



Pembinaan Bahasa Indonesia: Bagaimana Strateginya di Era Digital?

De San San Nurhayati^{1*}, Jelita Maulida Nurhamidah², Pemmy Meisya³, Yuni Ertinawati⁴

¹⁻⁴Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Siliwangi, Indonesia

Email: sansannurhayati234@gmail.com^{1*}, jelitaamaulidaa@gmail.com², pemmy04@gmail.com³, yuniertinawati@unsil.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: sansannurhayati234@gmail.com¹

Abstract: This research is motivated by the widespread use of non-standard Indonesian on social media, which has resulted in low public awareness of the importance of implementing Indonesian according to the rules. The purpose of this study is to analyze Instagram users' awareness of using standard Indonesian words and to assess the effectiveness of language coaching through social media. The research employed a qualitative descriptive method with a case study approach, where data were collected through polls using the Instagram Story feature, observation of uploaded content, and analysis of audience interactions between account managers and followers. The findings show that most social media users still tend to use nonstandard word forms in daily communication. However, after receiving coaching through educational content, there was a significant improvement in understanding and applying standard word forms. This study concludes that Instagram can serve as an effective and engaging medium for language development, as it can reach diverse audiences and encourage users to be more aware, responsible, and wise in using proper Indonesian according to the norms of the Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) and the Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI).

Keywords: Educational Content; Language Awareness; Language Construction; Raw Words; Social Media

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya penggunaan bahasa Indonesia tidak baku di media sosial, yang berimbas pada rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menerapkan bahasa Indonesia sesuai aturan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kesadaran pengguna Instagram terhadap penggunaan kata baku serta menilai efektivitas pembinaan bahasa melalui media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui hasil *polling* pada fitur Instagram Story, observasi terhadap konten unggahan, serta analisis interaksi antara pengelola akun dan pengikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial masih cenderung menggunakan bentuk kata tidak baku dalam komunikasi sehari-hari. Namun, setelah diberikan pembinaan melalui konten edukatif, terjadi peningkatan pemahaman dan penerapan kata baku secara signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram dapat menjadi sarana pembinaan bahasa yang efektif dan menarik, karena mampu menjangkau berbagai kalangan serta mendorong masyarakat untuk lebih sadar, peduli, dan bijak dalam menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan kaidah KBBI dan PUEBI.

Kata kunci: Kata Baku; Kesadaran Berbahasa; Konten Edukatif; Media Sosial; Pembinaan Bahasa

1. LATAR BELAKANG

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam menjaga identitas bangsa. Salah satu aspek krusial dalam penggunaan bahasa Indonesia adalah kata baku, yang merupakan cerminan aturan tata bahasa sesuai dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) dan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Namun, di era digital saat ini, tantangan besar muncul. Penggunaan kata tidak baku dalam komunikasi sehari-hari kerap terjadi karena faktor kebiasaan, terutama pada interaksi di media sosial yang lebih dominan memakai bahasa informal dan sering dipengaruhi serapan dari bahasa asing. Kondisi tersebut muncul sebagai dampak dari masih rendahnya pemahaman

serta kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menerapkan bentuk bahasa Indonesia yang baku dan sesuai kaidah.

Mengingat bahwa tantangan terbesar kini berpusat di ruang digital, strategi pembinaan bahasa harus beradaptasi dengan platform tersebut. Instagram sebagai *platform* media sosial dengan berbagai fitur yang interaktif memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan sebagai sarana edukasi yang efektif. Fitur-fitur seperti unggahan foto, video, dan cerita (Instagram *Story*) memberikan ruang bagi penyebaran informasi secara kreatif, menarik, dan mudah dijangkau oleh berbagai lapisan pengguna. Sejalan dengan kebutuhan ini, penulis melakukan penelitian yang memanfaatkan aplikasi Instagram khususnya fitur *Story* sebagai media penelitian untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya penggunaan kata baku dalam bahasa Indonesia. Langkah ini menjadi bentuk inovasi yang relevan dengan generasi saat ini.

