

**HUBUNGAN INTENSITAS MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
DAN PERSEPSI TERHADAP BAHASA *NETLINGO*
DENGAN PERILAKU MENGGUNAKAN BAHASA *NETLINGO***

Virgian Aspara,

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024)7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Netlingo language today is increasingly prevalent used by active users of social media. Netlingo language which initially serves to streamline the delivery of a message has now changed the function as a language that is able to make conversations more interesting. This has an impact on the rarer use of standard Indonesian because it is displaced by the use of netlingo language.

This study aims to explain whether there is a relationship between the three variables namely Intensity Using Social Media and Perception Against Netlingo Language with Behavior Using Netlingo Language. This study uses a quantitative approach and a paradigm of Positivism. By using sample purposive sampling type and number of respondents as much as 50 with criterion is active social media user of 13 - 20 years age range. The theory used in this research is Social Learning Theory for Intensity Relationship Using Social Media (X1) with Behavior Using Netlingo Language (Y) and Attribution Theory for the relationship between Perception on Netlingo Language (X2) and Behavior Using Netlingo Language (Y).

The results of this study found that there is a significant relationship between the intensity of using social media with the behavior of using the language netlingo with a significance value of 0.00 with 100% confidence level. And there is a significant correlation between perception of netlingo language with behavior using netlingo language with significance value equal to 0.00 with 100% confidence level and correlation value of 0,571 which express strong relationship between intensity using social media with behavior using netlingo language then correlation value 0.457 which states a strong enough relationship between perception of netlingo language with behavior using netlingo language

Keywords: Netlingo, Language Behavior, Perception, Social Media

PENDAHULUAN

Dalam era digital sekarang ini, media sosial sudah tidak asing lagi di tengah masyarakat luas. Pengguna media sosial terutama di Indonesia bahkan terus bertambah. Sementara itu, berdasarkan data yang dipublikasikan oleh lembaga *We Are Social*, media sosial di Indonesia seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* maupun *Google+* memiliki pengguna yang terbilang banyak di Indonesia.

Kemudian dengan lahirnya cara baru dalam berkomunikasi tentu saja hal ini lalu melahirkan beberapa fenomena-fenomena baru dalam interaksi komunikasi itu sendiri salah satunya adalah fenomena munculnya bahasa-bahasa baru dalam sebuah interaksi komunikasi digital. Ketika berkomunikasi dalam dunia digital dalam era yang serba cepat ini, tentu kita menggunakan bahasa dan teks yang beragam. Akan tetapi, teks dalam dunia digital memiliki keunikan tersendiri. Bentuk teks unik di dalam dunia digital dikenal dengan istilah *Netspeak* dan *Netlingo*.

Tentu saja penggunaan *Netlingo* dan *Netspeak* dalam suatu obrolan atau komunikasi di Internet sendiri bukan berarti tidak memiliki masalah atau gangguan. Komunikasi *Netlingo* atau *Netspeak* sendiri akan terbilang sukses apabila kedua belah pihak (*Sender* dan *Receiver*) sama-sama mengerti arti dari *Netlingo* atau *Netpseak* yang mereka gunakan sehingga komunikasi akan berjalan lancar. Namun bagaimana bila salah satu pihak belum mengerti atau belum paham mengenai *Netlingo* atau *Netspeak* ini sehingga membuat komunikasi menjadi sedikit terganggu bahkan bila fatal akan terjadi salah persepsi atau pengertian yang dapat menyebabkan kerugian pada kedua belah pihak serta terjadi *miss communication*. Masalah kedua adalah pada akhirnya Bahasa *Netlingo* lebih dipilih dibanding dengan Bahasa Indonesia yang baku oleh masyarakat sekarang. Bahasa *Netlingo* semakin sering diucapkan dan cenderung menjadi sebuah kelaziman. Bahasa Indonesia yang sejatinya merupakan media komunikasi yang digunakan masyarakat Indonesia sejak dulu kini sudah mulai dikesampingkan sebagai bahasa percakapan sehari-hari oleh masyarakat itu sendiri. Namun bagi kebanyakan orang yang tidak mengerti bahasa *Netlingo* dan orang yang sudah tua umurnya, tentu tidaklah mudah

memahaminya dan terkadang menolak menggunakannya. Karena kebenaran berbahasa akan berpengaruh terhadap kebenaran informasi yang disampaikan.

