

KARAKTERISTIK KONTEN DAN PENGGUNAAN BAHASA PADA KONTEN INSTAGRAM DAN YOUTUBE

I Gusti Ngurah Ratnadi, I Gede Sumerta Yasa, Ayu Fitri Hardiyanti

Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar

ngurahratnadiinfo@gmail.com

Abstrak

Peran krusial media sosial dalam menghubungkan masyarakat menjadi semakin terasa pada kondisi pandemi COVID-19 saat ini. Salah dua media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah Instagram dan YouTube. Selain sebagai media interaksi, dua situs ini juga tersedia akses belajar Bahasa Inggris yang menarik dan murah didukung fitur audio-visual dan konten-konten terverifikasi dari penutur asli seperti BBC Learning English di Instagram dan Learn English with TV Series di YouTube. Kajian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konten dan penggunaan bahasa pada konten di dua akun tersebut dengan metode kualitatif deskriptif melalui penelaahan fitur variasi bahasa berdasarkan pendekatan stilistika dan Netspeak dari Crystal (2001). Ditemukan bahwa dari tujuh fitur variasi bahasa, muncul lima fitur yaitu graphic, orthographic, lexical, phonetic, dan phonological. Dari segi medium Netspeak, Instagram cenderung memiliki karakteristik speech-like sedangkan YouTube cenderung memiliki karakteristik writing-like.

Kata kunci: YouTube, Instagram, fitur variasi bahasa, Netspeak

Pendahuluan

Peran krusial media sosial dalam menghubungkan masyarakat menjadi semakin terasa di tengah krisis kesehatan global yang diakibat oleh COVID-19 di mana terjadi dispersi spasial dan temporal karena pembatasan sosial. Kondisi ini juga mendorong media sosial untuk mendominasi keseharian masyarakat dan menjadi bagian integral dari kehidupan mereka baik sebagai pendukung pekerjaan maupun media rekreasi.

Miller *et al.* (2016) menyatakan bahwa media sosial seharusnya tidak hanya dipandang sebagai wadah untuk mengunggah sesuatu tetapi lebih kepada konten apa yang telah diunggah. Ini menegaskan bahwa media sosial harus dipandang dari perspektif yang produktif alih-alih terjebak dalam algoritma popularitas seperti jumlah suka, jumlah komentar, jumlah tontonan dan lain-lain. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memandangi media sosial terutama Instagram dan YouTube dari perspektif yang berbeda yaitu sebagai bahan kajian linguistik, mengingat media sosial merupakan media komunikasi dan bersosialisasi yang diperantarai penggunaan bahasa. Pemilihan dua media sosial ini didasarkan pada popularitas dan segmentasi pengguna yang didominasi oleh kalangan generasi muda.

Pengguna media sosial dengan latar belakang beragam berdampak pada ragam penggunaan bahasa sehingga membentuk variasi bahasa dalam medium internet. Sebuah kajian tentang fitur bahasa internet berdasarkan teori Danet yaitu *Internet Language Features* dengan fokus bahasa tulis pada komentar video Instagram menunjukkan bahwa variasi bahasa tulis

dalam media tersebut didominasi oleh variasi pada aspek *orthographic* atau sistem penulisan sebuah bahasa (Agustiyani, 2017). Kajian saat ini memilih pendekatan yang berbeda yaitu pendekatan stilistika oleh Crystal dan Davy yang penerapannya dikembangkan oleh Crystal (2001) ke dalam fitur variasi bahasa pada medium internet. Menurut Crystal (2001) dalam bukunya yang berjudul *Language and the Internet*, fitur variasi bahasa terdiri dari lima aspek bahasa tulis yaitu *graphic*, *orthographic*, *grammatical*, *lexical*, dan *discourse* serta dua aspek bahasa lisan yaitu *phonetic* dan *phonological*.

