

KEBIASAAN BERBAHASA DI MEDIA SOSIAL: KAJIAN PSIKOLINGUISTIK

Language Habits In Social Media: Psycholinguistic Study

Indrya Mulyaningsih

Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
Jalan Perjuangan by Pass Sunyaragi, Kota Cirebon, Indonesia
Pos-el: indrya.m@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplanasikan penggunaan bahasa di media sosial dengan menggunakan pendekatan Psikolinguistik. Data penelitian kualitatif deskriptif ini diambil dari kolom komentar akun TikTok Ria Ricis. Pengumpulan data dilaksanakan sepanjang tahun 2021. Data dikumpulkan dengan menyimak berbagai teks lalu dicatat di kartu data. Keabsahan data diuji melalui triangulasi teori, sumber data, dan metode. Data dianalisis menggunakan metode agih dengan teknik lanjutan bagi unsur langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan membalik, menyingkat, menghilangkan suku kata, dan pengakroniman dilakukan dalam situasi tidak resmi. Dilakukannya keempat hal tersebut untuk mencirikan kelompok, menandakan kedekatan, dan mengefisienkan waktu dan ruang. Dengan demikian, bahasa di media sosial cenderung tidak taat kaidah. Padahal, selain ragam nonformal, seseorang juga harus menguasai ragam formal.

Kata-kata kunci: aplikasi TikTok, kajian Psikolinguistik, kebiasaan berbahasa, media sosial

Abstract

This study aims to explain the use of language in social media using a psycholinguistic approach. This descriptive qualitative research data is taken from the comment's column of Ria Ricis's TikTok account. The time for data collection is throughout 2021. Data was collected through listening to various texts and then recorded on data cards. The validity of the data through triangulation of theory, data sources, and methods. Data were analyzed using the distribution method with advanced techniques for direct elements. The results showed that the habit of turning over, abbreviating, removing syllables and acronyms was done in informal situations. The reasons for doing these four things are because they are group characteristics, have closeness, and so that they are fast. As a result, language on social media tends to be disobedient. In fact, in addition to the non-formal variety, one must also master the formal variety.

Keywords: language habits, Psycholinguistic studies, social media, TikTok application

Informasi Artikel

Naskah Diterima
2 Oktober 2022

Naskah Direvisi
25 Mei 2023

Naskah Disetujui
27 Juni 2023

Cara Mengutip

Mulyaningsih, Indrya. (2022). Kebiasaan Berbahasa di Media Sosial: Kajian Psikolinguistik. *Aksara*. 35(1). 106—115. doi: <http://dx.doi.org/10.29255/aksara.v35i1.1237.106--115>

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, bahasa Indonesia juga mengalami perubahan (Rahayu, 2019; Wirawan & Andriany, 2018). Berbagai kosakata yang sebelumnya tidak ada, menjadi banyak bermunculan (Susanti, 2016). Kosakata itu, seperti *sabi*, *gemoy*, *santuy*, *kane*, *mager*, *curcol*, dan *spill*. Kosakata tersebut tidak terdapat di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kosakata tersebut mulai banyak digunakan di media sosial, seperti TikTok, Instagram, Twitter, dan WhatsApp. Sebagai pembawa pesan, bahasa memiliki peran penting dalam berkomunikasi (Nurjanah, Millatuddiiniyyah, & Nofianty, 2018). Maksud pesan yang sulit dipahami tentu saja akan menjadikan komunikasi tidak lancar. Bagi sebagian masyarakat, kosakata di media sosial terasa asing (Maghfur, Masruhan, & Indah, 2018). Alih-alih memahami maksudnya, mengetahui bentuknya saja tidak. Hal ini tentu saja dapat mengganggu proses komunikasi.

Bentuk komunikasi antara lain dapat dikelompokkan berdasarkan media dan tujuan. Komunikasi di media sosial cenderung bersifat nonformal. Artinya, para pengguna dapat berkomunikasi secara terbuka tanpa mengenal status sosial dan faktor lainnya (Prishandani, Nurainun, & Gustianingsih, 2022). Hal ini karena media sosial merupakan aplikasi berbasis internet. Media ini dibentuk untuk menyebarkan pesan dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar. Karena berbasis internet, media sosial memiliki fleksibilitas yang tinggi atau memiliki kemudahan dalam penggunaannya (Hamzah, 2015; Susanto, 2017). Selain itu, komunikasi di media sosial cenderung cepat sehingga para penggunanya juga dapat memilih untuk menggunakan kosakata yang cepat. Faktor fleksibilitas inilah yang menjadikan munculnya kosakata baru dalam berkomunikasi di media sosial (Khodimatovna, 2021).

