

**SIAPA DIA? LIHATLAH BAHASA PADA MEDIA SOSIALNYA!  
(KAJIAN SOSIOLINGUISTIK MASYARAKAT INDONESIA)**

oleh  
Meilan Arsanti  
meilanarsanti@unissula.ac.id  
Universitas Islam Sultan Agung

**Sari**

Media sosial saat ini menjadi salah satu alat komunikasi yang digunakan warganet untuk mencurahkan gagasannya terhadap suatu masalah. Dalam bermedia sosial warganet menggunakan bahasa untuk mencurahkan gagasannya melalui tulisan pada status-statusnya. Penggunaan bahasa pada status media sosial warganet dari perspektif sosiolinguistik menjadi kajian dalam tulisan ini dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik warganet. Selain mengetahui karakteristik warganet, pada tulisan ini juga dibahas faktor-faktor penyebab pemilihan bahasa warganet dari hasil kajian teori-teori sosiolinguistik. Harapannya melalui tulisan ini dapat menambah kajian tentang bahasa pada masyarakat Indonesia dari aspek sosiolinguistik.

**Kata kunci:** media sosial, warganet, sosiolinguistik, masyarakat Indonesia

**Pendahuluan**

Mulutmu adalah harimaumu merupakan pepatah yang berarti setiap perkataan yang diucapkan harus dipikirkan terlebih dahulu agar tidak merugikan diri sendiri. Dengan kata lain, dalam berbicara harus berhati-hati agar tidak mengakibatkan sesuatu yang tidak baik terlebih pada era globalisasi seperti saat ini. Seiring dengan perkembangan zaman dan kecanggihan teknologi maka pepatah tersebut pun sering diplesetkan menjadi ‘jempolmu harimaumu’. Kecanggihan teknologi ini membawa dampak luar biasa karena bukan lagi mulut yang bicara melainkan jempol yang bicara.

Pada era di mana teknologi bisa mengubah dunia, masyarakat diubah layaknya robot yang dikendalikan oleh mesin. Fenomena ini terjadi akibat dari kemajuan teknologi yang sangat berdampak pada kehidupan sehari-hari masyarakat khususnya Indonesia sebagai negara pengonsumsi kemajuan teknologi. Tidak hanya berpengaruh pada bidang teknologi saja, tetapi berpengaruh juga terhadap bahasa, sosial, dan budaya masyarakat Indonesia karena antara bahasa, sosial, dan budaya saling berkaitan.

Indonesia merupakan salah satu negara pengguna teknologi dan internet terbanyak di dunia. Dari data yang diberikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet

untuk mengakses jejaring sosial. Selanjutnya mengutip dari laman Kemenkominfo (2017), Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), Selamatta Sembiring mengatakan, “Situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah *Facebook* dan *Twitter*. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna *Facebook* terbesar setelah USA, Brazil, dan India.”

Kehadiran gaway di tengah-tengah kehidupan masyarakat Indonesia menguak tabir karakter masyarakat Indonesia itu sendiri. Gaway yang digunakan sebagai alat komunikasi kini berhasil mengubah pola komunikasi masyarakat Indonesia. Dulu masyarakat Indonesia terkesan malu dan tidak berani untuk berpendapat atau sekadar menyampaikan sesuatu kepada orang lain atau pihak tertentu walaupun Indonesia merupakan negara yang berasas demokrasi di mana masyarakat diperbolehkan untuk terbuka dan bebas berpendapat. Pada masa itu hanya orang-orang tertentu yang bisa menyuarakan pendapatnya. Namun, kini dengan kehadiran gaway masyarakat berani dan bebas berpendapat tentang semua hal yang ada di Indonesia maupun dunia. Melalui media sosial yang diakses dari gaway masing-masing, masyarakat dapat dengan mudah mengetahui informasi dan memberikan pendapat atas informasi yang didapat tersebut. Bahkan masyarakat yang aktif berkomunikasi dengan media sosial berani langsung berpendapat atau mengkritik presiden sebagai orang nomor satu di Indonesia, padahal dulu ketika menyebut nama presiden saja masyarakat sudah gemetar apalagi sampai berani mengkritiknya.