Penggunaan media sosial, terlepas dari sebaran geografisnya, membentuk kelompok subkultur yang relatif kohesif sebagai *virtual speech community* (Paolillo, 1999 dalam Deumert, 2006). Hal ini menandakan bahwa bahasa pada medium internet memiliki eksklusivitas dan Crystal (2001) menyebut penggunaan bahasa pada medium internet sebagai Netspeak. Bahasa internet memiliki keunikan karena mengombinasikan karakteristik kriteria *speech-like* (bahasa lisan) dan kriteria *writing-like* (bahasa tulis) (Deumert, 2006). Kriteria *speech-like* cenderung *time-bound*, *spontaneous*, *face-to-face*, *socially interactive*, *loosely structured*, *immediately revisable*, dan *prosodically rich*. Sedangkan untuk kriteria *writing-like* cenderung *space-bound*, *contrived*, *visually decontextualized*, *factually communicative*, *elaborately structured*, *repeatedly revisable*, dan *graphically rich* (Crystal, 2001). Oleh karena itu setiap media komunikasi yang menggunakan internet sebagai mediumnya memiliki keunikan satu sama lain.

Kajian ini bertujuan untuk menelaah fitur variasi bahasa dan kecenderungan karakteristik Netspeak yang dimiliki konten pada media sosial Instagram dan YouTube dengan mengambil data dari satu akun pada Instagram yaitu *BBC Learning English* dan satu akun pada YouTube yaitu *Learn English with TV Series*. Konten yang ditelaah dari dua akun tersebut adalah konten-konten yang berusia tidak lebih dari satu bulan saat kajian ini dilakukan. Dua akun ini dipilih karena merupakan akun belajar Bahasa Inggris yang terverifikasi dan dibuat oleh penutur asli sehingga tren penggunaan Bahasa Inggris terkini dapat dilihat di konten-konten dari dua akun tersebut.

Materi dan Metode

Kajian ini merupakan sebuah kajian yang menggunakan pendekatan Stilistika untuk menelaah fitur variasi bahasa dan kecenderungan karakteristik Netspeak dari Crystal (2001) yang terdapat pada konten di akun *BBC Learning English* pada media sosial Instagram dan *Learn English with TV Series* pada media sosial YouTube. Data yang diperoleh dari konten-

konten yang dipublikasi pada dua akun tersebut berusia tidak lebih dari satu bulan saat kajian ini dilakukan. Data kajian disajikan dalam bentuk tabel ceklis menurut aspek fitur variasi bahasa dan kriteria *speech-like* dan *writing-like* Netspeak. Kemudian, tabel dianalisis menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menjelaskan hasil secara objektif.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis konten publikasi dari akun *BBC Learning English* di Instagram dan *Learn English with TV Series* di YouTube, tabel 1 menunjukkan bahwa baik Instagram maupun YouTube sama-sama memiliki lima fitur variasi bahasa yaitu *graphic*, *orthographic*, *lexical*, *phonetic*, dan *phonological*. Selain itu, ada dua fitur variasi bahasa yang bersifat minor atau bahkan absen dalam dua media sosial ini yaitu fitur *grammatical* dan fitur *discourse*.

Tabel 1. Fitur Variasi Bahasa pada Media Sosial Instagram dan YouTube

	Instagram	YouTube
Graphic	✓	✓
Orthographic	✓	✓
Grammatical		
Lexical	✓	✓
Discourse		
Phonetic	✓	✓
Phonological	✓	✓

Analisis lanjutan mengenai kecenderungan karakteristik Netspeak yang ditunjukkan oleh tabel 2 terdiri dari kriteria *speech-like* dan kriteria *writing-like*. Data menunjukkan bahwa Instagram cenderung memiliki karakteristik Netspeak *speech-like* sedangkan YouTube memiliki kecenderungan karakteristik *writing-like*. Karakteristik ini tidak bersifat absolut dikarenakan terdapat beberapa kriteria yang memiliki variabel seperti pada kriteria *spontaneous* dan *contrived*, *socially interactive* dan *factually communicative*, *immediately revisable* dan *repeatedly revisable*, *prosodically rich* dan *graphically rich*, serta kriteria *face-to-face* dan *visually decontextualized* pada Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa pada kondisi tertentu, suatu media tersebut memiliki kecenderungan ganda yang memungkinkan kedua kriteria terakomodasi.