Dalam teori Psikolinguistik, bahasa menunjukkan karakter penggunanya. Demikian juga penggunaan bahasa di media sosial. Psikolinguistik merupakan ilmu tentang proses psikologis seseorang dalam menghasilkan serta memahami kalimat yang didengar (Heidari, 2022). Artinya, ilmu ini berbicara tentang proses produksi (menghasilkan) bahasa serta pemerolehan (mendapatkan) bahasa. Psikolinguistik juga dimaknai sebagai studi tentang bahasa dan pikiran (Dimitrova dkk, 2021). Tujuan utama seorang psikolinguis adalah menemukan struktur dan proses yang melandasi kemampuan seseorang untuk berbicara dan memahami bahasa (Hasan, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa bahasa atau kata-kata yang diucapkan oleh seseorang tidak serta-merta, tetapi telah melalui proses. Kendati demikian, proses ini terlalu cepat sehingga seolah-olah tidak disadari. Padahal, proses menghasilkan bahasa terjadi pada diri seseorang, yakni perpaduan antara yang dipikirkan dan yang dirasakan (Futrell dkk, 2019).

Menurut Wundt (dalam Alduais, 2022), setiap bahasa terdiri atas ucapan-ucapan bunyi atau isyarat-isyarat lain yang dapat dipahami menembus pancaindera yang diwujudkan oleh gerakan otot untuk menyampaikan keadaan batin, konsep-konsep, dan perasaan-perasaan kepada orang lain. Teori performansi bahasa yang dikembangkan Wundt itu didasarkan pada analisis psikologis yang terdiri atas dua aspek, yakni (1) fenomena fisis yang terdiri atas produksi dan persepsi bunyi dan (2) fenomena batin yang terdiri atas rentetan pikiran. Menurut Pillsbury & Meader (dalam Kartika, Rita, & Soraya, 2020) bahasa adalah satu alat untuk menyampaikan pikiran, termasuk gagasan, dan perasaan.

Tugas seorang psikolinguis sebagai peneliti adalah terlatih dalam dua disiplin ilmu, yakni psikologi dan linguistik (Phillips & Parker, 2014). Tugas tersebut berupa (1) menjelaskan perilaku bahasa sebagai pengganti untuk menyatakan suatu keadaan tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat; (2) menunjukkan perilaku bahasa sebagai wujud organisasi sosial; (3) menerangkan cara menghasilkan suatu ujaran dengan memanfaatkan pancaindera

agar dapat digunakan oleh orang lain; dan (4) menjelaskan perilaku bahasa untuk menggambarkan peristiwa yang telah terjadi, sedang terjadi, atau akan terjadi di masa depan.

Aspek fundamental bahasa yang lain adalah kreativitas. Manusia memiliki kemampuan untuk memahami dan menghasilkan tuturan yang baru. Manusia mampu menghasilkan kalimat yang aneh yang mungkin belum pernah diucapkan sebelumnya. Bahasa tidak hanya merupakan untaian kata-kata. Agar dapat berbicara, manusia memiliki perangkat kaidah yang kompleks dan terinternalisasikan pada memori.

Penelitian Natsir (2017) menunjukkan bahwa keberhasilan dalam belajar bahasa kedua perlu diterapkan teori Psikolinguistik. Hal ini juga terjadi pada pembelajaran bahasa Arab, seperti yang ditunjukkan pada penelitian Hasan (2018). Penelitian Aritonang & Dewi (2022) pun menunjukkan bahwa pembelajaran bahasa pada anak sangat terkait dengan penerapan teori Psikolinguistik. Selain pembelajaran, bahasa kedua juga dapat dikuasai melalui pemerolehan. Penelitian Nurjanah, Millatuddiiniyyah, & Nofianty (2018) menunjukkan bahwa akuisisi bahasa dapat terjadi melalui film. Penelitian tentang bahasa di media sosial telah dilakukan oleh Kusnarto & Sujinah (2019). Kendati demikian, penelitian ini berfokus pada penerimaan terhadap bahasa yang digunakan di media sosial tersebut, bukan pada kajian Psikolinguistik. Penelitian tentang bahasa alay di sekolah dasar telah dilakukan oleh Agustina, Indihadi, & Hodidjah (2015). Namun, penelitian ini hanya mendeskripsikan jumlah bahasa alay yang digunakan siswa perempuan dan laki-laki. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, belum ada penelitian yang membahas terkait bahasa di media sosial, khususnya TikTok, dengan pendekatan Psikolinguistik.

Media sosial yang sekarang sedang banyak digunakan adalah TikTok. TikTok adalah salah satu media sosial yang sedang banyak disukai oleh remaja sekarang (Damayanti, & Suryandari, 2017). Aplikasi ini memberikan fitur bagi para pemakainya untuk membuat video musik pendek kreasi sendiri. Aplikasi ini diluncurkan pada September tahun 2016 yang dikembangkan oleh pengusaha asal Tiongkok (Daud, 2021). Salah satu pengguna TikTok yang memiliki pengikut terbanyak adalah Ria Ricis. Selebgram dan juga *youtuber* Indonesia ini menduduki peringkat ketiga sebagai pemilik *followers* TikTok terbanyak dengan jumlah lebih dari 10 juta *followers* serta 224.7 juta *likes*. Sebelumnya, Ria Ricis dikenal sebagai *youtuber* dengan hampir 24 juta *subscriber*. Bahkan, jika ditanya, semua kalangan dari remaja hingga dewasa pasti akan mengenal Ria Ricis (Fitriah dkk, 2021).