Warganet atau *netizen* merupakan sekelompok masyarakat yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupannya. Warganet tersebut merupakan masyarakat tutur yang anggota-anggotanya setidak-tidaknya mengenal satu variasi bahasa dan norma-norma yang sesuai dengan penggunaannya (Fishman dalam Chaer dan Agustina 2010:36). Dalam bermedia sosial warganet ini bebas mengakses informasi apa saja melalui internet dan media sosial seperti masalah politik, pemerintahan, ekonomi, sosial, kesehatan, pendidikan, dan lain-lain sesuai dengan keinginannya. Misalnya tentang isu-isu politik dan pemerintahan Indonesia, warganet dapat dengan mudah mendapatkan informasi di manapun dan kapanpun. Seperti belakangan ini tentang imbauan Panglima TNI tentang pemutaran film G30S PKI yang banyak menuai komentar dari warganet. Banyak warganet yang menyatakan pendapatnya melalui akun media sosial masing-masing. Mengenai hal tersebut warganet menyatakan persetujuannya tentang pemutaran film G30S PKI, tetapi banyak pula warganet yang menyatakan ketidaksetujuannya dengan pemutaran film tersebut. Hal tersebut menjadi reaksi masyarakat Indonesia terhadap imbauan yang dilakukan oleh Panglima TNI.

Tanggapan masyarakat yang diwakili oleh warganet tersebut selanjutnya menjadi opini publik. Opini publik tersebut sering kali dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk memprovokasi atau menghasut masyarakat dengan tujuan tertentu. Banyak pihak yang dirugikan akibat opini publik yang beredar di masyarakat, tetapi banyak pula pihak yang merasa diuntungkan

dengan opini publik tersebut. Dalam hal ini media sosial bagi warganet atau oknum-oknum tertentu menjadi dua mata pisau tajam yang dapat memberikan keuntungan dan kerugian. Jika warganet dapat memanfaatkan media sosial dengan baik maka dapat mendatangkan keuntungan, tetapi jika tidak bisa memanfaatkan dengan baik maka dapat memberikan kerugian baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

Kehadiran media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Youtube*, *Telegram*, *Instagram*, dan lainnya yang sudah menjamur di tengah-tengah masyarakat kemudian dimanfaatkan oleh warganet untuk memperoleh dan menyebarkan informasi. Oleh karena itu, tidak heran jika informasi saat ini sangat mudah didapat dan sangat cepat disebarluaskan. Selain itu, ada juga warganet yang memanfaatkan media sosial mereka sebagai lahan mencari uang yaitu dengan membuat *online shop*. Namun, ada juga warganet yang hanya memanfaatkan media sosial sebagai tempat bercerita tentang kehidupan mereka. Berkaitan dengan hal ini, siapa warganet itu bisa ditelusuri dari status-status yang diunggah di media sosialnya.

Dari semua pemanfaatan media sosial tersebut semuanya berpotensi mendatangkan keuntungan dan kerugian. Dengan mudah dan cepatnya informasi yang berkembang di media sosial, berdampak pada beredarnya informasi-informasi yang belum tentu kebenarannya atau yang sering disebut dengan *hoax*. Hal tersebut tentunya merugikan bagi pihak-pihak tertentu, tetapi ada pula pihak yang merasa diuntungkan. Maraknya informasi-informasi *hoax* tersebut biasanya muncul menjelang pemilu. Para tim sukses dari tokoh yang dicalonkan akan bekerja keras untuk memenangkan calon tersebut sehingga bisa menang dalam pemilu. Cara apapun dilakukan salah satunya dengan membuat dan menyebarkan informasi *hoax* yang bertujuan untuk menyerang pihak lawan. Dengan beredarnya informasi *hoax* tadi ternyata membawa dampak luar biasa karena warganet cenderung mempercayai dan terprovokasi. Oleh karena itu, warganet dapat dengan mudah memberikan reaksi terhadap informasi *hoax* yang sengaja disebarkan oleh pihak-pihak tertentu. Bentuk reaksi tersebut merupakan ekspresi diri warganet atau masyarakat baik yang pro maupun yang kontra terhadap informasi yang diperoleh. Ekspresi tersebut diungkapkan melalui akun media sosial mereka masing-masing. Jadi, warganet pada posisi pro atau kontra semua bisa dilihat dari gagasan-gagasan yang dituangkan pada status-status media sosialnya.