Rumusan Masalah

Bahasa menjadi bagian dari komunikasi yang tidak bisa dilepas dari kehidupan manusia. Bahasa sebagai salah satu faktor komunikasi yang dapat mempermudah setiap kegiatan komunikasi dari manusia. Bahkan karena adanya bahasa memungkinkan terciptanya suatu kedekatan. Perilaku menggunakan bahasa telah berubah sejak berkembangnya bahasa-bahasa baru seperti Bahasa *Netlingo* memang tidak bisa dihindarkan, Bahasa *Netlingo* adalah bahasa yang lahir dalam era internet yang mulanya bertujuan untuk membuat komunikasi lebih efisien dan efektif yang memang bias dari aturan bahasa resmi yang baku di Indonesia kini bergeser menjadi bahasa yang mampu mempermenarik suatu obrolan. Bagi kebanyakan orang yang tidak mengerti bahasa *Netlingo* tentu tidaklah mudah memahaminya dan terkadang muncul berbagai macam reaksi mengenainya.

Hal ini diduga tidak terlepas dari faktor intensitas menggunakan media sosial yang semakin tinggi, media sosial memang menjadi wadah yang banyak ditemukan kasus penggunaan Bahasa *Netlingo* ini. Karena memang media sosial merupakan salah satu hal yang tak bisa dilepaskan dalam perkembangan anak muda jaman sekarang, kemudian maraknya penggunaan bahasa *netlingo* ini tentu memunculkan banyak persepsi yang ada dalam masyarakat, persepsi masyarakat yang bermacam-macam inilah yang diduga menjadi salah satu factor yang menyebabkan perilaku menggunakan bahasa *netlingo*.

Fenomena munculnya bahasa-bahasa baru dalam media sosial internet ini yang telah merubah perilaku menggunakan bahasa terutama bahasa *netlingo* yang telah menghilangkan aturan-aturan kebakuan dalam sebuah Bahasa Indonesia yang resmi resmi.

sehingga perumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Persepsi Terhadap Bahasa *Netlingo* dengan Perilaku Menggunakan Bahasa *Netlingo* ?

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui hubungan antara Intensitas Menggunakan Media Sosial dengan Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo
- b. Untuk mengetahui hubungan antara Persepsi Terhadap Bahasa Netlingo dengan Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo

Metoda Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *eksplanatory research*. Dimana tipe tersebut merupakan tipe penelitian yang bersifat menjelaskan hubungan kausal antara variabel penelitian dengan pengujian hipotesa, yaitu variable independen (X) dan variable dependen (Y). Dalam penelitian ini terdapat dua variable independen, yakni Intensitas Penggunaan Media Sosial (X1) dan Persepsi terhadap Bahasa Netlingo (X2) Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah Perilaku Berbahasa Netlingo (Y).

PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Hubungan Intensitas Menggunakan Media Sosial dengan Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo

Hasil perhitungan mengenai hubungan antara intensitas menggunakan media sosial dan perilaku menggunakan bahasa netlingo diperoleh nilai korelasi sebagai berikut

Tabel 4.7 Uji Hipotesis X1 ke Y

Correlations

			Intensitas Menggunakan Media Sosial	Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo
Kendall's tau_b	Intensitas Menggunakan Media Sosial	Correlation	1,000	,571**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)		
		N		
	Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo	Correlation	,571**	1,000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)		
		N		

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel diatas menunjukkan bahwa angka signifikansi pengujian dari variabel penelitian ini adalah 0,00, dimana nilai yang diperoleh > dari 0,05, sehingga variabel intensitas menggunakan media sosial (X1) dan variabel perilaku menggunakan bahasa netlingo (Y) dinyatakan sangat signifikan. Sedangkan korelasi intensitas menggunakan media sosial dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo 0,571. Dengan demikian hipotesis adanya hubungan antara intensitas menggunakan media sosial (X1) dan variabel perilaku menggunakan bahasa netlingo (Y) diterima. Dan karena korelasinya 0,571 maka X1 dengan Y memiliki hubungan korelasi yang kuat.