Masyarakat kurang menyadari pengaruh diksi yang dipilih terhadap kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal pembentukan karakter. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplanasikan penggunaan bahasa di media sosial TikTok dengan pendekatan Psikolinguistik. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pembuat kebijakan, terutama terkait pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia mengingat keberadaan bahasa di media sosial akan memengaruhi keberadaan bahasa Indonesia itu sendiri.

METODE

Penelitian kualitatif ini menggunakan desain deskriptif karena data yang dikumpulkan berupa bahasa atau kata-kata. Sumber data berupa kosakata yang terdapat pada kolom komentar akun TikTok Ria Ricis. Data dikumpulkan sejak Juli sampai dengan September 2021 dengan teknik simak dan catat. Teknik simak dilakukan dengan menyimak dan mencermati berbagai kosakata yang terdapat pada kolom komentar. Teknik catat dilakukan dengan mencatat kosakata yang dianggap sebagai data (Sudaryanto, 2015).

Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah benar, dilakukan triangulasi teori, sumber data, dan metode. Cara kerja triangulasi teori adalah dengan mengecek data dan mencocokkannya dengan teori (Kasiyan, 2015). Cara kerja triangulasi sumber data dalam

penelitian ini, yaitu dengan mengecek dan mencocokkan sumber data yang diperoleh dari kolom komentar di akun TikTok Ria Ricis (Alfansyur & Mariyani, 2020). Cara kerja triangulasi metode adalah dengan mengecek dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan diperoleh melalui teknik simak dan catat.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode agih dengan teknik lanjutan bagi unsur langsung. Data dianalisis dengan unsur yang terdapat pada bahasa itu sendiri (Sudaryanto, 2015). Langkahnya meliputi 1) pengelompokan data berdasarkan pola pembentukannya, 2) pembagian data berdasarkan unsur langsung pembentuknya, dan 3) pengaitan unsur tersebut dengan Psikolinguistik, khususnya teori produksi dan pemerolehan bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembalikan

Bahasa merupakan bagian dari budaya. Keberadaan budaya tidak dapat dilepaskan dari manusia yang menciptakan budaya tersebut. Demikian juga pada kosakata dengan cara pembalikan ini. Pembalikan memiliki maksud bahwa sebuah kosakata ditulis dan dibaca dari belakang ke depan atau dimulai dari huruf terakhir pada kosakata tersebut. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan yang seharusnya, yaitu penulisan dan penyebutan kata berurutan dari depan ke belakang.

Pembalikan sengaja dilakukan sebagai penciri bahwa suatu kelompok berbeda dengan kelompok lain (Zupan & Eskritt, 2022). Dengan kata lain, kosakata yang digunakan secara terbalik merupakan milik kelompok tertentu. Dalam konteks ini, kosakata pembalikan merupakan milik para pengikut akun TikTok Ria Ricis. Hal ini tidak dapat dihindari karena sebagian besar pengguna TikTok adalah usia dewasa dan remaja. Meskipun terdapat juga usia anak-anak, hal tersebut terjadi karena pengaruh dari orang dewasa dan remaja di sekitarnya. Kendati demikian, tidak semua orang dari rentang usia tersebut menggunakan aplikasi TikTok sehingga terdapat juga kelompok masyarakat yang tidak mengenal kosakata pembalikan ini.

Pembalikan ini merupakan cara yang tidak umum. Hal tersebut berarti bahwa penggunaan kosakata ini memang tidak pada umumnya. Hal inilah yang kemudian dapat menjadikan komunikasi tidak lancar, terutama antara generasi yang tidak dan menggunakan TikTok. Kesenjangan ini sangat dirasakan pada komunikasi nonformal atau percakapan sehari-hari. Perbedaan kosakata ini secara tidak langsung sudah menjadi pembatas antara generasi *baby boomer*, X, Y, dan generasi milineal (Putra, 2016). Hal ini berarti bahwa identitas keempat generasi ini dapat diketahui dari bahasa atau kosakata yang digunakan dalam berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan.

Salah satu contohnya dapat dilihat pada kata *kuy*. Kata ini merupakan pembalikan dari kata *yuk* yang berarti mengajak. Kata ini tergolong dalam ragam percakapan dan memiliki ragam yang baku, yaitu kata *ayo*. Berdasarkan pembentukannya dapat diketahui bahwa kata *kuy* sudah mengalami dua kali perubahan. Merujuk kajian Psikolinguistik terkait produksi bahasa, seseorang akan memahami maksud sebuah ujaran berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya (Sapitri, 2019). Tentu saja kata *ayo*-lah yang tersimpan di memori seseorang. Hal ini sejalan dengan proses pemerolehan bahasa yang terjadi ketika masa kanak-kanak.

