

## **ESKALASI BAHASA *INDOGLISH* DALAM RUANG PUBLIK MEDIA SOSIAL**

**Wahyu Oktavia**

Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Pos-el korespondensi: oktaviawahyu17@gmil.com

### ***ABSTRACT***

*Indoglish is a unique and unique form of language and is a blend of English and Indonesian. The purpose of this study is to describe the phenomenon of indoglish language escalation in the public space of social media. The form of this study is descriptive qualitative which as a whole utilizes the methods of interpretation by presenting it in the form of descriptions of words. Research data comes from various written languages obtained from facebook, whatsapp and instagram.. Data collection is used the method of note and note. Data analysis techniques are carried out through data reduction, data presentation and verification. The results of the study show that there are a) form of indoglish language, b) classification of indoglish languages based on Indonesian elements in foreign languages and foreign elements in Indonesian, c) factors that cause indoglish language namely age, linguistic, historical, foreign language influences, word needs new, equivalent Foreign or non-standard words, and social and cultural.*

**Keywords:** *indoglish language; public space; social media*

### **ABSTRAK**

*Indoglish* merupakan bentuk bahasa yang khas serta unik dan merupakan perpaduan antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan fenomena eskalasi bahasa *indoglish* dalam ruang publik media sosial. Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang secara keseluruhan memanfaatkan cara-cara penafsiran dengan menyajikannya dalam bentuk deskripsi kata-kata. Data penelitian berasal dari berbagai macam bahasa tulis yang diperoleh dari *facebook*, *whatsapp* dan *instagram*. Pengumpulan data digunakan metode simak dan catat. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data dan di simpulkan. Hasil penelitian menunjukkan adanya (a) wujud bahasa *indoglish*; (b) klasifikasi bahasa *indoglish* berdasarkan unsur Indonesia dalam bahasa asing dan unsur asing dalam bahasa Indonesia; (c) faktor penyebab terciptanya bahasa *indoglish*, yaitu faktor usia, kebahasaan, kesejarahan, pengaruh bahasa asing, kebutuhan kata yang baru, padanan kata asing atau tidak baku, dan sosial budaya.

**Kata kunci:** bahasa *indoglish*; ruang publik; media sosial

#### **A. PENDAHULUAN**

Masalah kebahasaan di Indonesia tidak terlepas dari kehidupan masyarakat pendukungnya. Dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah terjadi

berbagai perubahan, baik sebagai akibat tatanan kehidupan dunia yang baru, globalisasi, maupun sebagai dampak perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat. Kondisi itu telah

memengaruhi perilaku masyarakat Indonesia.

Salah satu latar belakang munculnya masalah kebahasaan, yaitu bentuk *indoglish*. *Indoglish* adalah wujud gengsi atau *prestise* bagi sebagian masyarakat. Fenomena ini sering digunakan oleh kaum selebritas di Indonesia yang menyebar pada masyarakat. Penutur merasa sangat bergengsi ketika menggunakan bentuk-bentuk *indoglish*. Penggunaan unsur-unsur bahasa asing dalam bahasa Indonesia, baik dalam wacana atau kalimat sangat berkaitan dengan sikap bahasa. Sikap bahasa seperti itu merupakan sikap bahasa yang kurang positif, kurang bangga terhadap bahasa Indonesia, dan sebenarnya tidak perlu terjadi. Sebagai bangsa Indonesia, kita harus bangga terhadap bahasa Indonesia. Oleh karena itu, agar tidak mengurangi nilai kebakuan bahasa Indonesia yang digunakan, unsur-unsur bahasa asing tidak perlu digunakan dalam pemakaian bahasa Indonesia.

Fenomena *indoglish* ini sering muncul ketika sesama remaja berkomunikasi dengan berbagai macam latar belakang. Pemakaian *indoglish* dalam masyarakat banyak didominasi oleh kaum muda atau remaja. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut anak remaja sedang mencari jati diri dengan berbagai macam cara untuk berekspresi, salah satunya dengan bahasa sebagai sarana untuk mencurahkan isi hati dan pemikirannya (Saddhono, 2017:249).

