangga terhadap bahasanya sendiri sedangkan responden yang netral setengahnya memiliki perasaan bangga terhadap bahasanya sendiri, setengahnya lagi tidak memiliki perasaan bangga terhadap bahasanya sendiri.

c. Kesadaran akan adanya Norma (*awareness of the norm*)

Tabel 3: Hasil dari angket kesadaran akan adanya norma

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Iya	Tidak
1.	Apakah Anda lebih paham penempatan penggunaan bahasa sosial media daripada bahasa baku ketika berkomunikasi di sosial media?	46%	54%
2.	Apakah Anda menerapkan kaidah-kaidah dalam menggunakan bahasa sosial media daripada bahasa baku ketika berkomunikasi di sosial media?	38%	62%
3.	Apakah Anda merasa lebih bangga ketika paham penempatan dalam menggunakan atau menyisipkan bahasa sosial media daripada bahasa baku di sosial media?	34%	66%
4.	Apakah Anda memperhatikan penggunaan bahasa sosial media daripada bahasa baku sesuai dengan konteks situasi ketika berkomunikasi di sosial media?	56%	44%
5.	Apakah Anda menggunakan atau menyisipkan bahasa sosial media daripada bahasa baku secara refleks atau sadar sepenuhnya, ketika berkomunikasi di sosial media?	66%	34%

Kesadaran akan adanya norma merupakan suatu sikap yang santun dan sopan dalam menggunakan bahasa sehingga menjadi pribadi yang cerdas dan cermat (Sukma, 2017:34), di dalam penelitian ini terdapat 5 pertanyaan dalam angket *online* butir nomer 11-15 yang bertujuan untuk mengetahui kesadaran akan adanya norma pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia ketika berkomunikasi di sosial media.

Data pada tabel 3 menunjukkan tiga butir pertanyaan dengan jawaban iya lebih tinggi dari pada tidak sedangkan dua butir pertanyaan dengan jawaban tidak lebih tinggi dari pada iya. Jawaban iya menunjukkan responden tidak memiliki kesadaran akan adanya norma bahasa sedangkan jawaban tidak menunjukkan responden memiliki kesadaran akan adanya norma bahasa. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa responden tidak memiliki kesadaran akan adanya norma bahasa sehingga responden tidak memiliki sikap yang santun dan sopan dalam menggunakan bahasa dan menjadikan pribadi yang cerdas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif kualitatif yang meliputi kesetiaan bahasa, kebanggaan bahasa dan kesadaran akan adanya norma maka dapat disimpulkan bahwa kesetiaan bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia bahwa responden memiliki kesetiaan bahasa di mana responden tetap mempertahankan bahasanya dan mencegah pengaruh bahasa-bahasa negatif yang dapat menghilangkan kecintaan responden terhadap bahasa. Kebanggaan bahasa pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa Indonesia bahwa responden memiliki perasaan bangga terhadap bahasanya sendiri sedangkan responden yang netral setengahnya memiliki perasaan bangga terhadap bahasanya sendiri, setengahnya lagi tidak memiliki perasaan bangga terhadap bahasanya sendiri. Kesadaran akan adanya norma pengguna sosial media terhadap pemertahanan Bahasa bahwa responden tidak memiliki kesadaran akan adanya norma bahasa sehingga responden tidak memiliki sikap yang santun dan sopan dalam menggunakan bahasa dan menjadikan pribadi yang cerdas.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 2016. *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran)*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar
- Haerudin, Dingding. 2015 "Sikap Bahasa Mahasiswa"
- Harsanti, Sulistyanti N. 2017 "Sikap Bahasa Mahasiswa Laki-Laki dan Perempuan FKIP Universitas Sanata Dharma Yogyakarta terhadap Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah Kajian Sociolinguistik", Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

- Indrawan, Rully dan Yaniawati, Poppy. 2017. *Metedologi Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama
- Merdeka.com. "53 Kata Singkatan Gaul 2020, Wajib Diketahui Agar Tetap Kekinian" 25 Mei 2020
- Pateda, Mansoer. 2015. *Sosiolingustik*. Bandung: PT Angkasa
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sujawerni, Wiratna V. 2019. *Metedologi Penelitian*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru
- Sukma, Riza. 2017 "Sikap Bahasa Remaja Keturunan Betawi terhadap Bahasa Ibu dan Dampaknya pada Pemertahanan Bahasa Betawi", Semarang: Universitas Diponegoro