Seiring berjalannya waktu, kebiasaan berkomunikasi dengan menggunakan kosakata lain menjadikan seseorang juga ikut terpengaruh. Hal ini sejalan dengan teori Behavioristik yang menyatakan bahwa pemerolehan bahasa terjadi melalui kebiasaan. Adapun kebiasaan yang dimaksud adalah berkomunikasi secara intens (Sarjani dkk, 2021). Dalam hal ini, komunikasi intens yang dimaksud adalah komunikasi dengan cara saling berkomentar di akun TikTok Ria Ricis.

Namun, kasus pembalikan ini tidak sama dengan kata *asib*, *kane*, dan *ngasab*. Ketiga kata tersebut langsung dibalik dari kata aslinya. Pada awal munculnya kata pembalikan ini, para pengikut akun tersebut juga tidak paham maknanya. Setelah menyimak dan terus mengikuti berbagai komentar yang muncul, mereka menjadi paham dan ikut menggunakan kosakata tersebut. Mereka menjadi paham karena terbiasa. Hal ini selaras dengan teori Behavioristik pada pemerolehan bahasa (Purba, 2018).

Alasan penggunaan kata terbalik tersebut karena faktor kesenangan dan mengikuti tren atau gaya mutakhir (Sartika, 2021). Fenomena pembalikan ini memiliki dua sisi, yakni kebaikan dan kekurangan. Kelebihan fenomena ini adalah adanya kreativitas dari masyarakat pengguna bahasa, sedangkan kekurangannya berupa kebiasaan berbahasa yang tidak baik.

Aktivitas berbahasa pada dasarnya adalah kebiasaan. Dalam kebiasaan ini terdapat penerapan kaidah-kaidah kebahasaan. Jika sudah terbiasa menggunakan bahasa yang tidak baik pada komunikasi nonformal, baik lisan maupun tulisan, kebiasaan tersebut sangat mungkin akan terbawa pada situasi formal (Tacoronte, 2022).

Penyingkatan

Dalam KBBI V, penyingkatan berarti membuat jadi singkat, ringkas, atau pendek. Ini berarti bahwa kosakata tersebut dianggap panjang sehingga perlu dibuat menjadi lebih singkat, ringkas, atau pendek (Traxler, 2012). Berdasarkan data yang ada, kosakata yang disingkat aslinya memiliki dua atau lebih kata. Hal ini dianggap tidak praktis. Penyingkatan ini bertujuan agar praktis dan cepat. Hal tersebut berarti bahwa digunakannya kosakata ini karena percakapan dianggap dapat berjalan lebih cepat, terutama percakapan di media sosial.

Seperti yang diketahui, komunikasi di media massa, khususnya TikTok, terjadi sangat cepat. Dalam sekian detik, berbagai informasi sudah banyak beredar (Octavia & Sabardila, 2022). Hal ini juga dapat diketahui dari berbagai komentar yang ada di akun TikTok. Dalam beberapa detik, sudah banyak komentar yang masuk. Berbagai komentar ini cenderung menggunakan ragam nonformal.

Terdapat fenomena yang cukup menarik pada proses penyingkatan ini, yakni dilakukan pada kosakata yang berasal dari bahasa asing atau bukan kosakata bahasa Indonesia. Beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan dipilihnya cara ini adalah sebagai berikut. *Pertama*, pengucapan bahasa Inggris dianggap merepotkan oleh pengguna karena pelafalan atau cara mengucapkan kosakata tersebut belum tentu benar (Kusuma, 2016). Hal ini terjadi karena kosakata tersebut berasal dari bahasa asing. Mereka mendapatkan informasi tentang kosakata tersebut hanya dari menyimak perbincangan antarpemberi komentar. Oleh karena itu, mereka tidak mengetahui dengan benar cara pelafalan kosakata tersebut. Oleh karena itu, penyingkatan dipilih sebagai alternatif atau jalan keluarnya. *Kedua*, hal ini menjadikan pengguna kosakata tersebut menjadi kurang percaya diri (Khadimatovna, 2022). Pada umumnya, pengguna kosakata tidak memahami pelafalan atau ejaan kata tersebut. Oleh karena itu, pengguna lebih memilih cara yang aman, yaitu dengan hanya menuliskan huruf depan kata tersebut atau melakukan penyingkatan. Seperti yang diketahui, ejaan atau pelafalan bahasa Inggris tidak sama dengan bahasa Indonesia. Dengan kata lain, dalam bahasa Inggris, kecenderungan pelafalan kosakata tidak sama dengan ejaannya. Oleh karena itu, untuk menghindari kesalahan, pengguna melakukan penyingkatan kata. *Ketiga*, penyingkatan memang menjadikan lebih praktis dan menghemat waktu (Yasir, 2021). Jika masyarakat harus menulis atau mengucapkan kosakata tersebut secara lengkap, tentu saja akan memerlukan waktu dan ruang yang lebih banyak. Padahal, hanya dengan menyingkat atau menuliskan huruf awalnya kata, pengguna sudah memahami maksud kata tersebut. Hal inilah yang melatarbelakangi terjadinya penyingkatan dalam penggunaan bahasa di media sosial, khususnya untuk kosakata yang terdiri atas dua kata.