Kata-kata dalam bahasa Inggris yang telah memiliki padanan dalam bahasa Indonesia tidak perlu digunakan dalam pemakaian bahasa Indonesia. Unsur bahasa asing yang diserap ke dalam bahasa Indonesia harus mempertajam daya ungkap bahasa Indonesia dan harus memungkinkan orang menyatakan makna konsep atau gagasan secara tepat. Penyerapan unsur bahasa asing itu harus dilakukan dengan selektif, yaitu kata serapan yang dapat mengisi kekosongan konsep dalam khazanah bahasa

Indonesia. Di samping itu, kata tersebut memang diperlukan dalam bahasa Indonesia untuk memperkaya kepentingan daya ungkap bahasa Indonesia untuk mengiringi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi Indonesia modern. Bahasa-bahasa *indoglish* banyak ditemukan di ruang publik.

Penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik merupakan kewajiban bagi setiap masyarakat Indonesia, dan kebijakan penertiban penggunaan bahasa di tempat dan layanan umum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 Pasal 30 yang berbunyi “Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam pelayanan administrasi publik di instansi pemerintahan.” Batasan salah satu ruang publik yang digunakan adalah media sosial (Hendrastuti, 2015:31).

Perkembangan dunia teknologi media sosial menjadi salah satu pilihan dalam mendapatkan informasi. Seperti halnya media cetak, media sosial juga memiliki peran penting dalam pengembangan bahasa Indonesia. Tidak hanya mengenalkan berbagai kosa kata dan produk kebahasaan lainnya, juga melakukan pembinaan kepada masyarakat untuk berbahasa Indonesia yang benar.

Di tengah arus perkembangan zaman kehadiran media salah satunya tidak terlepas dari media sosial yang berfungsi untuk memberikan informasi. Perkembangan bahasa sangat pesat karena pertukaran informasi sangat cepat di lingkungan pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kemajuan teknologi sehingga istilah-istilah yang mutakhir dan bahasa Indonesia belum mempunyai padanan kata yang tepat. Oleh karena itu, penelitian berkaitan dengan wujud bahasa *indoglish*, klasifikasi bahasa *idoglish* dan faktor pemakaian bahasa *indoglish* di media sosial, khususnya *indoglish* yang dilakukan oleh mahasiswa sangat diperlukan guna mengidentifikasi motif munculnya *indoglish* tersebut. Fokus kajian

*indoglish* ini yakni penggunaan bahasa Indonesia dan Inggris di media sosial yang mencerminkan fenomena *indoglish*. Fenomena *indoglish* ini sering terjadi di media sosial sebagai sarana peristiwa tutur yang tidak formal. Hal ini dikarenakan dalam peristiwa-peristiwa tutur yang tidak formal itulah muncul bentuk-bentuk kebahasaan natural, yang dalam konteks penelitian linguistik sesungguhnya harus dijadikan referensi untuk menggambarkan pola bahasa yang digunakan dalam bentuk fenomena *indoglish* di media sosial.

Penelitian yang relevan, yaitu menurut Saddhono (2017) dalam prosiding yang berjudul “Bahasa dan Etika dalam Sosial Media: Kajian Sociolinguistik di Perguruan Tinggi Indonesia” persamaan penelitian ini terletak pada media sosial yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang digunakan. Dalam penelitian sebelumnya subjek yang dipilih adalah mahasiswa yang ada di perguruan tinggi dan pada penelitian ini subjek yang dipilih adalah masyarakat pengguna sosial media.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Retno Hendrastuti (2015) dalam jurnalnya yang berjudul “Variasi Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Kota Surakarta” persamaan penelitian terlihat pada objek yang digunakan, yaitu sama-sama mengkaji tentang bahasa ruang publik, namun yang membedakan dengan penelitian sebelumnya terletak pada pembatasan media ruang publik. Penelitian sebelumnya hanya fokus pada ruang publik di kota Surakarta sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan fokus pada ruang publik media sosial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fenomena eskalasi bahasa *indoglish* dalam ruang publik media sosial. Manfaat penelitian ini, yaitu memberikan pemahaman yang jelas berkaitan dengan fenomena kebahasaan yang ada di sekitar kita. Pemahaman yang

baik berkaitan dengan pemakaian bahasa yang ada akan berdampak pada interaksi yang lebih baik. Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis mengenai wujud, klasifikasi dan faktor penyebab terciptanya bahasa *indoglish*.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Bahasa Indoglish**

Penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional berpengaruh terhadap perkembangan bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia menjadi lebih bervariasi dengan adanya gabungan atau tambahan dari bahasa Inggris ataupun dari bahasa Inggris yang diserap ke bahasa Indonesia sehingga terdapat pula fenomena *indoglish* (Indonesia-Inggris) (Rahardi, 2014:5).

