

## **IDENTIFIKASI PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DALAM KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN INSTAGRAM**

Aisyah Novianti<sup>1</sup>, Aulia Putri Br Manurung<sup>2</sup>, Fitria Rosy<sup>3</sup>, Kesya Oktariana Br Surbakti<sup>4</sup>,  
Lince Tabitha<sup>5</sup>

Universitas Negeri Medan<sup>1,2,3,4,5</sup>

[aisyahnov.4241260014@mhs.unimed.ac.id](mailto:aisyahnov.4241260014@mhs.unimed.ac.id)<sup>1</sup>, [auliaputri.4241260021@mhs.unimed.ac.id](mailto:auliaputri.4241260021@mhs.unimed.ac.id)<sup>2</sup>,  
[fitriarosy.4243560001@mhs.unimed.ac.id](mailto:fitriarosy.4243560001@mhs.unimed.ac.id)<sup>3</sup>, [kesya.4243560003@mhs.unimed.ac.id](mailto:kesya.4243560003@mhs.unimed.ac.id)<sup>4</sup>,  
[lincetabitha.4243260011@mhs.unimed.ac.id](mailto:lincetabitha.4243260011@mhs.unimed.ac.id)<sup>5</sup>

### **ABSTRAK**

Identifikasi penggunaan Bahasa Indonesia dalam konten media sosial TikTok dan Instagram dilakukan untuk mengetahui bentuk penggunaan bahasa yang digunakan masyarakat dalam komunikasi digital. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap unggahan, caption, serta komentar pada media sosial TikTok dan Instagram. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia di media sosial cenderung menggunakan bahasa tidak baku, bahasa gaul, singkatan, serta campuran Bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Selain itu, ditemukan pula beberapa kesalahan penggunaan bahasa, seperti ketidaktepatan penulisan kata, penggunaan struktur kalimat yang kurang efektif, dan campur kode dengan bahasa asing. Penggunaan bahasa tersebut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan kebiasaan komunikasi masyarakat di media sosial yang lebih mengutamakan kesan santai, ekspresif, dan menarik. Meskipun demikian, penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar tetap perlu diperhatikan agar fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional tetap terjaga di tengah perkembangan komunikasi digital.

**Kata Kunci:** Bahasa Indonesia, Media Sosial, TikTok, Instagram, Campur Kode, Bahasa Gaul.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the use of Indonesian in TikTok and Instagram social media content to determine the forms of language used in digital communication. The method used was a qualitative method with a descriptive approach. Data were obtained through observation and documentation of posts, captions, and comments on TikTok and Instagram. The analysis showed that the use of Indonesian on social media tends to involve informal language, slang, abbreviations, and a mixture of Indonesian and English. Furthermore, several language errors were also found, such as inaccurate spelling, ineffective use of structures, and code-mixing of sentences with foreign languages. This language use is influenced by the development of digital technology and people's communication habits on social media, which prioritize a relaxed, expressive, and engaging impression. Nevertheless,*

---

*proper and correct use of Indonesian still needs to be considered to ensure that its function as a national language is maintained amidst the development of digital communication.*

**Keywords:** *Indonesian, Social Media, TikTok, Instagram, Code Mixing, Slang.*

---

## **A. PENDAHULUAN**

Penggunaan bahasa Indonesia sangat berkaitan dengan pemilihan kode bahasa, norma sosial, dan sistem budaya yang berlaku dalam masyarakat. Oleh karena itu, etika berbahasa mencakup aturan-aturan berikut: (a) apa yang sebaiknya dikatakan dalam situasi dan kondisi tertentu kepada orang dengan status sosial dan budaya tertentu; (b) ragam bahasa yang paling sesuai untuk digunakan dalam konteks sociolinguistik dan budaya tertentu; (c) kapan dan bagaimana mengambil giliran berbicara serta menyela pembicaraan oranglain; (d) kapan sebaiknya kita diam; dan (e) bagaimana kualitas suara serta sikap fisik yang tepat saat berbicara (Izza Afkarina Ulinuha & Siti Nur Afifatul Hikmah, 2025).

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer diseluruh dunia, termasuk di Indonesia. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek dengan gaya dan ekspresi yang unik. Di TikTok, pengguna dapat menggunakan berbagai gaya bahasa dan ekspresi untuk menyampaikan pesan, menghibur penonton, dan berinteraksi dengan komunitas TikTok (Supriani et al., 2024).