Fenomena penyingkatan ini juga menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia, khususnya pengguna media sosial TikTok, lebih senang menggunakan bahasa asing atau bahasa Inggris daripada bahasa Indonesia. Kebiasaan menggunakan bahasa seperti ini tentu saja akan berdampak pada kemampuan dan keterampilan berbahasa (Gunawan, 2013). Mengingat bahwa keterampilan berbahasa merupakan kebiasaan. Kebiasaan ini tentu saja kurang baik karena akan menurunkan sikap positif masyarakat terhadap bahasa Indonesia.

Memang tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi telah memudahkan informasi dan komunikasi (Diana, 2016). Namun, hendaknya hal tersebut tidak melunturkan sikap positif masyarakat terhadap bahasa Indonesia. Hal tersebut bukan berarti masyarakat tidak berhak mempelajari atau menguasai bahasa asing, tetapi hendaknya penguasaan dan keterampilan berbahasa Indonesia harus diutamakan.

Kebiasaan menggunakan kosakata yang disingkat akan terbawa pada aktivitas lain, terutama dalam komunikasi tertulis (Inderasari, Fadillah, & Tahe, 2020). Para pengguna seolah-olah menuliskan kosakata singkat tersebut secara otomatis. Hal ini terjadi karena faktor kebiasaan. Dalam teori Behavioristik disebutkan bahwa kebiasaan akan menjadi ilmu dan pengetahuan. Oleh karena itu, pengguna bahasa hendaknya juga perlu berhati-hati dalam mengunggah konten dan berkomentar di media sosial, termasuk di TikTok.

Penghilangan suku kata

Penghilangan suku kata yang dimaksud adalah suku kata terakhir pada setiap kata. Satu kata terdiri atas dua suku kata, misalnya. Maka, suku kata kedua atau suku kata terakhir dihilangkan atau tidak ditulis. Penghilangan ini sengaja dilakukan sebagai cara untuk membuat komunikasi menjadi lebih praktis (Kusnarto & Sujinah, 2019). Praktis di sini berorientasi pada waktu dan ruang. Artinya, pengguna kosakata tersebut tidak membutuhkan waktu lebih lama dan ruang lebih banyak untuk menuliskannya.

Kendati demikian, terdapat hal yang telah diabaikan. Walaupun terkesan praktis, penyingkatan ini justru menjadi tidak praktis dalam mencapai tujuan komunikasi. Tidak semua orang mengetahui dan memahami proses menghilangkan suku kata ini, contohnya kata *santai* yang diubah menjadi *san*. Tidak semua orang mengetahui makna perubahan kata tersebut, kecuali terdapat pedoman untuk memahami bahwa kata *san* yang dimaksud adalah *santai*. Penghilangan suku kata terakhir ini justru membuat komunikasi menjadi tidak lancar (Lestari, 2018).

Penghilangan ini memang sebenarnya adalah ciri khusus bagi komunitas atau kelompok tertentu. Penghilangan ini sengaja dilakukan walaupun orang lain di luar komunitas tidak mengerti. Penghilangan ini dilakukan sebagai salah satu bentuk identitas para pengguna media sosial (Ramlin, 2020). Para pengguna media sosial yang masuk kategori generasi Y dan milenial tentu saja tidak mengalami masalah dalam memahami maksud atau pesan yang disampaikan.

Pada kajian Fonologi, penghilangan suku kata seperti ini justru dianggap sebagai kesalahan. Kesalahan ini biasanya disebabkan interferensi bahasa lain, seperti bahasa ibu (Sugeha, 2017). Kasus pada bahasa di media sosial ini merupakan faktor kesengajaan dan tidak ada interferensi dari bahasa lain. Tentu saja kedua fenomena adalah fenomena yang berbeda.

Penghilangan suku kata ini justru menunjukkan adanya ketidaktaatan kaidah berbahasa, khususnya bahasa Indonesia. Perilaku ini menunjukkan bahwa pengguna bahasa di media sosial cenderung tidak taat asas (Muradi, 2018). Pengguna media sosial lebih memilih menggunakan bahasa sesuai kesepakatan kelompok meskipun kesepakatan tersebut tidak sesuai dengan kaidah. Hal ini mengingat komunikasi di media sosial memang biasanya tidak resmi dan cenderung santai.