Tabel 2. Karakteristik Netspeak pada Media Sosial Instagram dan YouTube

Speech-like			Writing-like		
	Instagram	YouTube		Instagram	YouTube
Time-bound	✓		Space-bound		✓
Spontaneous	✓	✓	Contrived	✓	✓
Face-to-face	✓		Visually decontextualized		
Loosely structured	✓	✓	Elaborately structured		
Socially interactive	✓	✓	Factually communicative	✓	✓
Immediately revisable	✓	✓	Repeatedly revised	✓	✓
Prosodically rich	✓	✓	Graphically rich	✓	✓

1. Fitur Variasi Bahasa pada Media Sosial Instagram dan YouTube

Temuan di atas menjadi dasar bagi penulis untuk menelaah lebih dalam mengenai masing-masing fitur variasi bahasa yang muncul pada konten di kedua sumber data tersebut.

Fitur *graphic* merujuk pada tampilan umum dan tata letak dari konten, yang dapat dilihat pada penggunaan ilustrasi, warna, spasi dan desain halaman (Crystal, 2001). Dalam penggunaan warna, kedua sumber data menerapkan penekanan warna dan kombinasi dua warna yang berbeda pada kata, frasa dan klausa tertentu, yang membantu mengarahkan perhatian pemirsa dan menandai topik yang dibahas. *BBC Learning English* cenderung menggunakan gambar, sedangkan *Learn English with TV Series* menggunakan video sebagai ilustrasi. Namun, ilustrasi-ilustrasi yang diterapkan memiliki fungsi yang sama, yaitu sebagai tambahan informasi atau konteks pada materi atau kuis.

Fitur kedua adalah fitur *orthographic* yang berfokus pada sistem penulisan pada suatu konten. Ada beberapa temuan yang ditemukan pada kajian ini. Pertama, terdapat persamaan dalam penggunaan huruf kapital untuk menekankan makna; *You don't have to read EVERY SINGLE WORD*, dan penggunaan cetak tebal, miring dan garis bawah pada kedua sumber sebagai penanda materi; *My mum's petrified by spider!* dan elemen-elemen yang saling berkaitan; *Sarah doesn't like onions, does she?* Kedua, terdapat perbedaan ejaan seperti *favourite* dan *favorite* yang merepresentasikan dialek yang digunakan. Ketiga, *BBC Learning English* menerapkan ejaan unik sebagai penyesuaian pada topik yang dibahas (*eggcellent* pada topik 'egg idioms').

Fitur ketiga yaitu fitur *lexical*. Fitur ini merujuk pada perbendaharaan kata pada sebuah bahasa. Kajian ini menemukan kata-kata register yang berkaitan dengan media sumber data. Pada *BBC Learning English*, ditemukan kata-kata seperti *bio*, *follow* dan *IGTV*. Sedangkan pada *Learn English with TV Series*, ditemukan kata-kata seperti *description*, *viewers* dan

subscribe. Perbedaan terminologi digunakan untuk penyesuaian pengalaman, penggambaran karakteristik dan batasan komunikasi pada masing-masing media (Crystal, 2001). Kedua, terdapat kata-kata informal pada seperti *tons*, *quid*, *Brits* dan *tenner* pada *BBC Learning English*, dan kata-kata seperti *buck*, *posh* dan *jolly* pada *Learn English with TV Series* yang menunjukkan kekhasan terhadap topik yang dibahas.

Fitur *phonetic* adalah fitur yang merujuk pada karakteristik suara pada bahasa lisan (Crystal, 2001), seperti penggunaan kualitas suara, *vocal register* dan *voice modality* secara khusus. Kajian ini hanya menemukan fitur ini pada sumber data *BBC Learning English*; karakteristik suara pada sumber lain cenderung tetap. Di sumber data ini, kajian ini menemukan penggunaan tenor (suara tinggi pria dewasa) nada seperti orang berbisik (*hushed tones*) yang digunakan untuk memberikan contoh atau ekspresi yang bersifat lucu atau rahasia.