Secara teoretis, upaya peningkatan mutu pemakaian bahasa ini dikenal sebagai pembinaan bahasa. Kridalaksana (2011) mengemukakan bahwa pembinaan bahasa merupakan usaha untuk mengukuhkan penggunaan bahasa di kalangan penuturnya dengan cara memperluas pemahaman serta pengetahuan mereka tentang bahasa tersebut, sekaligus menumbuhkan sikap positif terhadap penggunaannya. Sementara itu, menurut Sudaryanto (2017), pembinaan bahasa adalah kegiatan untuk meningkatkan kualitas penggunaan bahasa, termasuk di dalamnya penguatan sikap, pengetahuan, dan keterampilan berbahasa yang dapat dilakukan melalui jalur pendidikan dan kegiatan pemasyarakatan. Lauder & Lauder (2007) mengemukakan bahwa pembinaan bahasa Indonesia bagian dari perencanaan bahasa di Indonesia. Dari ketiga penjelasan itu, dapat ditarik simpulan bahwa pembinaan bahasa Indonesia adalah upaya nyata dalam meningkatkan mutu pemakaian bahasa Indonesia di kalangan masyarakat Indonesia melalui sejumlah cara, salah satunya ialah menerbitkan tulisan yang bersumber dari kaidah bahasa Indonesia dan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) melalui media sosial yang ada saat ini.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya berbahasa Indonesia secara baik dan benar tidak hanya membantu menjaga kelestarian bahasa, tetapi juga meningkatkan rasa bangga terhadap jati diri bangsa. Upaya pembinaan melalui media digital telah terbukti efektif, sejalan dengan temuan atau penelitian Safitri (2020) yang mengungkapkan bahwa penggunaan Instagram terbukti mampu meningkatkan kesadaran linguistik pengguna, khususnya terkait penerapan kata baku. Terkait latar belakang dan urgensi ini, fokus tulisan ini adalah membahas strategi pembinaan bahasa Indonesia yang dilakukan oleh Badan Bahasa dan unit pelaksana teknis (UPT)-nya di daerah, khususnya dalam memanfaatkan potensi era digital untuk meningkatkan kesadaran penggunaan kata baku di kalangan masyarakat.

2. KAJIAN TEORETIS

Pembinaan bahasa Indonesia merupakan upaya sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan mutu penggunaan bahasa Indonesia, baik secara lisan maupun tulisan, agar sesuai dengan kaidah yang telah ditetapkan. Arsjad dan Mukti (1993: 10) mengemukakan bahwa sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia memegang sejumlah fungsi strategis dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Bahasa ini tidak hanya berperan sebagai lambang kebanggaan nasional, tetapi juga menjadi penanda identitas kolektif bangsa Indonesia. Selain itu, Bahasa Indonesia berfungsi sebagai perekat yang mempersatukan berbagai kelompok masyarakat yang memiliki latar belakang budaya, bahasa daerah, dan tradisi yang beragam. Lebih jauh, Bahasa Indonesia menjadi alat komunikasi yang memungkinkan terjalinnya interaksi antardaerah dan antarkebudayaan, sehingga mendukung terciptanya keselarasan dan keterhubungan dalam ruang sosial yang plural. Menurut Amanda (2025), pembinaan bahasa pada hakikatnya bertujuan membentuk masyarakat yang memiliki kesadaran linguistik, yaitu kemampuan dan kemauan untuk menggunakan bahasa Indonesia sesuai norma kebahasaan yang benar di berbagai situasi komunikasi. Selanjutnya, Amelia dan Putri (2024) menjelaskan bahwa pembinaan bahasa di era digital harus diarahkan pada penguatan fungsi bahasa Indonesia sebagai identitas nasional dan sarana komunikasi resmi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Mereka menekankan bahwa era digital membawa tantangan berupa meluasnya penggunaan bahasa tidak baku di media sosial, tetapi sekaligus membuka peluang besar untuk pembinaan bahasa melalui platform digital.