Penghilangan suku kata ini akan menjadi kebiasaan. Kebiasaan ini akan menjadi ilmu dan pengetahuan bagi seseorang (Azizah, 2014). Hal ini sejalan dengan teori Behavioristik yang berfokus pada pemerolehan bahasa. Oleh karena itu, para pengguna media sosial hendaknya berhati-hati dalam memilih dan menggunakan bahasa. Ini sekaligus sebagai upaya untuk selalu membiasakan berbahasa dengan baik bagi siapa pun.

Akronim

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan akronim sebagai singkatan dengan menggabungkan huruf atau suku kata dan dilafalkan seperti kata. Kosakata di media sosial juga dapat berupa akronim. Sebagai sarana berkomunikasi, hendaknya akronim yang digunakan mudah dipahami (Arisanti, 2018). Namun, beberapa akronim di media sosial sulit dipahami, seperti akronim *komuk* yang berasal dari kata *kondisikan muka*.

Penggunaan akronim menandakan bahwa pengguna media sosial mengutamakan kecepatan. Akronim adalah salah satu bentuk penyingkatan kata. Penyingkatan berasal dari kata singkat yang berarti cepat atau pendek. Kemajuan teknologi yang sangat pesat berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Salah satunya adalah pesatnya laju informasi. Akronim sengaja digunakan untuk mempercepat dalam pengetikan atau ujaran tanpa mengurangi makna. Akronim ini diharapkan dapat melancarkan komunikasi, tetapi faktanya tidak semua orang memahami makna akronim yang digunakan.

Selain itu, akronim yang digunakan di media sosial cenderung berfungsi sebagai humor. Fenomena ini biasanya terjadi pada komunikasi tidak resmi. Penggunaan akronim *komuk* yang berasal dari *kondisikan muka*, misalnya. Untuk memahami maksud akronim ini, memang diperlukan konteks. Konteks yang menyertai akronim ini adalah seseorang yang memiliki kepercayaan diri walaupun secara fisik atau wajahnya biasa saja. Ujaran *kondisikan muka* merupakan reaksi dari kondisi tersebut. Secara umum, maksudnya adalah agar orang tersebut melakukan introspeksi diri dengan keterbatasan yang dimiliki. Orang-orang yang tidak memahami konteks penggunaan akronim tersebut dapat dipastikan tidak mengerti maksudnya. Selain itu, penggunaan akronim *komuk* dapat menimbulkan ketersinggungan jika antarsesama salah satu penutur tidak memahami makna akronim tersebut dan/atau tidak adanya relasi yang dekat antarpenutur.

Oleh karena itu, akronim juga sengaja digunakan sebagai penciri kelompok tertentu. Ketika sebuah akronim muncul, tentu saja belum banyak yang memahami maknanya. Dengan menyimak penggunaan akronim tersebut dalam berkomunikasi, penutur akan mengerti, memahami, dan ikut menggunakannya. Hal ini sejalan dengan teori Behavioristik yang menyatakan bahwa kebiasaan atau habituasi dapat menambah ilmu dan pengetahuan seseorang, terutama dalam pemerolehan bahasa.