Saddhono (2016:30) menambahkan bahwa bahasa *indoglish* (Indonesia-Inggris) adalah sebuah istilah yang sering digunakan untuk pemakaian bahasa Inggris yang masih bernuansa budaya dan bahasa Indonesia. *Indoglish* merupakan bentuk bahasa yang khas dan unik di mana bentuk yang ada merupakan perpaduan antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. *Indoglish* menjadi bentuk yang istimewa karena sering digunakan oleh komunitas tertentu di tengah masyarakat. Perpaduan bahasa Indonesia dan Inggris yang digunakan secara bersama-sama memberikan kesan yang khas dan identik dengan kehidupan komunitas tertentu yang lekat dengan kehidupan akademis dan memiliki intelektual tinggi.

### **2. Ruang Publik**

Ruang publik adalah ruang yang berfungsi untuk tempat menampung aktivitas masyarakat, baik secara individu maupun secara kelompok, di mana bentuk ruang publik ini sangat tergantung pada pola dan susunan masa. Tipologi ruang publik di antaranya adalah jalan, taman bermain, perbelanjaan dalam ruang, pasar serta media sosial. Menurut

Habermas ruang publik adalah ruang di mana warga negara bisa berunding mengenai hubungan bersama mereka sehingga merupakan sebuah arena institusi untuk berinteraksi pada hal-hal yang berbeda (Kadarsih, 2008:1).

Ruang publik secara ideal harus memiliki tiga hal, yaitu responsif, demokratis, dan bermakna. Responsif dalam arti ruang publik adalah ruang yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan dan kepentingan luas yang memiliki fungsi lingkungan hidup. Artinya ruang publik dapat digunakan oleh masyarakat umum dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya serta akses bagi berbagai kondisi fisik manusia. Memiliki arti ruang publik harus memiliki tautan antara manusia, ruang, dan dunia luas dengan konteks sosial. Dengan kata lain, ada sistem pemaknaan dalam ruang publik (Hakim, 2013:56).

### 3. Media Sosial

Media sosial adalah jenis media yang menyediakan sarana yang dipergunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya (Effendy, 1989:45). Berbeda dengan pendapat Nur (2017:16) yang mengatakan bahwa media sosial adalah sarana penunjang bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan akan informasi maupun hiburan.

Lebih luas menurut Prastika dan Agus (2017:47) media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis daring yang membangun ideologi dan teknologi. Media sosial memiliki ciri, yaitu pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun banyak orang-orang, pesan yang disampaikan bebas, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dan penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Media sosial memiliki fungsi utama, yaitu menginformasikan, mendidik, membentuk opini pendapat,

dan menghibur. Bukan hanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi, namun media sosial juga digunakan untuk mengeluarkan keluh kesah dan sumpah serapah.

Media sosial yang sering digunakan saat ini dan banyak menggunakan bahasa *indoglish* adalah *instagram*, *whatsapp* dan *facebook*. *Instagram* merupakan aplikasi yang sangat populer pada saat ini yang banyak memberikan kelebihan karena media ini digunakan untuk mengirimkan foto, gambar dan kata-kata yang memunculkan komentar (Zakiah, 2017:21). *Whatsapp* adalah jejaring media sosial yang lebih mengutamakan pada percakapan pribadi dan kelompok dengan cara menyimpan nomor telepon terlebih dahulu (Oktavia, 2018:319). Berbeda dengan *facebook* yang merupakan jejaring media sosial yang digunakan dengan bergabung antar satu komunitas dengan komunitas lainnya untuk melakukan koneksi untuk mendapatkan informasi (Mujahidah, 2013:107).

### C. METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang secara keseluruhan memanfaatkan cara-cara penafsiran dengan menyajikannya dalam bentuk deskripsi kata-kata (Sugiyono, 2014:34). Pada hakikatnya penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki (Mardalis, 1999:26).