Fitur terakhir adalah fitur *phonological* yang berkaitan dengan sistem suara pada seorang individu, seperti penggunaan suara vokal, konsonan, jeda, dan intonasi yang khusus (Crystal, 2001). Beberapa penutur di kedua sumber tidak mengucapkan konsonan /r/ dan /t/ pada kata-kata seperti *weather*, *singer*, *are* dan *often*. Hal ini mengikuti dialek pemateri yang berasal dari wilayah yang berbeda seperti dialek *British* di sumber data Instagram dan campuran beberapa dialek seperti *North American*, *British*, dan *Australian* di sumber data YouTube. Selain itu, pada *BBC Learning English*, terdapat penggunaan suara vokal yang disuarakan lebih panjang seperti *whaaattt* untuk memberikan ekspresi terkejut. Terdapat pula penggabungan konsonan /p/, /f/, dan /t/ yang membentuk *ppft* untuk memberikan ekspresi penolakan. Di sumber yang sama, ditemukan penggantian fonem pada kata *exactly* dari /ɪg'zæktli/ menjadi /eg'zæktli/ (*eggcaxtly* pada topik 'egg idioms').

2. Kecenderungan Karakteristik Netspeak pada Media Sosial Instagram dan YouTube

Bahasa yang digunakan dalam komunikasi elektronik digambarkan sebagai *hybrid* yang menunjukkan fitur *speech-like* dan *writing-like*, serta fitur lain yang unik terhadap media digital dan merupakan hasil dari restriksi teknologi (Deumert, 2006). Instagram dan YouTube merupakan situs yang didukung teknologi audio dan visual sehingga memungkinkan fitur *hybrid* Netspeak terakomodasi. Dua media sosial ini juga merupakan situs Web 2.0 yang memungkinkan para pengguna untuk berkomunikasi dua arah (Jones & Cuthrell, 2011 dalam Brook, 2011). Temuan di atas menunjukkan bahwa secara umum Instagram memiliki karakteristik bahasa lisan sedangkan media sosial YouTube cenderung memiliki karakteristik *writing-like*.

Instagram memiliki kecenderungan bersifat *time-bound* dalam lingkup para pengguna harus berada dalam satu frekuensi waktu saat menggunakan media ini untuk mencapai pola interaksi dua arah yang efektif dan efisien seperti saat menggunakan fitur *direct message* dan *joint live streaming*. Selain itu, para pengguna Instagram sudah mengetahui pemirsa dari konten mereka dengan melihat daftar pengikut. Berbeda dengan Instagram, YouTube cenderung *space-bound* yang membuat jarak antara pengguna namun tidak mengharuskan para pengguna untuk dalam satu frekuensi waktu. Selain itu, para pengguna YouTube tidak akan dapat memprediksi pemirsa mereka dikarenakan tidak ada fitur yang menunjukkan daftar pelanggan seperti pengikut di Instagram. Perbedaan karakteristik Netspeak antara Instagram dan YouTube juga terlihat pada kriteria *face-to-face*. Kriteria ini hanya dimiliki Instagram, di mana pada sumber data *BBC Learning English* ditemukan sebuah konten *joint live streaming* yaitu dua akun melakukan siaran secara bersamaan seperti video telekonferensi. Konten seperti ini tidak ditemukan pada sumber data YouTube sehingga tidak memenuhi kriteria *face-to-face*.