Hubungan Persepsi Terhadap Bahasa Netlingo dengan Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo

Hasil perhitungan mengenai hubungan antara persepsi terhadap bahasa netlingo dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo diperoleh nilai korelasi sebagai berikut

Tabel 4.8 Uji Hipotesis X2 ke Y

Correlations

			Persepsi terhadap Bahasa Netlingo	Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo
Kendall's tau_b	Persepsi terhadap Bahasa Netlingo	Correlation Coefficient	1,000	,452**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	50	50
	Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo	Correlation Coefficient	,452**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel diatas menunjukkan bahwa angka signifikansi pengujian dari variabel penelitian ini adalah 0,00 dimana nilai yang diperoleh > dari 0,05, sehingga variabel persepsi terhadap netlingo (X2) dan variabel perilaku menggunakan bahasa netlingo (Y) dinyatakan sangat signifikan. Sedangkan korelasi persepsi terhadap bahasa netlingo dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo 0,452. Dengan demikian hipotesis dinyatakan bahwa terdapat hubungan positif. Artinya, semakin baik persepsi terhadap bahasa netlingo maka akan semakin tinggi perilaku menggunakan bahasa, oleh karena itu hubungan positif antara persepsi terhadap netlingo dan perilaku menggunakan bahasa netlingo dapat diterima. Dan karena korelasinya 0,452 dimana angka tersebut kurang dari 0,5 maka X1 dengan Y memiliki hubungan yang cukup.

Pembahasan

Hubungan Intensitas Menggunakan Media Sosial dengan Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo

Berdasarkan hasil uji hipotesis dari hubungan antara variabel Intensitas Menggunakan Media Sosial (X1) dengan Perilaku Menggunakan Bahasa

Netlingo (Y) diperoleh hasil korelasi sebesar 0,571 dengan nilai signifikansi $0,00 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas menggunakan media sosial dengan perilaku menggunakan bahasa. Dengan demikian hipotesis yang menyebutkan terdapat hubungan antara intensitas menggunakan media sosial dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo dapat diterima

Teori Social Learning dari Bandura menunjukkan bahwa seseorang belajar salah satunya dengan sikap melihat lalu kemudian belajar dan meniru, karena manusia cenderung memperhatikan informasi dan meniru apa yang terjadi di sekitarnya. Termasuk apa yang terjadi pada Media sosial. Permulaan dari sebuah proses belajar adalah dari munculnya peristiwa yang dapat diamati secara langsung atau tidak langsung oleh seseorang (Monks 1992:109).

Perilaku dapat timbul dari proses melihat atau meniru perilaku orang lain atau role modelnya, dan media sosial menyediakan banyak sekali role model yang saling berhubungan satu sama lain tanpa batasan ruang dan waktu. Taylor, dkk (2009:78) mengatakan bahwa peniruan adalah keinginan individu untuk sama dengan orang lain. Sehingga seseorang yang meniru cenderung untuk membuat seseorang itu berkeinginan atau berminat.

Teori Social Learning diatas terbukti dalam penelitian ini, karena Teori Social Learning menitik beratkan pada sebuah role model yang menjadi acuan untuk seseorang dalam berperilaku. Pada penelitian ini penemuan role model yang menjadi acuan dalam berperilaku menggunakan bahasa netlingo karena hasil dari Intensitas Menggunakan media sosial dinyatakan dapat diterima. Perilaku menggunakan bahasa Netlingo dipengaruhi oleh intensitas menggunakan media sosial. Semakin tinggi intensitas seseorang menggunakan media sosial maka semakin tinggi pula perilakunya menggunakan bahasa netlingo,.

Hubungan Persepsi Terhadap Bahasa Netlingo dengan Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo

Berdasarkan uji hipotesis yang ditunjukkan pada tabel 4.8, hasil uji hipotesis dari hubungan antara variabel Persepsi Terhadap Bahasa Netlingo (X1) dengan Perilaku Menggunakan Bahasa Netlingo (Y) diperoleh hasil korelasi sebesar 0,452 dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. terdapat hubungan positif yang cukup antara persepsi terhadap bahasa netlingo dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo Hal ini berarti bahwa terdapat hubungan dua arah yang menunjukkan semakin baik persepsi terhadap bahasa netlingo maka semakin tinggi pula perilaku menggunakan bahasa netlingo, begitu pula sebaliknya.

Teori Atribusi berasumsi bahwa Manusia adalah penafsir aktif dari peristiwa yang terjadi di lingkungan sosial mereka, sehingga mereka mencoba untuk menentukan mengapa seseorang melakukan hal dan apa yang membuat mereka melakukan hal tersebut, lihat (BAB 1 hal 23). Dengan kata lain menilai sesuatu fenomena, perilaku dan hal-hal lain dengan memikirkan motif dibalikinya.