SIMPULAN

Dari kebiasaan berbahasa di media sosial dapat diketahui karakter seseorang. Kebiasaan membalik, menyingkat, menghilangkan suku kata, dan mengakronimkan dilakukan dalam situasi tidak resmi. Alasan dilakukannya keempat hal tersebut adalah sebagai penciri kelompok, menandakan kedekatan, serta mengefisienkan waktu dan ruang. Hal tersebut menyebabkan penggunaan bahasa Indonesia di media sosial cenderung tidak taat kaidah. Padahal, selain ragam nonformal, seseorang juga harus menguasai penggunaan bahasa ragam formal. Oleh karena itu, lebih lanjut, perlu dilakukan kajian terhadap pengaruh kebiasaan berbahasa di media sosial terhadap keterampilan menulis dan atau berbicara formal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S., Indihadi, D., & Hodidjah, H. (2015). Analisis Penggunaan Bahasa Alay dalam Kosakata Bahasa Indonesia Siswa Sekolah Dasar. 1-8
- Alduais, A., Alfadda, H., Baraja'a, D., & Allegretta, S. (2022). Psycholinguistics: Analysis of Knowledge Domains on Children's Language Acquisition, Production, Comprehension, and Dissolution. *Children*, 9, 1471. <https://doi.org/10.3390/children9101471>
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Historis: Jurnal Kajian, Penelitian, & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150. DOI: <https://doi.org/10.31764/historis.v5i2.3432>
- Arisanti, Y. L. (2018). Penggunaan Akronim dan Singkatan dalam Media Sosial Facebook di Kalangan Remaja SMA Plus Multazam. *Jurnal Literasi*, 2(2), 104-112.
- Aritonang, D. R. & Dewi, S. N. (2022). Hubungan Psikolinguistik Terhadap Pemerolehan dan Pembelajaran Bahasa Anak. *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 7(1), 64-70. <https://doi.org/10.32696/jp2bs.v7i1.1204>
- Azizah, R. N. (2014). Kemampuan Bahasa Verbal Penderita Skizofrenia: Sebuah Studi Kasus. *Skriptorium*, 2(2), 97-105
- Damayanti, R., & Suryandari, S. (2017). *Psikolinguistik: Tinjauan Bahasa Alay dan Cyberbullying*. Surabaya: Kresna Bina Insan Prima.
- Daud, R. F. (2021). Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Bahasa Indonesia. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 252-269. DOI: <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.7539>
- Diana, N. (2016). Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Etika Berbahasa Mahasiswa. *Al - Mabhats*, 1(1), 134-147.
- Dimitrova, L. I., Vissia, E. M., Geugies, H., Hofstetter, H., Chalavi, S., & Reinders, A. A. T. S. (2021). No Self Without Salience: Affective and Self-Relevance Ratings of 552 Emotionally Valenced and Neutral Dutch Words. *Journal of Psycholinguistic Research*, 51, 17-32 <https://doi.org/10.1007/s10936-021-09784-1>
- Fitriah, L., Permatasari, A. I., Karimah, H., & Iswatiningsih, D. (2021). Kajian Etnolinguistik Leksikon Bahasa Remaja Milenial di Sosial Media. *Basastra: Jurnal Kajian Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(1), 1-20. <https://doi.org/10.24114/bss.v10i1.23060>
- Futrell, R., Wilcox, E., Morita, T., Qian, P., Ballesteros, M., & Levy, R. (2019). Neural Language Models as Psycholinguistic Subjects: Representations of Syntactic State. *Proceedings Of NAACL-HLT 2019*, 32-42 Minneapolis, Minnesota. <https://doi.org/10.18653/v1/N19-1004>
- Gunawan, F. (2013). Implikasi Penggunaan Bahasa Gaul Terhadap Pemakaian Bahasa Indonesia di Kalangan Siswa SMAN 3 Kendari. *AL-IZZAH*, 8(1), 56-72. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i1.23613>
- Hamzah, R. E. (2015). Penggunaan Media Sosial di Kampus dalam Mendukung Pembelajaran Pendidikan. *Wacana*, XIV (1), 45-70.
- Hasan. (2018). Psikolinguistik: Urgensi dan Manfaatnya Pada Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. *Jurnal Al Mi'yar*, 1(2), 1-18. <https://doi.org/10.35931/am.v1i2.41>
- Heidari, K. (2022). A Psycholinguistic Look at The Role of Field Dependence/ Independence In Receptive/Productive Vocabulary Knowledge: Does It Draw A Line? *Journal of Psycholinguistic Research*, 51, 1393-1408. <https://doi.org/10.1007/s10936-022-09905-4>
- Inderasari, E., Fadillah, R. L., & Tahe, P. (2020). Variasi Bahasa Slang Dalam Talkshow "Hitam Putih" Trans7. *LOA*, 15(1), 11-22. <https://doi.org/10.26499/loa.v15i1.2253>
- Kartika, R., Rita, R., & Soraya, R. (2020). Pengaruh Produksi Ujaran terhadap Pemerolehan Bahasa Pada Anak: Suatu Kajian Neuropsikolinguistik. *Bahastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 7-11. <https://doi.org/10.30743/bahastra.v4i2.3061>
- Kasiyan. (2015). Kesalahan Implementasi Teknik Triangulasi Pada Uji Validitas Data Skripsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Seni Rupa FBS UNY. *Imaji*, 13(1), 1 - 13. <https://doi.org/10.21831/imaji.v13i1.4044>
- Khadimatovna, A. M. (2022). Psycholinguistic Features of Slang Vocabulary in The National Language. *Eurasian Scientific Herald*, 7(April), 205-208