Wujud data penelitian berasal dari berbagai macam bahasa tulis yang diperoleh dari *facebook*, *twitter*, *youtube*, *blog*, dan lain sebagainya. Sebagai sarana bermedia sosial dan bersosialisasi antara satu orang dengan lainnya yang di dalamnya terdapat bentuk-bentuk kebahasaan yang secara linguistik

mencampurkan bahasa Indonesia dan Inggris. Bentuk-bentuk kebahasaan yang merupakan *indoglish* inilah objek sasaran penelitian ini. Adapun sumber data penelitian ini adalah berbagai cuplikan tulisan yang diambil secara autentik dari pemakaian bahasa dalam ranah media sosial *facebook*, *twitter*, *youtube*, *blog*, dan lain sebagainya secara keseluruhan.

Pengumpulan data digunakan metode simak dan catat seperti yang lazim dilakukan dalam penelitian linguistik. Penyimakan dilakukan dengan mencermati bahasa-bahasa yang digunakan ketika menuliskan status atau ide dan gagasannya di dalam *facebook*, *twitter*, *youtube*, *blog*, dan lain sebagainya yang di dalamnya terdapat bentuk-bentuk *Indoglish*. Setelah itu data-data yang sudah simak kemudian dicatat berdasarkan klasifikasi data yang sudah dibuat. Analisis data dilakukan dengan menerapkan metode distribusional. Metode analisis dilakukan setelah data dalam penelitian pemakaian dalam *facebook*, *twitter*, *youtube*, *blog*, dan lain sebagainya lalu dikumpulkan dan diklasifikasi dengan baik. Selanjutnya dilakukan interpretasi data, dan data yang telah diinterpretasi kemudian hasilnya disajikan secara tidak formal. Maksudnya, hasil analisis itu dirumuskan dalam bentuk kata-kata.

Teknik analisis data menurut (Sugiyono, 2014:247) dapat dilakukan melalui reduksi data (*data reduction*) dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Penyajian data (*data display*) merupakan upaya peneliti untuk menyajikan data sebagai suatu informasi yang memungkinkan untuk mengambil kesimpulan, dengan menampilkan data maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Kesimpulan yang merupakan tahapan

terakhir dengan mencari hubungan kejadian sebab akibat, persamaan atau perbedaan, susunan deskripsi dari hasil observasi, serta hasil dokumentasi yang disusun secara sistematis.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga klasifikasi rumusan masalah untuk menganalisis data, antara lain sebagai berikut.

##### 1. Wujud Bahasa *Indoglish*

Wujud bahasa *indoglish* bisa dilihat dari penggalan percakapan yang diambil dari berbagai media sosial berikut.

##### Data 1

- Tiya : 'Jangan lupa gaes, mampir ke *cofe shop*. Akan *didiscount* bagi 20 orang pertama yang datang duluan.'
- Jani : 'Wah boleh tuh kak, sekalian *didelivery* boleh?'
- Egi : 'Setuju banget, boleh juga itu idenya.'
- Tiya : 'Boleh...syarat *didelivery* pemesanan harus bayar dengan *cash* minimal belanja 30K.'
- Egi : 'Aku juga mau.'
- Jani : 'Pesan 2 *pisang goreng crispy*, dan 3 *stroberi milk*.'
- Tiya : 'Alamat pengiriman di mana kak?'
- Jani : '*Kenanga street* No. 32 Bulakan, Kalimantan Barat.'
- Tiya : 'Mohon ditunggu.'

Data 1 di atas merupakan wujud percakapan di media sosial *facebook* yang menawarkan pembukaan kafe kedai kopi baru dengan banyak diskon yang ditawarkan.