Fritz Heider (1958) menyebutkan bahwa perilaku seseorang selain di sebabkan oleh kekuatan eksternal (environmental forces) dapat dipengaruhi juga oleh kekuatan internal (personal forces). Kekuatan internal (personal forces) adalah kekuatan yang berasal dari dalam diri (Jalaludin Rakhmat 2008 : 94). Kemudian menurut Budyatna (2015 : 43) Persepsi merupakan salah satu kekuatan internal (personal forces) yang berasal dari dalam diri masing-masing individu yang mutlak, sehingga menimbulkan perilaku tertentu bagi seseorang. Dengan persepsi yang dimiliki, responden akan cenderung lebih mengontrol hal-hal terkait perilaku penggunaan bahasa netlingonya dalam media sosial.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian antara intensitas menggunakan media sosial (X1) dan persepsi terhadap bahasa netlingo (X2) dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo

(Y) diuraikan beberapa kesimpulan yang diambil dari hasil-hasil yang telah diperoleh saat penelitian dilakukan. Pada Akhir bab ini disampaikan pula saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

Kesimpulan

1. Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa angka signifikansi pengujian dari variabel penelitian ini adalah 0,00, dimana nilai yang diperoleh $>$ dari 0,05, sehingga variabel intensitas menggunakan media sosial (X1) dan variabel perilaku menggunakan bahasa netlingo (Y) dinyatakan sangat signifikan. Sedangkan korelasi intensitas menggunakan media sosial dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo 0,571. Dengan demikian hipotesis adanya hubungan antara intensitas menggunakan media sosial (X1) dan variabel perilaku menggunakan bahasa netlingo (Y) diterima. Dan karena korelasinya 0,571 maka X1 dengan Y memiliki hubungan korelasi yang kuat.
2. Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa angka signifikansi pengujian dari variabel penelitian ini adalah 0,00, dimana nilai yang diperoleh $>$ dari 0,05, sehingga variabel persepsi terhadap bahasa netlingo (X2) dan variabel perilaku menggunakan bahasa netlingo (Y) dinyatakan sangat signifikan. Sedangkan korelasi intensitas menggunakan media sosial dengan perilaku menggunakan bahasa netlingo 0,452. Dengan demikian hipotesis adanya hubungan antara persepsi terhadap bahasa netlingo (X2) dan variabel perilaku menggunakan bahasa netlingo (Y) diterima. Dan karena korelasinya 0,452 maka X2 dengan Y memiliki hubungan korelasi yang cukup kuat.

Saran

1. Pada Intensitas Menggunakan Bahasa Netlingo setengah dari total keseluruhan responden mengakses media social pada tingkat paling tinggi, yaitu tingkatan lebih dari 15 kali dalam sehari, ini menunjukkan bahwa setengah responden dari penelitian ini adalah pengguna media sosial yang sangat tinggi serta intens, hal ini bisa menyebabkan kecanduan yang luar biasa terhadap media sosial, maka dari itu para

pengguna diharap bijaksana dalam penggunaan media sosial, agar tak berlebihan sehingga interaksi nyata tetap terjaga.

2. Pada Persepsi Menggunakan Bahasa Netlingo sebanyak 42% responden paham bahwa bahasa netlingo bertolak belakang dengan aturan bahasa indonesia yang baku, maka dari itu diharapkan pengguna mampu menggunakan bahasa netlingo dengan bijak dan tahu situasi dan kondisi dimana bahasa netlingo dapat digunakan.
3. Penelitian terkait tema komunikasi media baru terutama bahasa netlingo ini masih bisa dikembangkan, terutama mengingat bahwa terdapat faktor-faktor lain yang bisa dijadikan variabel seperti intensitas berinteraksi di instagram dengan teman sebaya dan intensitas menonton postingan akun *tahilalats* pada penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

Bimo Walgito. 2004. *Pengantar Psikologi umum*. Yogyakarta: Andi offset.

Crystal, D. 2004. *Language and the Internet*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*
Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum

Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Professional Books: Jakarta

Echols, John M. dan Hassan Shadily. 2005. *Kamus Inggris Indonesia : An English – Indonesian Dictionary*. Jakarta: PT Gramedia

Fasold , Ralph W. And Shuy, Roger W. 1973. *Language Attitudes : Current trends and prospect*. UK: Georgetown University Press

Jalaluddin Rahmat. 2007. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasio, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Cybermedia*. Jakarta: Prenada Media.

Ndraha, Taliziduhu. 1997. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Santrock. J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja.(edisi keenam)* Jakarta: Erlangg

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.