Sahril (2016) mengemukakan bahwa banyak individu mengeluhkan kesulitan dalam mempelajari bahasa asing, namun sering kali mereka tidak menyadari bahwa hambatan tersebut justru berakar pada penguasaan bahasa Indonesia yang belum optimal. Ketidakmampuan menggunakan bahasa Indonesia secara baik dan benar menjadi faktor yang kerap diabaikan oleh para penutur yang lebih memprioritaskan penggunaan bahasa asing dalam komunikasi sehari-hari. Sikap tersebut secara tidak langsung membuat bahasa Indonesia kurang ditempatkan sebagai bahasa utama, sehingga memengaruhi kemampuan berbahasa mereka secara keseluruhan. Menurut Saryono (2020), strategi pembinaan bahasa dapat dilakukan melalui pendekatan kreatif dan partisipatif dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X (Twitter) sebagai sarana kampanye kebahasaan. Konten visual seperti infografis, video edukatif, serta kuis interaktif dapat menarik perhatian generasi muda untuk memahami dan menerapkan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Sejalan dengan pendapat Shopiya dkk. (2025) bahwa media digital berbasis web terbukti efektif untuk meningkatkan kemampuan berbahasa siswa karena menyediakan akses belajar

yang interaktif dan menarik. Inovasi pembelajaran berbasis digital juga membantu memperkuat nilai-nilai kebahasaan dan kesadaran terhadap pentingnya bahasa baku di tengah pengaruh globalisasi bahasa.

Sementara itu, Rahardi (2025) dalam kajiannya mengenai pengaruh teknologi digital terhadap penggunaan bahasa Indonesia menegaskan bahwa pembinaan bahasa tidak dapat lagi dilakukan secara konvensional, melainkan harus beradaptasi dengan ekosistem digital. Ia menekankan pentingnya peran lembaga kebahasaan, pendidik, dan masyarakat pengguna media sosial dalam menciptakan ruang komunikasi yang positif dan sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Azis (2016: 2) mengemukakan upaya pembinaan terhadap penggunaan bahasa Indonesia perlu dilaksanakan secara terus-menerus dan terarah. Pembinaan yang berkelanjutan ini bertujuan untuk memastikan bahwa bahasa Indonesia tetap menjadi pilihan utama dalam berbagai konteks komunikasi di tanah air. Selain itu, kegiatan tersebut juga berperan penting dalam menumbuhkan sikap positif masyarakat terhadap bahasa Indonesia, sehingga bahasa nasional ini semakin dihargai, dipahami, dan digunakan secara tepat dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam ranah resmi.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembinaan bahasa Indonesia di era digital merupakan proses peningkatan mutu berbahasa yang tidak hanya berfokus pada penerapan kaidah, tetapi juga pada pembentukan kesadaran dan sikap positif terhadap bahasa nasional. Media sosial dan teknologi digital berperan strategis sebagai sarana pembinaan yang efektif, interaktif, dan menjangkau masyarakat luas.

3. METODE PENELITIAN

Heryadi (2010: 42) mengemukakan bahwa metode penelitian merupakan langkah atau prosedur yang digunakan untuk menjalankan suatu studi sesuai dengan pendekatan yang dipilih. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan fokus pada penggunaan media sosial Instagram sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berbahasa baku. Data yang diperoleh berupa deskripsi hasil *polling* melalui fitur jajak pendapat di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menelaah respons para pengikut akun terhadap pilihan kata baku. Penelitian kualitatif menekankan pemahaman konteks secara mendalam, bersifat induktif, mengandalkan data berbentuk narasi atau tuturan, dan berorientasi pada perspektif partisipan.

Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan menggambarkan suatu fenomena, peristiwa, atau situasi secara mendalam sebagaimana adanya, tanpa memanipulasi variabel atau mengendalikan kondisi. Pendekatan ini sering digunakan dalam

bidang ilmu sosial untuk menelusuri pengalaman, perspektif, serta cara individu memaknai suatu fenomena. Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Observasi nonpartisipan dilakukan dengan meninjau hasil jajak pendapat terkait pilihan penggunaan kata baku dan tidak baku dari para pengikut Instagram. Sementara itu, teknik dokumentasi mencakup penelaahan data yang tersimpan dalam berbagai dokumen, laporan, maupun arsip digital. Menurut Sugiyono (2016), teknik pengambilan sampel secara acak dilakukan tanpa mempertimbangkan perbedaan atau tingkatan yang terdapat di dalam populasi. Dengan kata lain, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel, tanpa melihat karakteristik atau strata tertentu.

Penelitian berjudul “Pembinaan Bahasa Indonesia: Bagaimana Strateginya di Era Digital?” ini dikaji dari aspek pengikut dan partisipan untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka terhadap kesadaran berbahasa, terutama dalam penggunaan kata baku. Proses pembinaan dilakukan secara tidak langsung melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini dinilai mampu memberikan manfaat serta gambaran mengenai fenomena yang bersifat kompleks dan kontekstual, sehingga dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

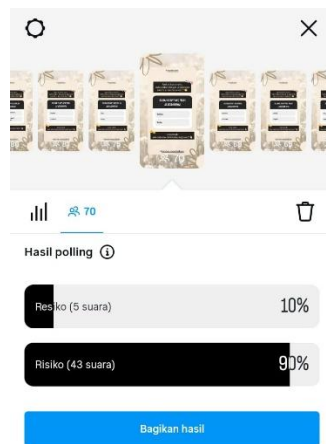
Penelitian ini dilakukan sebagai bentuk pembinaan bahasa dengan memanfaatkan media sosial Instagram guna mendorong peningkatan kesadaran masyarakat dalam menggunakan bahasa baku. Azizah (2019) menjelaskan keberadaan jejaring sosial memberikan kemudahan bagi setiap individu untuk memantau dan memahami dinamika perkembangan bahasa masa kini. Melalui platform tersebut, pengguna dapat dengan cepat menangkap perubahan, inovasi, maupun tren kebahasaan yang muncul di masyarakat. Ditinjau dari latar belakangnya, bahasa Indonesia memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam mempertahankan jati diri bangsa. Pembinaan terhadap penggunaan bahasa baku perlu dikaji karena bahasa memiliki beberapa fungsi sosial, antara lain sebagai alat pemersatu, pembeda, penanda harga diri, serta kerangka acuan berkomunikasi.

Penggunaan bahasa baku dipandang sebagai bentuk ragam bahasa yang memiliki kedudukan sosial lebih tinggi dan diakui sebagai standar dalam berbagai konteks komunikasi resmi. Upaya pembinaan penggunaan bahasa baku melalui media sosial Instagram dimaksudkan untuk memberikan panduan serta pemahaman yang lebih baik kepada para penggunanya dalam menerapkan bentuk bahasa yang sesuai kaidah agar menyadari pentingnya berbahasa baku.

Pemanfaatan bahasa baku di media sosial juga penting karena dapat digunakan masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri di era digital. Kesadaran pengguna Instagram terhadap pembinaan bahasa melalui platform ini menunjukkan respons positif, yang ditandai dengan keinginan untuk mengukur dan meningkatkan kemampuan berbahasa baku.

Berdasarkan hasil penelitian serta data yang diperoleh mengenai pembinaan penggunaan kata baku melalui Instagram, penulis memaparkan hasil penelitian sebagai berikut.

Kata Baku “Risiko”



Gambar 1. Kata baku “Risiko” dan kata tidak baku “Resiko”.