Lain hal dengan warganet yang memanfaatkan media sosial untuk berdagang dengan *online shop*-nya. Warganet yang mempunyai *online shop* tersebut dapat dilihat dari unggahan pada media sosial yang berisi iklan produk-produknya. Jadi, bahasa yang digunakan pada media sosialnya pun berisi tentang ajakan untuk merayu warganet lain sehingga mau membeli produk di *online shop*-nya. Demikian halnya dengan warganet yang hanya memanfaatkan media sosial sebagai tempat curahan hati dan kehidupan pribadinya. Dalam media sosialnya warganet mencurahkan apa yang ada di pikiran dan perasaan mereka mulai dari masalah keluarga, masalah dengan pasangan, masalah dengan teman, masalah di tempat kerja, di sekolah, atau sedang mengunjungi suatu tempat atau bahkan saat warganet makan pun tak luput untuk

diunggah di media sosial mereka. Oleh karena itu, pada laman media sosialnya penuh dengan curahan hati dan kegiatan pribadinya.

Fenomena tersebut jika dianalisis secara mendalam maka dapat digunakan untuk mengungkap siapa sebenarnya warganet mulai dari sifat atau karakternya, pemikirannya terhadap sesuatu hal, pendidikannya, hingga pekerjaannya. Selain itu, faktor-faktor penyebab penggunaan dan pemilihan bahasa warganet juga dapat diketahui. Dengan keberagaman bahasa yang digunakan masyarakat Indonesia maka kajian tentang bahasa di masyarakat menjadi lebih menarik. Dalam hal ini bahasa yang digunakan masyarakat pada akun media sosialnya dikaji atau dianalisis dari perspektif sosiolinguistik dengan tujuan untuk mengetahui karakter warganet dari aspek kajian bahasa berdasarkan unggahan-unggahan pada media sosialnya dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil analisis tersebut sebagai bagian dari kajian sosiolinguistik tentang bahasa dan masyarakat Indonesia.

Istilah sosiolinguistik itu sendiri baru muncul pada tahun 1952 dalam Kaya Haver C Currie (dalam Rochman 2009) yang menyatakan perlu adanya kajian mengenai hubungan antara perilaku ujaran dengan status sosial. Oleh karena itu, untuk mengetahui hubungan antara perilaku ujaran yang ditulis oleh warganet dengan status sosial mereka maka perlu dikaji dari perspektif sosiolinguistik.

### **Bahasa dan Media Sosial sebagai Cerminan Masyarakat Indonesia**

Antara media sosial, bahasa, dan masyarakat mempunyai ikatan erat. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi dengan bahasa. Bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi, dalam arti, alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep, atau juga perasaan (Chaer dan Agustin 2010:14). Akan tetapi, dalam sosiolinguistik konsep bahwa bahasa adalah alat atau berfungsi untuk menyampaikan pikiran dianggap terlalu sempit seperti yang disampaikan oleh Fishman (dalam Chaer dan Agustin 210:14) bahwa yang menjadi persoalan sosiolinguistik adalah “*who speak what language to whom, when and to what end*”. Oleh karena itu, fungsi-fungsi bahasa itu antara lain dapat dilihat dari sudut penutur, pendengar, topik, kode, dan amanat pembicaraan.

Mengacu pendapat tersebut maka masyarakat atau warganet dalam berkomunikasi misalnya pada media sosial dapat dianalisis dari penutur, pendengar, topik, kode, dan amanat pembicaraan. Misalnya terkait kebijakan *full day school* oleh Mendikbud beberapa waktu lalu warganet langsung bereaksi di media sosial. Warganet banyak yang tidak mendukung kebijakan tersebut dengan mencurahkan gagasannya melalui akun media sosial. Gagasan tersebut pun dicurahkan berdasarkan pengalaman pribadinya. Dalam hal ini gagasan tersebut dapat dianalisis dari penuturnya. Siapa yang menulis gagasannya tersebut pada media sosialnya? Dari hasil kajian ternyata gagasan tersebut ditulis oleh seorang ayah yang kasihan melihat anaknya yang sangat kelelahan setelah belajar di sekolah sampai sore, sehingga tidak setuju dengan kebijakan *full day school*.