Tingginya tingkat interaksi di TikTok tidak hanya memengaruhi sifat konten yang dikonsumsi tetapi juga membentuk kebiasaan linguistik: frasa baru, singkatan, ekspresi, dan peralihan kode muncul dan berkembang biak melalui teks, komentar, dan dialog singkat dalam video. Fenomena ini melahirkan dinamika ganda, berfungsi sebagai wadah kreativitas linguistik dan tantangan untuk pemanfaatan standar bahasa Indonesia dan norma-norma kesopanan dalam konteks formal. Variasi informal yang dilembagakan dalam komunitas virtual sering menjadi standar untuk komunikasi sehari-hari di antara teman sebaya; oleh karena itu, kecenderungan untuk menggunakan bahasa yang tidak standar cenderung meningkat, terutama dalam pertukaran kasual. Sebaliknya, paparan terus-menerus terhadap variasi tersebut membawa implikasi untuk kemahiran bahasa formal, terutama mengenai kemampuan untuk menulis dan memilih varietas bahasa yang sesuai dengan konteks tertentu (Dzahira et al., 2026).

Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok adalah media sosial yang disukai banyak orang. Media sosial tersebut menyediakan berbagai fitur seperti berbagi foto, video, hingga berbagi peristiwa yang sehari-hari kita alami juga dapat diunggah. Selain itu, pada media sosial juga terdapat kolom komentar, sehingga semua orang dapat mengomentari unggahan foto atau video yang ada pada akun. Pada kolom komentar tersebut semua orang dapat menuliskan komentarnya dengan berbagai macam bentuk tulisan, berbagai macam bentuk bahasa, dan berbagai macam bentuk kalimat. Komentar-komentar yang dituliskan tidak selalu baik, kadang ada yang lucu, ada yang kontroversial, dan ada juga yang tergolong kasar serta menyampaikan makian pada pemilik akun. Oleh karena itu, media sosial menjadi pilihan utama bagi orang-orang untuk mengekspresikan makian dalam bentuk tulisan dan diunggah, sehingga orang lain dapat dengan cepat mengetahui ungkapan makian yang kita tulis (Nur Irwansyah & Nurtiputra, 2024).

Kemajuan bahasa ini luar biasa Perkembangan yang tidak hanya ada secara ilmiah, tetapi benar-benar ada Juga perkembangan teknologi. Ini akan memicu kolaborasi Maju dalam bahasa karena teknologi dibuat dengan bahasa sebagai alat komunikasi antar manusia. Kemajuan Teknologi yang Muncul dan Mendominasi Hubungan Bahasa bisa ditemukan di media internet, atau lebih tepatnya di media sosial. Media sosial sendiri dapat digambarkan sebagai media online yang diciptakan oleh media sosial. Kecanggihan teknis terbaru dan memberikan kemudahan bagi pengguna Berinteraksi dan berpartisipasi satu sama lain atau dalam bentuk forum dan obrolan Sebuah representasi visual dari bahasa. Adanya peran besar bahasa Komunikasi di media sosial memudahkan perkembangan Bahasa (Supriani et al., 2024).

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengidentifikasian penggunaan Bahasa Indonesia dalam konten media sosial, khususnya pada platform TikTok dan Instagram. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola penggunaan bahasa, kreativitas pengguna, serta kesesuaiannya terhadap kaidah kebahasaan dalam konteks media sosial yang dinamis (Izza Afkarina Ulinnuha & Siti Nur Afifatul Hikmah, 2025).

Data penelitian diperoleh dari unggahan, caption, komentar, dan bentuk komunikasi lain yang terdapat pada media sosial TikTok dan Instagram. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi terhadap konten-konten yang mengandung penggunaan Bahasa Indonesia. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif dengan mengidentifikasi bentuk-bentuk penggunaan bahasa yang meliputi kesalahan ejaan, ketidaktepatan pemilihan diksi, campuran bahasa Indonesia dengan bahasa asing maupun bahasa gaul, serta penggunaan struktur kalimat yang tidak sesuai dengan kaidah tata bahasa Indonesia.

Hasil analisis digunakan untuk menggambarkan fenomena penggunaan Bahasa Indonesia di media sosial serta mengetahui pengaruh perkembangan media digital terhadap perubahan pola berbahasa masyarakat, khususnya di kalangan pengguna media sosial.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa konten dan komentar pada media sosial TikTok dan Instagram, ditemukan adanya penggunaan Bahasa Indonesia yang cenderung tidak baku, penggunaan bahasa gaul, singkatan, serta campuran bahasa asing dalam komunikasi digital. Bentuk penggunaan bahasa tersebut menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi masyarakat, khususnya di kalangan pengguna media sosial. Fenomena ini sejalan dengan penelitian Jurnal Penggunaan Bahasa di TikTok yang menyatakan bahwa media sosial mendorong berkembangnya variasi bahasa informal dalam komunikasi sehari-hari.