- Khodimatovna, A. M. (2021). Psycholinguistic Features Not Literary Words. *Linguistics and Culture Review*, 5(S2), 1115-1121. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS2.1800>
- Kusuma, A. B. (2016). Pemerolehan Bahasa Pertama Sebagai Dasar Pembelajaran Bahasa Kedua (Kajian Psikolinguistik). *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, 5(2), 117-141. <https://doi.org/10.36668/jal.v5i2.10>
- Kusnarto & Sujinah. (2019). Penerimaan (Reception) Masyarakat Surabaya terhadap Bahasa Gaul di Media Sosial. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 3(1), 128 – 145. <https://doi.org/10.30651/lf.v3i1.2640>
- Lestari, A. R. E. (2018). Kesadaran Fonologi Pada Anak Usia 3 Tahun. *FON: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 12(1), 59-66. <https://doi.org/10.25134/fjpbsi.v12i1.1521>
- Maghfur, A. A., Masruhan, M., & Indah, R. N. (2018). Language Used in Social Media and Its Impact Toward Teens Language Acquisition. *ICONQUHAS 2018*, October 02-04, Bandung, Indonesia, EAI. <https://doi.org/10.4108/eai.2-10-2018.2295456>
- Muradi, A. (2018). Pemerolehan Bahasa dalam Perspektif Psikolinguistik dan Alquran. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(2), 145-162. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i2.2245>
- Natsir, N. (2017). Hubungan Psikolinguistik Dalam Pemerolehan dan Pembelajaran Bahasa. *Retorika*, 10(1), 20-29. <https://doi.org/10.26858/retorika.v10i1.4610>
- Nurjanah, S., Millatuddiiniyyah, M. &, Nofianty, N. (2018). Pemerolehan Bahasa Anak Akibat Pengaruh Film Kartun (Suatu Tinjauan Psikolinguistik). *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia)*, 1(3), 385-390.
- Octavia, A., & Sabardila, A. (2022). Penggunaan Bahasa Prokem Dalam Grup Whatsapp Anggota Sanggar Teater Wejang Universitas Muhammadiyah Surakarta. *BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya*, 6(2), 225-240. <https://doi.org/10.17977/um007v6i22022p225-240>
- Phillips, C. & Parker, D. (2014). The psycholinguistics of ellipsis. *Lingua*, 151(part A), 78-95. <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2013.10.003>
- Prishandani, A., Nurainun, N., & Gustianingsih, G. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Berbahasa Pada Anak Praremaja Selama Pandemi: Kajian Psikolinguistik “The Effect of Social Media on Language Behavior in Pre-Adolescents During a Pandemic: A Psycholinguistic Study”. *Local Wisdom, Social and Arts LWSA Conference Series*, 05, 23-26. <https://doi.org/10.32734/Lwsa.V5i1.1315>
- Purba, N. (2018). The Role of Psycholinguistics in Language Learning and Teaching. *Tell Journal*, 6(1), 47-54. <https://doi.org/10.30651/tell.v6i1.2077>
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123-134. <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>
- Rahayu, P. (2019). Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak. *Al-Fathin*, 2 (Januari-Juni), 47–51. <https://doi.org/10.32332/al-fathin.v2i2.1423>
- Ramlin. (2020). Interferensi Fonologis Bahasa Tolaki Dalam Bahasa Indonesia Siswa Kelas X Sma Negeri 1 Tongauna. *Prosodi: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 14(2), 138-146. <https://doi.org/10.21107/prosodi.v14i2.8802>
- Sapitri, P. A. (2019). Psycholinguistic Correlates of Progress in Literature at Russian Vocational Training School: A Snap Shot From Selected Paper. *ELSYA: Journal of English Language Studies*, 1(1), 33-38. <https://doi.org/10.31849/elsya.v1i1.2616>
- Sarjani, A. I., Saputro, E., Ningsih, D. N., Sunarti, H., & Harun, Y. (2021). Pendekatan Psikolinguistik dan Faktor Psikologis terhadap Pola Interaksi Dalam Pembelajaran Bahasa. *Jurnal Taiyuu*, 02(01), 77-89.
- Sartika, S. (2021). Penggunaan Akronim di Media Sosial Instagram: Kasus Akun @Andovidalopez. *FKIP E-Proceeding*, [S.L.], P. 253-268, May 2021. ISSN 2527-5917. Available At: <<https://Jurnal.Unej.Ac.Id/Index.Php/Fkip-Epro/Article/View/24345>>. Date Accessed: 31 Dec. 2022.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

- Sugeha, A. Z. (2017). Variasi Pilihan Bahasa Pada Masyarakat di Kabupaten Probolinggo: Kajian Etnografis. *Etnolinguist*, 1(1), 125-144. <https://doi.org/10.20473/etno.v1i2.7397>
- Susanti, E. (2016). Glosarium Kosakata Bahasa Indonesia Dalam Ragam Media Sosial. *DIALEKTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(2), 229-250.
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379-398. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>
- Tacoronte, A. L. (2022). Contextual Factors Affecting The Use and Acquisition Of Affirmative Operators: A Methodological-Didactic Tool Based On Spanish. *Journal of Psycholinguistic Research*, 51, 1063–1082. <https://doi.org/10.1007/s10936-022-09881-9>
- Traxler, M. J. (2012). *Introduction to Psycholinguistics: Understanding Language Science*. London: John Wiley & Sons Ltd.
- Wirawan, G., & Andriany, U. N. (2018). Fenomena Penggunaan Bahasa Gaul di SMAN 4 Singkawang Kalimantan Barat (Suatu Tinjauan Psikolinguistik). Kongres Bahasa Indonesia, 1-12
- Yasir, M. (2021). Pemerolehan Bahasa Pertama Pada Anak Usia 9 Tahun: Kajian Pemerolehan Fonologi dan Ujaran. *Deiksis*, 13(3), 249-256. <https://doi.org/10.30998/deiksis.v13i3.10046>
- Zupan, B. & Eskritt, M. (2022). Validation of Affective Sentences: Extending Beyond Basic Emotion Categories. *Journal of Psycholinguistic Research*, 51, 1409–1429 <https://doi.org/10.1007/s10936-022-09906-3>