Lebih lanjut Chaer dan Agustin (2010:15) menjelaskan bahwa dari sudut penutur bahasa berfungsi personal atau pribadi. Misalnya, penutur menyatakan sikap terhadap apa yang dituturkannya. Penutur bukan hanya mengungkapkan emosi lewat bahasa, tetapi juga memperlihatkan emosi itu sewaktu menyampaikan tuturannya. Dalam hal ini pihak pendengar atau pembaca juga dapat menduga apakah si penutur sedih, marah, atau gembira.

Penggunaan bahasa pada masyarakat baik yang disampaikan secara lisan maupun tulisan, baik diungkapkan secara langsung maupun tidak langsung atau disampaikan melalui media apapun, pada dasarnya tujuan utamanya adalah untuk berkomunikasi atau menyampaikan gagasan kepada orang lain. Penggunaan bahasa tersebut menjadi ciri khas atau identitas masyarakat yang pada akhirnya adalah menjadi identitas suatu bangsa. Identitas berkaitan dengan karakter (sikap atau kepribadian) bangsa. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, bahasa juga berfungsi sebagai alat untuk membangun karakter (Widjono dalam Delfia 2012). Karakter berkaitan dengan sikap cerdas, lamban, bodoh, malas, atau rajin. Dengan demikian, bangsa Indonesia menjadi bangsa yang berkarakter seperti apa bisa dilihat dari karakter masyarakatnya apakah gemar membaca, apakah malas, apakah cerdas, apakah mudah emosi, atau mudah terprovokasi atau yang lainnya. Karakter-karakter tersebut tidak hanya bisa dilihat dari perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari saja, tetapi bisa dilihat dari penggunaan bahasanya. Dalam hal ini bisa dilihat pada bahasa yang digunakan dalam mencurahkan gagasan mereka pada media sosial. Apakah warganet suka mengeluh, mudah marah, mudah diprovokasi, suka pamer, tidak punya uang atau banyak uang, suka membaca atau tidak, dari golongan masyarakat ekonomi bawah, tengah atau atas, berpendidikan tinggi atau tidak, bekerja sebagai apa, dan lain-lain yang mencerminkan karakter masyarakat Indonesia.

Pada tulisan ini, karakter yang dimaksud ialah karakter yang berkaitan dengan kecerdasan seseorang dalam berbahasa atau yang sering disebut sebagai kecerdasan linguistik. Kecerdasan berbahasa tersebut meliputi keterampilan dalam memilah-milah kata-kata yang digunakan dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Dari cara berbahasa dan cara memilih kata untuk diucapkan tersebutlah, maka dapat dipahami seperti apa karakter dan kepribadian seorang individu, sekelompok masyarakat, dan suatu bangsa. Demikian halnya kecerdasan berbahasa warganet dalam mencurahkan gagasannya melalui tulisan yang selanjutnya diunggah pada akun media sosial mereka. Apakah warganet mempunyai karakter keras, mudah emosi, lemah-lembut, santun atau penyayang, atau religius.

Warganet yang mempunyai karakter keras biasanya pada unggahan di media sosial sering menggunakan kata-kata kasar atau jorok. Dalam memberikan komentar atau gagasan tentang suatu masalah juga diungkapkan dengan nada emosi. Akan tetapi, berbeda dengan warganet yang berkarakter lemah-lembut biasanya akan lebih santun dalam mencurahkan gagasannya. Biasanya dengan kalimat-kalimat yang menggunakan kata-kata konotatif atau menggunakan kata-kata indah yang diungkapkan dalam bentuk puisi atau rangkaian kata-kata bijak. Lain halnya dengan

warganet yang bersifat religius yang selalu menggunakan kutipan-kutipan surat dalam Alquran maupun hadist dalam mencurahkan gagasannya terhadap suatu masalah di media sosial. Misalnya warganet terlibat kasus hutang-piutang dengan warganet lainnya dan hendak menagih hutang, tetapi tidak serta merta menagih dengan kata-kata yang langsung mengutarakan maksudnya. Kata-kata atau kalimat yang digunakan biasanya menggunakan kutipan-kutipan ayat dalam Alquran yang berisikan tentang dosa berhutang atau dosa tidak membayar hutang.