##### Data 2

- Adi : 'Apa rencanamu akhir pekan ini?'
- Cia : 'rencana sih mau daftar seminar karena batas akhir

- mengupload* proposal seminar besok lusa’
- Adi : ‘Wahhh, semoga cepat *direlease* ya sob.’
- Cia : ‘Terima kasih. Eh kau tak ikut *workshop* di UNS ya?’
- Adi : ‘Rencana ikut, tapi aku telat daftar kemarin.’
- Cia : ‘Owalah, yaudah kalau begitu. *Btw* hari ini kamu libur gak? Ke *mall* yuk’
- Adi : ‘Oke, tapi nanti temenin aku *supermarket* dulu ya? Ku mau beli *bolu chesee* sama *stroberi milk* cemilan buat sahur’
- Cia : ‘Oke *bosque*’

Data 2 di atas merupakan wujud percakapan di media sosial *whatsapp* mengenai kegiatan yang akan dilakukan di akhir pekan.

### Data 3

- Nisa : ‘Yuk *sist* jilbab saudia yang motif banyak pilihannya’
- Nana : ‘boleh yang warna hijau tosca, kak, kalau boleh *tau* pembayarannya via transfer atau *cash*?’
- Nisa : ‘*Cash* kak, nanti kita COD’
- Nana : ‘Berarti gak *didelivery* ya kak?’
- Nisa : ‘Kalau mau *didelivery* nanti tambah ongkir kak’
- Nana : ‘Waduh...ini sedang *emergency* kak, soalnya jilbabnya mau dipakai wisuda besok’
- Nisa : ‘Boleh kak, nanti kita *delivery* secara langsung, tinggal kirim alamatnya saja’
- Nana : ‘*Thanks* atas informasinya.’

Data 3 di atas merupakan wujud percakapan dalam *instagram* yang menginformasikan bagi Nana yang ingin segera membeli jilbab untuk acara wisuda.

## 2. Klasifikasi Bahasa *Indoglish*

Bentuk pengklasifikasian bahasa *indoglish* dapat dilihat dari dua unsur, yaitu

unsur Indonesia dalam bahasa asing dan unsur asing dalam bahasa Indonesia, dengan begitu dapat dijelaskan sebagai berikut.

### a. Unsur Indonesia dalam Bahasa Asing

Pada penelitian ini penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik di media sosial ditandai dengan penggunaan bahasa Indonesia murni dan penggunaan bahasa Indonesia yang digabung dengan bahasa lain. Selain itu tercampurnya bahasa Indonesia dengan bahasa asing menjadi kombinasi bahasa yang baru. Penggunaan kombinasi atau pencampuran dua bahasa antara bahasa Inggris dengan bahasa asing disebabkan karena kurangnya kesadaran dalam mencintai bahasanya sendiri dan kurangnya sosialisasi untuk berbahasa Indonesia yang baik dan benar. Unsur Indonesia dalam bahasa asing dapat dilihat dari adanya pemunculan fonem, dan penambahan kata.

#### 1) Pemunculan fonem

Pemunculan fonem yakni munculnya bunyi dalam sebuah morfologis kata yang pada mulanya tidak ada. Pemunculan fonem ini ditandai dengan adanya pengimbuhan awalan *meN-*, *di-*, dan akhiran *-nya*, seperti pada temuan data berikut.

<i>mendownload</i>	(mengunduh)
<i>mengupload</i>	(mengunggah)
<i>didiscount</i>	(diringankan)
<i>diupdate</i>	(diperbaharui)
<i>diundo</i>	(dikembalikan)
<i>dicover</i>	(diubah)
<i>didelivery</i>	(dikirim)
<i>direlease</i>	(diterbitkan)
<i>keywordnya</i>	(kata kuncinya)

#### 2) Penambahan kata

Penambahan kata adalah suatu proses penambahan kata yang dibubuhkan pada kata selanjutnya atau sebelumnya untuk menjadi susunan kata yang memiliki arti atau makna. Adapun

dalam penambahan kata dapat dilihat dengan temuan data sebagai berikut.

warung <i>up normal</i>	(warung sedang sepi)
kenanga <i>street</i>	(jalan kenanga)
pisang goreng <i>crispy</i>	(pisang goreng renyah)
bolu <i>chese</i>	(bolu rasa keju)
stroberi <i>milk</i>	(susu rasa stroberi)

### b. Unsur Asing dalam Bahasa Indonesia

Dalam penelitian ini penggunaan unsur bahasa asing juga ditemukan pada ruang publik di media sosial. Penggunaan bahasa asing yang ditemukan meliputi penggunaan bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Inggris dapat berupa kata atau ungkapan bahasa Inggris murni atau dicampur dengan bahasa lain.