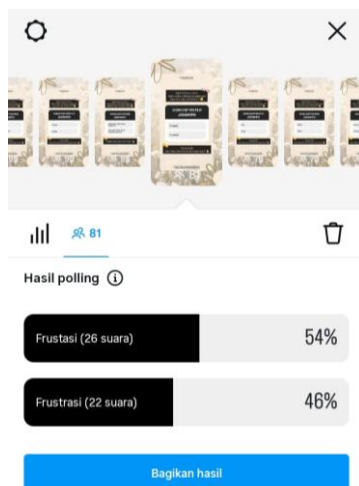
Kata baku risiko memiliki makna kemungkinan terjadinya hal yang tidak diinginkan atau kerugian akibat suatu tindakan. Berdasarkan hasil *polling* (jajak pendapat) yang dilakukan melalui fitur Instagram *Story* dengan jumlah penonton sebanyak 70 akun, terdapat 48 responden yang memberikan pilihan terhadap dua bentuk kata, yaitu kata baku risiko dan kata tidak baku resiko.

Hasil *polling* menunjukkan bahwa 90% responden (43 suara) memilih kata “risiko” sebagai bentuk yang benar, sedangkan 10% responden (5 suara) memilih kata “resiko”. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menunjukkan kecenderungan yang sama terkait penggunaan kata baku dan kesadaran berbahasa di media sosial. Pengguna Instagram sudah memiliki kesadaran berbahasa baku yang cukup baik dalam penggunaan kata risiko.

Setelah diberikan pembinaan berupa penjelasan bahwa bentuk baku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah risiko, dilakukan tindak lanjut berupa penerapan kata tersebut ke dalam kalimat. Hasilnya, mayoritas responden mampu menggunakan kata risiko dalam kalimat yang efektif, misalnya: “Setiap keputusan pasti memiliki risiko yang harus dipertimbangkan dengan matang.” Dengan demikian, hasil pembinaan ini menunjukkan bahwa

media sosial Instagram dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menggunakan bentuk bahasa baku secara tepat sesuai konteks penggunaannya.

Kata Baku “Frustrasi”



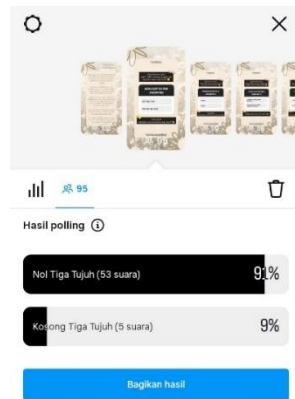
Gambar 2. Kata baku “Frustrasi” dan kata tidak baku “Frustasi”.

Kata baku frustrasi bermakna kekecewaan atau perasaan tertekan akibat kegagalan dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan hasil *polling* (jajak pendapat) yang dilakukan melalui fitur Instagram *Story* dengan jumlah penonton sebanyak 81 akun, diperoleh 48 responden yang memberikan pilihan terhadap dua bentuk kata, yaitu frustrasi (baku) dan frustasi (tidak baku).

Hasil *polling* menunjukkan bahwa 54% responden (26 suara) memilih kata “frustrasi”, sedangkan 46% responden (22 suara) memilih kata “frustasi”. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesadaran berbahasa baku di kalangan pengguna Instagram masih perlu ditingkatkan, karena sebagian besar responden masih memilih bentuk yang tidak baku.

Setelah diberikan pembinaan berupa informasi bahwa bentuk baku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah frustrasi, dilakukan tindak lanjut dengan penerapan kata tersebut dalam kalimat. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pengguna dalam menggunakan kata yang benar, misalnya dalam kalimat: “Kegagalan berulang kali membuatnya merasa frustrasi dan kehilangan semangat.” Dengan demikian, pembinaan bahasa melalui media sosial Instagram terbukti dapat membantu pengguna memahami perbedaan antara kata baku dan tidak baku, serta mendorong peningkatan kesadaran berbahasa yang sesuai dengan kaidah KBBI.

Kata Baku “Nol”

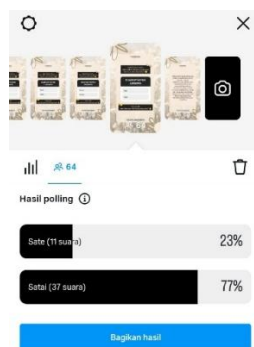


Gambar 3. Kalimat baku “Nol Tiga Tujuh” dan kalimat tidak baku “Kosong Tiga Tujuh”.