Sebagai salah satu negara terbanyak pengguna internet dan media sosial di dunia maka cerminan karakter masyarakat Indonesia dapat dilihat dari media sosialnya. Memang dari 200 juta jiwa lebih jumlah penduduk Indonesia, hanya 63 juta jiwa yang aktif menggunakan internet. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Jadi, dari jumlah tersebut menjadi sampel cerminan karakter masyarakat Indonesia saat ini.

### **Faktor-Faktor Pemilihan Bahasa Masyarakat di Media Sosial**

Berdasarkan data pengguna internet di Indonesia sebanyak 95 persen yang menggunakan internet untuk mengakses media sosial maka dapat diidentifikasi faktor-faktor pemilihan bahasa pada media sosialnya. Dari hasil kajian berbagai teori tentang pemilihan bahasa, maka pada tulisan ini penulis menyimpulkan pemilihan dan penggunaan bahasa masyarakat atau warganet di media sosial dilaterbelakangi oleh faktor-faktor berikut ini.

#### **1) Pendidikan**

Faktor yang pertama adalah pendidikan. Warganet yang berpendidikan tinggi tentunya menyadari bahwa harus berhati-hati ketika menulis status atau mengunggah sesuatu pada media sosialnya. Jangan sampai apa yang dilakukan di media sosialnya justru menjadi bumerang untuk dirinya apalagi dengan adanya UU ITE Pasal 27 Ayat 3 Tahun 2008. Karena media sosial bagai dua mata pisau tajam yang dapat memberikan keuntungan dan kerugian maka harus digunakan dengan sebaik-baiknya. Warganet yang berpendidikan tinggi tentunya dapat memilah dan memilih apa saja yang bisa diunggah pada media sosialnya. Misalnya tidak terlalu mencurahkan masalah pribadinya seperti pasangan, istri, kekayaan, atau aset lain yang dimiliki. Biasanya warganet yang berpendidikan tinggi akan mengunggah hal-hal seputar kegiatannya yang bersifat informatif, misalnya kegiatan selama mengikuti seminar atau perjalanan dinas, atau kegiatan lainnya yang tidak bersifat privasi. Dilihat dari pilihan kata dan tata kalimat pun lebih sopan dan tertata sehingga jarang sekali menulis atau mengunggah status ‘alay’ yang tidak mencerminkan ia berpendidikan tinggi. Dalam mencurahkan pendapatnya terhadap isu-isu yang sedang hangat dibicarakan publik pun warganet yang berpendidikan tinggi akan sangat berhati-hati. Biasanya pendapat yang ditulis lebih bersifat objektif atau netral. Namun, berbeda dengan warganet yang tidak berpendidikan tinggi. Misalnya anak sekolah atau mahasiswa atau masyarakat yang hanya berpendidikan rendah dalam menulis atau mengunggah sesuatu di akun media sosial mereka lebih fulgar dan tidak

hati-hati. Bahkan terkadang masalah privasi mereka juga diunggah di media sosial. Kebanyakan dari mereka masalah yang diunggah adalah curahan hati yang bersifat privasi dengan bahasa yang kurang memperhatikan kata-kata dan susunana kalimatnya.

## **2) Status Sosial**

Selain tingkat pendidikan, status sosial warganet juga menjadi faktor pemilihan bahasa di media sosial. Antara pejabat, pegawai, buruh, pengangguran, atau masih berstatus pelajar atau mahasiswa atau sudah berkeluarga tentu bahasa yang digunakan pada media sosialnya berbeda. Sebagai pejabat biasanya hal-hal yang diunggah di media sosialnya terkait aktivitas atau pekerjaannya seperti ketika rapat, melakukan kunjungan kerja, mendapat kunjungan dari pimpinan, melakukan kegiatan sosial di masyarakat, dan lain-lain. Bahasa yang digunakan pun bersifat informatif dengan tujuan dapat diketahui oleh masyarakat atau warganet. Berbeda dengan pegawai atau buruh yang dalam unggahan di media sosialnya terkait keluhan tentang besaran gaji, kebutuhan hidup, atau pembagian waktu kerja. Lain lagi bagi warganet yang masih berstatus pelajar atau mahasiswa yang mengunggah kegiatan-kegiatan selama di sekolah, keluhan tentang tugas yang menumpuk, dan keluhan tentang teman atau pasangan dengan bahasa alay yang sangat mereka gemari. Begitu juga dengan warganet yang sudah berkeluarga yang biasanya mengunggah hal-hal terkait rumah tangganya. Terkadang masalah yang sedang dialami oleh keluarga diunggah di media sosial. Karena dalam media sosial tidak dituntut untuk selalu menggunakan bahasa formal maka warganet pada umumnya menggunakan ragam bahasa Indonesia yang tidak formal dalam mengunggah status-statusnya bahkan banyak pula yang menggunakan bahasa daerahnya.