#### 1) Adopsi

Pemakai bahasa mengambil bentuk dan makna kata asing itu secara keseluruhan yang terserapnya bahasa asing karena pemakai bahasa tersebut mengambil kata bahasa asing yang memiliki makna sama secara keseluruhan tanpa mengubah lafal dan ejaan. Dapat terlihat dari beberapa temuan berikut.

<i>mall</i>	(mal)
<i>supermarket</i>	(supermarket)
<i>café</i>	(kafe)

#### 2) Penerjemahan

Penerjemahan berarti pemakai bahasa mengambil konsep yang terkandung dalam bahasa asing itu, kemudian kata-kata tersebut dicari padanan katanya. Adapun dapat terlihat dengan temuan data sebagai berikut.

<i>try out</i>	(uji coba)
<i>workshop</i>	(lokakarya)
<i>check-in</i>	(persiapan keberangkatan)
<i>traveling</i>	(jalan-jalan)
<i>cash</i>	(pembayaran tunai)

<i>emergency</i>	(darurat)
<i>tour</i>	(perjalanan)
<i>meeting room</i>	(ruang bertemu)
<i>coffee shop</i>	(kedai kopi)
<i>souvenir</i>	(bingkisan)

### 3. Faktor Penyebab Terciptanya Bahasa Indoglish

#### a. Faktor Usia

Usia merupakan salah satu rintangan sosial yang membedakan kelompok-kelompok manusia. Kelompok manusia ini akan memungkinkan timbulnya sedikit banyak memberi warna tersendiri pada kelompok itu. Usia akan mengelompokkan masyarakat menjadi kelompok kana-kanak, remaja, dan dewasa. Tentu saja batas usia tidak bisa secara tepat kita pastikan.

#### b. Faktor Kebahasaan

Bahasa itu berkembang atau bahasa itu diturunkan dari generasi ke generasi. Dalam perkembangan ini makna kata-kata tertentu mengalami perubahan. Perubahan makna tersebut karena faktor yang berhubungan dengan fonologi, morfologi dan sintaksis. Adapun contoh faktor kebahasaan, yaitu seseorang lebih menggunakan kata *update* daripada kata *diperbaharui*.

#### c. Faktor Kesejarahan

Kesejarahan (*historical causes*) yang dapat dilihat dari faktor objek, institusi, ide dan konsep ilmiah. Faktor kesejarahan sangat berkaitan dengan hubungan perkembangan kata seperti kata *mengakbiri* yang memiliki padanan kata dengan *menutup*.

#### d. Faktor Pengaruh Bahasa Asing

Perubahan bahasa yang satu terhadap bahasa yang lain tidak dapat dihindarkan. Hal itu disebabkan oleh adanya interaksi antar sesama bangsa. Itu sebabnya pengaruh bahasa asing terhadap bahasa Indonesia juga tidak dapat dihindarkan. Misalnya seseorang lebih

dominan menggunakan bahasa asing daripada bahasa Indonesia pada kata *cash* yang berarti pembayaran yang dilakukan secara tunai. Selain itu terlihat juga penggunaan kata *workshop* daripada lokakarya.

**e. Kebutuhan Kata yang Baru**

Kebutuhan kata yang baru dapat dijelaskan dari kebutuhan pemakai bahasa. Telah diketahui bahwa pemikiran manusia sangat berkembang terus sesuai dengan kebutuhannya. Kebutuhan tersebut memerlukan nama atau kata yang baru karena bahasa adalah alat komunikasi. Dengan kata lain manusia berhadapan dengan ketiadaan kata atau istilah baru yang mendukung pemikirannya.

**f. Padanan Kata Asing atau Tidak Baku**

Penyimpangan penggunaan bahasa pada ruang publik media sosial juga dapat disebabkan oleh tidak adanya padanan kata asing atau tidak baku. Fenomena tersebut bisa saja dilihat dengan adanya kata yang dimaksud dan padanan katanya, namun dengan adanya padanan kata yang tidak sering digunakan dapat menghilangkan kata aslinya tersebut. Dengan demikian, padanan kata asing yang dimaksud adalah mengadopsi istilah daerah-daerah atau istilah asing yang digunakan untuk mengartikan kata dalam bahasa Indonesia.