Instagram dan YouTube memiliki beberapa persamaan karakteristik Netspeak pada kriteria tertentu. Sebagai media sosial yang memiliki dukungan audio visual, kedua media sosial ini mampu mengakomodasi kriteria ekstralinguistik seperti *prosodically rich* dan *graphically rich*. Kriteria seperti *prosodically rich* merupakan kriteria yang mengkhusus kepada karakteristik bahasa lisan seperti intonasi, jeda, tinggi rendah volume suara, tempo, ritme, maupun nada suara. Kriteria ini terakomodasi dalam bentuk video. Dukungan fitur audio visual juga mampu mengakomodasi kriteria *graphically rich* melalui proses penyusunan dan penyuntingan gambar, tulisan, maupun infografik seperti yang ditemukan pada kedua sumber data. Persamaan lain juga ditemukan pada kriteria *spontaneous* dan *contrived* serta *immediately revisable* dan *repeatedly revisable*. Dalam konteks *live streaming*, kedua sumber data memiliki kriteria *spontaneous* di mana konten dibuat secara langsung pada saat penayangan sehingga tidak ada kesempatan untuk merevisi yang berarti *immediately revisable*. Pada konteks konten reguler yang melewati proses penyuntingan sebelum diunggah maka konten tersebut bersifat *contrived* dan kesalahan dapat dieliminasi (*repeatedly revisable*).

Media sosial bersifat informal dan tidak kaku. Instagram menyediakan cara instan untuk mengambil gambar dan berbagi momen kehidupan dengan teman melalui rangkaian foto dan video (Hu *et al.*, 2014). Pola ini juga dimiliki YouTube sebagai situs berbagi video. Kondisi ini membuat penggunaan bahasa bersifat *loosely structured*. Berdasarkan dua sumber data, ditemukan struktur bahasa yang *loosely structured* seperti *contraction* yaitu *they've* dan *don't*, kemudian *right* sebagai alternatif *question tag*, dan infiks cabul seperti *-f**king-* terutama pada

sumber data *Learn English with TV Series*. Karakteristik ini membuat Instagram dan YouTube memiliki penggunaan bahasa yang gaul dan tidak kaku sehingga bersifat *socially interactive* di mana terdapat bentuk-bentuk interaksi yang lebih spontan dan tidak terencana. Konten Instagram dan YouTube yang berupa dokumentasi digital menjadikan dua media sosial ini juga bersifat *factually communicative* di mana konten-konten tersebut dapat diakses setelah kurun waktu tertentu dengan kondisi yang sama sekali sama.

Simpulan

Hasil kajian menunjukkan bahwa berdasarkan sumber data, terdapat lima dari tujuh fitur variasi bahasa yaitu *graphic*, *orthographic*, *lexical*, *phonetic*, dan *phonological*. Fitur *graphic* dan *orthographic* digunakan untuk menekankan suatu topik bahasan dan untuk menarik perhatian pemirsa. Pada kondisi tertentu fitur *orthographic* digunakan untuk menunjukkan eksklusivitas penutur seperti dialek yang juga berkaitan dengan fitur *phonological*. Fitur *phonetic* digunakan untuk mendukung tema sebuah topik bahasan sedangkan fitur *lexical* menggambarkan bahasa register dari masing-masing media dan topik bahasan. Dilihat dari perspektif Netspeak, Instagram cenderung berkarakteristik *speech-like* sedangkan YouTube cenderung berkarakteristik *writing-like* dengan beberapa variabel pengecualian. Kajian ini berfokus pada linguistik konten media sosial, di sisi lain linguistik media sosial tidak hanya pada konten tetapi juga komentar dan bentuk lain partisipasi pengguna. Oleh karena itu, kajian di masa depan diharapkan dapat mengakomodasi fokus tambahan sehingga mampu memperoleh hasil yang lebih menyeluruh.

Rujukan

- Agustiyani, M. (2017). *Internet language features used by male and female commenters toward humor vidgrams in Ria Ricis' Instagram account, @riaricis1795*. [Undergraduate thesis]. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Brook, J. (2011). The affordances of YouTube for language learning and teaching. *Hawaii Pacific University TESOL Working Paper Series*, 9(1, 2), 37-56.
- Crystal, D. (2001). *The language and the internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deumert, A. (2006). Semantic change, the internet, and text messaging. In K. Brown, *The Encyclopaedia of Language and Linguistics* (pp. 121-124). Oxford: Elsevier.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *Proceedings of the Eighth International AAI Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 595-598). California: The AAI Press.
- Miller, D., Elisabetta, C., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Venkatraman, S., & Wang, X. (2016). *How the world changed social media*. London: UCL Press.