## **3) Pekerjaan**

Unggahan warganet pada media sosialnya juga dipengaruhi oleh faktor pekerjaan. Antara dokter, dosen atau guru, konsultan, pengusaha, pedagang, karyawan, dan pekerjaan lainnya akan sangat berbeda dalam menuliskan gagasan-gagasannya di media sosial mereka. Warganet yang berprofesi sebagai dokter dalam menulis status atau gagasannya biasanya terkait info kesehatan dengan menggunakan istilah-istilah kedokteran yang tidak semua warganet memahaminya. Selain info kesehatan hal yang diunggah biasa terkait aktivitasnya sebagai dokter. Berbeda dengan guru atau dosen yang biasanya menulis status tentang aktivitasnya selama mengajar, prestasi-prestasi siswanya, hal-hal menarik dari siswanya, atau terkait kebijakan-kebijakan pemerintah tentang pendidikan. Bahasa yang digunakan oleh dosen atau guru biasanya lebih sopan dan tertata karena termasuk pada kategori berpendidikan tinggi. Lain halnya dengan konsultan, pengusaha, dan pedagang yang lebih persuasif dalam menuliskan status-statusnya di media sosial dengan tujuan untuk mencari konsumen sebanyak-banyaknya.

## **4) Agama**

Warganet yang mempunyai sisi religius biasanya menulis status tentang hal-hal yang berbau agama sesuai agama yang dianutnya. Biasanya yang dicurahkan pada media sosial terkait harapan dan doa, usaha menyampaikan ajaran agamanya dengan cara dakwah baik melalui video ataupun tulisan yang diunggah dengan ayat-ayat Alquran atau hadist untuk yang beragama Islam. Bahasa yang digunakan pun bersifat persuasif karena untuk memberitahu dan mengajak warganet lainnya untuk melakukan apa yang diajarkan agamanya.

#### **5) Jenis Kelamin**

Jenis kelamin juga mempengaruhi pemilihan bahasa warganet pada media sosial. Antara wanita dan pria akan menggunakan bahasa yang berbeda dari aspek tema maupun pilihan kata. Warganet yang berjenis kelamin wanita lebih cenderung menggunakan bahasa yang lebih halus atau sopan dalam menuliskan statusnya di media sosial. Hal-hal yang diunggah pun biasanya tentang dunia wanita seperti hal kecantikan, *fashion*, dan curahan hati terhadap lawan jenis. Lain halnya dengan warganet yang berjenis kelamin pria yang cenderung semaunya sendiri dalam menuliskan statusnya. Dengan kata lain, pria lebih cenderung tidak memusingkan urusan tata tulis seperti pemilihan kata maupun kalimat. Mereka hanya menuliskan apa yang ada dipikiran mereka secara spontan dengan tidak memperhatikan tata bahasa bahkan biasanya ada yang terlewat fulgar dalam mencurahkan gagasannya terhadap suatu hal. Hal-hal yang diunggah biasanya terkait olahraga, otomotif, pengalaman adventur, artis-artis cantik, dan lain-lain yang digemari oleh kaum pria.

#### **6) Usia**

Berkaitan dengan usia pemilihan bahasa pada media sosial usia anak, remaja, ABG, dan dewasa sangat berbeda. Bahkan tingkat kedewasaan seseorang dapat ditelusuri dari unggahan-unggahan di media sosialnya. Warganet yang masih pada usia anak, remaja, hingga ABG lebih cenderung menggunakan bahasa alay dalam mengunggah aktivitas mereka. Mereka sama sekali tidak memperhatikan bahasa yang digunakan karena lebih mementingkan faktor kesenangan dan sesuka hati mereka. Akan tetapi, warganet yang sudah memasuki usia dewasa bahkan tua akan lebih memperhatikan bahasa yang digunakan dalam mengunggah tentang diri mereka di media sosial. Setidaknya masih lebih sopan dan tertata dibandingkan bahasa yang digunakan warganet yang berusia anak-anak atau remaja.