**Gambar 1. Dokumentasi komentar pada media sosial Instagram.**

Pada Gambar 1, terlihat penggunaan kalimat "*jujurly gw jg gtw*" yang merupakan bentuk campuran antara bahasa gaul dan singkatan. Kata "*jujurly*" merupakan modifikasi dari kata "*jujur*" yang dipadukan dengan akhiran bahasa Inggris "*-ly*", sedangkan "*gw*" dan "*gtw*" merupakan bentuk singkatan tidak baku dari "*gue*" dan "*tidak tahu*". Penggunaan bahasa seperti ini menunjukkan kreativitas pengguna media sosial dalam berkomunikasi, namun di sisi lain tidak sesuai dengan kaidah Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Fenomena penggunaan

campuran bahasa tersebut juga menunjukkan adanya pengaruh bahasa asing terhadap komunikasi digital masyarakat Indonesia.



**Gambar 2. Dokumentasi informasi pemberitaan pada media sosial TikTok.**

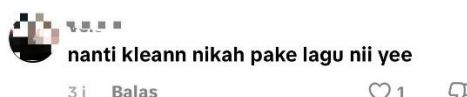
Pada Gambar 2, ditemukan penggunaan frasa “*Siap All Out*” dalam sebuah konten berita TikTok. Frasa tersebut memperlihatkan adanya pencampuran Bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris untuk memberikan kesan lebih menarik dan modern kepada audiens. Penggunaan istilah asing dalam media sosial menjadi salah satu bentuk perkembangan bahasa di era digital yang dipengaruhi oleh globalisasi komunikasi. Hal ini sesuai dengan penelitian *Dinamika Bahasa dalam Interaksi Digital* yang menyebutkan bahwa media sosial menjadi sarana berkembangnya variasi bahasa baru akibat pengaruh budaya digital dan komunikasi global.



**Gambar 3. Dokumentasi komentar pengguna pada media sosial Instagram.**

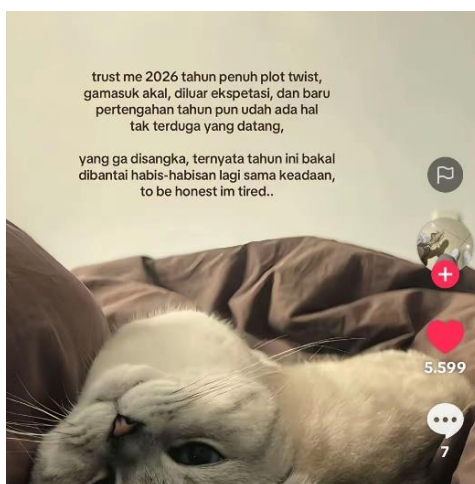
Pada Gambar 3, terlihat penggunaan kalimat “*when ya disukai balik*” yang menunjukkan adanya campur kode antara Bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Kata “*when*” merupakan

bahasa Inggris yang dalam Bahasa Indonesia dapat dibenarkan menjadi “ketika”. Jika ditulis sesuai kaidah Bahasa Indonesia yang baik dan benar, kalimat tersebut dapat diubah menjadi “*ketika disukai balik*”. Penggunaan kata asing dalam kalimat tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung mengikuti tren bahasa digital yang dianggap lebih menarik, santai, dan mudah dipahami oleh sesama pengguna media sosial. Selain itu, penggunaan bahasa seperti ini juga mencerminkan kreativitas komunikasi dalam media sosial, meskipun tidak sesuai dengan kaidah bahasa formal.



**Gambar 4. Dokumentasi komentar pengguna pada media sosial TikTok.**

Pada Gambar 4, terdapat komentar “*nanti kleann nikah pake lagu nii yee*” yang menunjukkan penggunaan bahasa gaul dan penulisan tidak baku dalam komunikasi media sosial. Kata “*kleann*” dapat dibenarkan menjadi “*kalian*”, kata “*pake*” seharusnya ditulis “*pakai*”, sedangkan kata “*nii*” dan “*yee*” merupakan bentuk penegasan informal yang umum digunakan dalam percakapan santai di media sosial. Jika ditulis sesuai kaidah Bahasa Indonesia yang baik dan benar, kalimat tersebut dapat diubah menjadi “*nanti kalian menikah memakai lagu ini, ya*”. Penggunaan bahasa seperti ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung menggunakan bahasa yang santai, ekspresif, dan mengikuti kebiasaan komunikasi digital untuk menciptakan kesan akrab dengan pengguna lainnya.