**g. Sosial dan Budaya**

Secara umum, fenomena penggunaan bahasa pada ruang publik di media sosial sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial dan budaya masyarakat Surakarta yang heterogen. Perbedaan etnis, tingkat pendidikan, usia, serta latar belakang ekonomi, sosial, politik, dan budaya sangat berpengaruh pada penggunaan bahasa yang beragam pula. Produsen menggunakan ragam bahasa yang disesuaikan dengan target pasar

sebagai komponen komunikasi tersebut dengan memfungsikan ruang publik sebagai tempat memperkenalkan dan memasarkan apa yang dibuat serta layanan kepada masyarakat.

**E. SIMPULAN**

*Indoglish* merupakan bentuk bahasa yang khas dan unik di mana bentuk yang ada merupakan perpaduan antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Dari fenomena bahasa di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena eskalasi bahasa *indoglish* dalam media sosial banyak menggunakan bahasa-bahasa baru yang diklasifikasikan berdasarkan: (a) wujud bahasa *indoglish*; (b) klasifikasi bahasa *indoglish* berdasarkan unsur Indonesia dalam bahasa asing dan unsur asing dalam bahasa Indonesia; dan (c) faktor penyebab terciptanya bahasa *indoglish*, yaitu faktor usia, kebahasaan, kesejarahan, pengaruh bahasa asing, kebutuhan kata yang baru, padanan kata asing atau tidak baku, dan sosial budaya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Effendy, O. U. (1989). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Mandar.
- Hakim, R. (2013). Pengelolaan Ruang Terbuka Hijau Berbasis Tata Pemerintahan yang Baik di Jakarta Indonesia. *Prosiding Konferensi Nasional Bahasa dan Sastra IV*, 228-243.
- Hendrastuti, R. (2015). Variasi Penggunaan Bahasa Pada Ruang Publik di Kota Surakarta. *Kandai*, 11(1), 29-43. Diperoleh dari <http://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/kandai/article/view/214>
- Kadarsih, R. (2008). Demokrasi dalam Ruang Publik: Sebuah Pemikiran Ulang Untuk Media Massa Indonesia. *Dakwah*, 9(1), 1-12. Diperoleh dari <http://ejournal.uin->



- suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/433
- Mardalis. (1999). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mujahidah. (2013). Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) sebagai Media Komunikasi. *Lentera*, 15(1), 101-114. Diperoleh dari [https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/lentera\\_journal/article/view/196](https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/196)
- Nur, D. A. (2017). Korelasi Antara Motif dan Kepuasan Khalayak dalam Menonton Program Sinetron Anak Jalanan. *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Octavia, W. (2018). Variasi Jargon Chatting *Whatsapp* Grup Mahasiswa Tadris Bahasa Indonesia. *Kata*, 2(2), 317-325. Diperoleh dari <http://ejournal.kopertis10.or.id/index.php/kata/article/view/3644>
- Prastika, O. K. & Agus, B. W. (2017). Merintis Etika Berbahasa di Media Sosial. *Prosiding Konferensi Nasional Bahasa dan Sastra IV*, 58-68.
- Rahardi, R. K. (2014). Bahasa 'Indoglish' dan 'Jawanesia' dan Dampaknya Bagi Pemertabatan Bahasa Indonesia. *Kajian Linguistik dan Sastra*, 26(1), 1-21. Diperoleh dari <http://journals.ums.ac.id/index.php/KLS/article/view/4076><http://journals.ums.ac.id/index.php/KLS/article/view/4076>
- Saddhono, K. (2017). Bahasa dan Etika dalam Sosial Media: Kajian Sosiolinguistik di Perguruan Tinggi Indonesia. *Prosiding Konferensi Nasional Bahasa dan Sastra IV*, 248-254.
- Saddhono, K. & Rakhmawati, A. (2016). Indoglish Phenomenon: The Adaptation of English into Indonesian Culture. *Ponte*, 72(3), 29-35. doi: 10.21506/j.ponte.2016.3.22
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zakiah. (2017). Citra Diri Mahasiswa IAIN Surakarta sebagai Pengguna Media Sosial Instagram. *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta.