#### **7) Lingkungan dan Keluarga**

Di mana bumi diinjak di situ langit dijunjung. Di mana warganet berada di situ terlihat kebiasaannya. Artinya warganet yang tinggal di lingkungan dan keluarga yang baik tentunya pilihan bahasanya pun lebih baik dibandingkan dengan warganet yang berada di lingkungan dan keluarga yang kurang baik. Warganet yang tinggal di lingkungan dan keluarga yang baik pilihan bahasanya akan lebih sopan. Akan tetapi, warganet yang tinggal di lingkungan dan keluarga yang kurang baik bahasa yang digunakan pun kurang sopan bahkan lebih fulgar dengan kata-kata yang tidak pantas diucapkan baik di kehidupan nyata maupun di dunia maya.



### **Bijakalah dalam Bersosial Media**

Pemerintah telah resmi memberlakukan UU ITE Pasal 27 Ayat 3 Tahun 2008 yang melarang setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Dengan diberlakukannya UU ITE tersebut telah terjadi beberapa kasus pelanggaran terkait penggunaan media sosial yang berujung pada jeruji besi.

Oleh karena pasal 27 ayat 3 UU ITE yang biasa disebut dengan “pasal karet” menjadi undang-undang yang berbahaya maka hendaknya warganet harus bisa lebih bijak dan berhati-hati dalam menulis status atau mengunggah konten tertentu di media sosial. Dalam tulisan ini penulis tegaskan sekali lagi bahwa media sosial merupakan dua mata pisau tajam yang bisa menguntungkan dan merugikan penggunanya. Jika tidak bisa memanfaatkan dengan baik dan tidak bijak dalam bermedia sosial maka akan menjadi bumerang untuk dirinya sendiri. Terlebih lagi jika diterapkan oleh pihak-pihak yang tak paham soal dunia maya. Selain itu, pasal tersebut juga bisa digunakan dengan mudah untuk menjerat dan membungkam orang-orang atau warganet yang memberikan pendapat atau kritik yang berpotensi merugikan pihak-pihak tertentu.

### **Penutup**

Berdasarkan paparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik atau identitas masyarakat bisa dilihat dari bahasa pada media sosialnya. Berbagai karakter dari warganet bisa dilihat dari unggahan-unggahan status media sosial. Apakah warganet tersebut mempunyai karakter pemaarah, penyayang, religius, suka pamer, konsumtif atau pencitraan semua bisa ditelusuri dari status yang diunggah. Hal tersebut harus dipahami karena karakter warganet tersebut mencerminkan budaya dan identitas masyarakat Indonesia sebagai salah satu negara terbesar pengguna media sosial di dunia. Dari kebiasaan atau karakter tersebut bisa jadi dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu yang ingin mengambil keuntungan.

Dalam bermedia sosial warganet menggunakan bahasa dalam mencurahkan atau mengunggah statusnya. Penggunaan bahasa pada media sosial tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu 1) pendidikan, 2) status sosial, 3) pekerjaan, 4) agama, 5) jenis kelamin, 6) usia, dan 7) lingkungan dan keluarga. Dengan diberlakukannya UU ITE Pasal 27 Ayat 3 Tahun 2008 maka hendaknya warganet bisa berhati-hati dan bijak dalam menggunakan media sosial. Hal tersebut agar tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain.

### **Daftar Pustaka**

Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Delfia, Eli. 2012. “Bahasa Cerminan Identitas dan Karakter Bangsa”.  
<https://www.gentaandalas.com/bahasa-cermin-identitas-dan-karakter-bangsa>  
(Diunduh 28 September 2017).

Kemenkominfo.2017. “Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang”.  
[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+:+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+:+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker) (Diunduh 28 September 2017).

Rochamn, Fathur. 2009. “Sosiolinguistik, Pemilihan Bahasa, dan Status Sosial”.  
<https://fathurrokhmancenter.wordpress.com/2009/05/11/sosiolinguistik-pemilihan-bahasa-dan-masyarakat-multilingual/> (Diunduh 28 September 2017).

UU ITE Pasal 27 Ayat 3 Tahun 2008.