**Gambar 5. Dokumentasi unggahan konten pada media sosial TikTok.**

Pada Gambar 5, terlihat adanya campuran Bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dalam penyampaian kalimat pada media sosial. Penggunaan frasa “*trust me*” dalam Bahasa Indonesia dapat dibenarkan menjadi “percayalah”, sedangkan frasa “*to be honest i’m tired*” dapat diartikan menjadi “sejujurnya saya lelah”. Penggunaan bahasa Inggris di tengah kalimat Bahasa Indonesia menunjukkan adanya campur kode yang sering digunakan pengguna media sosial untuk memberikan kesan lebih modern, estetik, dan ekspresif. Selain itu, terdapat pula penggunaan kata tidak baku seperti “*gamasuk akal*” yang seharusnya ditulis “tidak masuk akal”, serta penulisan kalimat yang kurang efektif karena lebih mengutamakan unsur emosional dibandingkan kaidah bahasa formal. Jika ditulis sesuai dengan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, kalimat tersebut dapat disusun menjadi lebih jelas dan mudah dipahami. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung menggunakan bahasa santai dan kreatif dalam menyampaikan perasaan maupun pengalaman pribadi di media sosial.



**Gambar 6. Dokumentasi unggahan informasi pada media sosial Instagram.**

Pada Gambar 6, terlihat adanya penggunaan campuran Bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris pada kata “*blacklist*”. Kata tersebut dalam Bahasa Indonesia dapat dibenarkan menjadi “daftar hitam”. Penggunaan istilah bahasa Inggris dalam konten berita media sosial menunjukkan adanya pengaruh bahasa asing dalam komunikasi digital yang bertujuan agar informasi terdengar lebih modern dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial. Selain itu, terdapat penggunaan kalimat yang cukup panjang dan padat sehingga dapat membuat pembaca kesulitan memahami isi informasi secara cepat. Dalam Bahasa Indonesia formal, penyampaian

informasi sebaiknya menggunakan kalimat yang lebih efektif, jelas, dan sesuai dengan kaidah kebahasaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya memengaruhi gaya komunikasi masyarakat, tetapi juga memengaruhi penggunaan kosakata asing dalam penyampaian informasi sehari-hari.

#### **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan Bahasa Indonesia pada media sosial TikTok dan Instagram menunjukkan adanya banyak variasi bahasa yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan budaya digital. Pengguna media sosial cenderung menggunakan bahasa tidak baku, singkatan, bahasa gaul, serta campuran Bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dalam komunikasi sehari-hari. Penggunaan bahasa tersebut bertujuan untuk menciptakan kesan santai, menarik, dan ekspresif dalam berinteraksi di media sosial. Selain itu, ditemukan pula beberapa kesalahan penggunaan Bahasa Indonesia, seperti ketidaktepatan penulisan kata, penggunaan struktur kalimat yang kurang efektif, dan campur kode dengan bahasa asing. Meskipun fenomena tersebut menunjukkan kreativitas berbahasa di era digital, pengguna media sosial tetap perlu memperhatikan penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan konteks komunikasi agar nilai dan fungsi Bahasa Indonesia tetap terjaga.

##### **Saran**

Pengguna media sosial diharapkan dapat lebih memperhatikan penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam kegiatan komunikasi digital, khususnya pada platform TikTok dan Instagram. Penggunaan bahasa gaul, singkatan, maupun campuran bahasa asing sebaiknya digunakan sesuai dengan konteks agar tidak mengurangi nilai dan fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Selain itu, kesantunan dalam berbahasa di media sosial juga perlu diperhatikan agar tercipta komunikasi yang lebih baik dan tidak menimbulkan kesalahpahaman antar pengguna. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai penggunaan Bahasa Indonesia di media sosial dengan menggunakan data yang lebih luas dan platform yang lebih beragam. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat meneliti pengaruh penggunaan bahasa media sosial terhadap kemampuan berbahasa formal



masyarakat, khususnya di kalangan pelajar dan generasi muda.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Dzahira, B. K., Hulwani, S. Z., & Sibuea, P. (2026). *Jurnal Spektrum Ekonomi ANALISIS PENGARUH MASIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA KALANGAN GEN-Z DALAM PENERAPAN BAHASA*. 9(1), 93–96.
- Izza Afkarina Ulinnuha, & Siti Nur Afifatul Hikmah. (2025). Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Media Sosial : Antara Kreativitas Dan Norma Kebahasaan Pada Unggahan Di Media Sosial Instagram. *Jotika Journal in Education*, 4(2), 50–54.  
<https://doi.org/10.56445/jje.v4i2.166>
- Nur Irwansyah, & Nurtiputra, I. (2024). Penggunaan Makian Bahasa Indonesia Pada Media Sosial (Facebook, Instagram, Dan Tiktok). *Etnolingual*, 8(1), 24–47.  
<https://doi.org/10.20473/etno.v8i1.49278>
- Supriani, Y., Oktaviyanthi, R., & Suherman. (2024). Jurnal sosial dan sains. *Academia.Edu*, 4, 68–75.