Kata baku nol bermakna bilangan yang bernilai kosong atau tidak memiliki jumlah. Berdasarkan hasil *polling* (jajak pendapat) yang dilakukan melalui fitur Instagram *Story* dengan jumlah penonton sebanyak 95 akun, diperoleh 58 responden yang memberikan pilihan terhadap dua bentuk kata, yaitu nol (baku) dan kosong (tidak baku) dalam konteks penyebutan angka. *Polling* menunjukkan bahwa 91% responden (53 suara) memilih kata “nol”, sedangkan 9% responden (5 suara) memilih kata “kosong”. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menunjukkan kecenderungan yang sama terkait penggunaan kata baku dan kesadaran berbahasa di media sosial. Pengguna Instagram sudah memahami bentuk baku dalam penyebutan angka, sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

Setelah diberikan pembinaan berupa penjelasan bahwa bentuk baku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) untuk penyebutan angka adalah nol, dilakukan tindak lanjut dengan penerapan kata tersebut dalam kalimat. Contohnya: “Nomor telepon sekolah dimulai dengan angka nol tiga tujuh.” Dengan demikian, hasil pembinaan ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menggunakan bentuk bahasa baku secara tepat sesuai konteks penggunaannya.

Kata Baku “Satai”

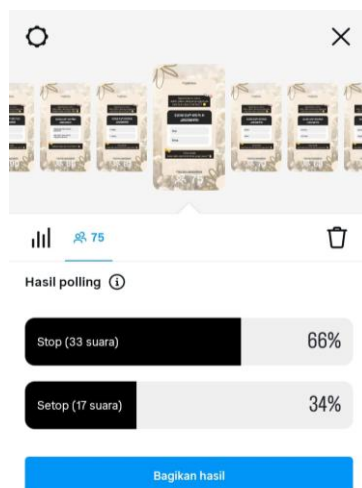


Gambar 4. Kata baku “Satai” dan kata tidak baku “Sate”.

Kata baku satai bermakna makanan yang dibuat dari potongan daging kecil yang ditusuk, dibakar, dan biasanya disajikan dengan bumbu kacang atau kecap. Berdasarkan hasil *polling* (jajak pendapat) yang dilakukan melalui fitur Instagram *Story* dengan jumlah penonton sebanyak 64 akun, diperoleh 48 responden yang memberikan pilihan terhadap dua bentuk kata, yaitu satai (baku) dan sate (tidak baku).

Hasil *polling* menunjukkan bahwa 77% responden (37 suara) memilih kata “satai”, sedangkan 23% responden (11 suara) memilih kata “sate”. Setelah dilakukan pembinaan dengan memberikan informasi bahwa bentuk baku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sate, kemudian dilakukan tindak lanjut berupa penerapan dalam kalimat. Contohnya: “Satai ayam Madura menjadi salah satu kuliner Nusantara yang banyak digemari wisatawan.” Hasil pembinaan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pengguna terhadap bentuk kata baku. Dengan demikian, media sosial Instagram terbukti dapat menjadi sarana pembinaan bahasa yang efektif untuk memperkenalkan dan membiasakan penggunaan kata baku sesuai dengan kaidah KBBI.

Kata Baku “Setop”



Gambar 5. Kata baku “Setop” dan kata tidak baku “Stop”.

Kata stop merupakan bentuk serapan dari bahasa Inggris yang berarti berhenti atau menghentikan sesuatu. Berdasarkan hasil *polling* (jajak pendapat) yang dilakukan melalui media sosial Instagram dengan jumlah penonton sebanyak 75 akun, diperoleh 50 responden yang memberikan pilihan terhadap dua bentuk kata, yaitu setop (baku) dan stop (tidak baku).

Dari hasil *polling* tersebut, sebanyak 66% (33 suara) memilih kata “Stop”, sedangkan 34% (17 suara) memilih kata “Setop.” Berdasarkan temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menunjukkan kecenderungan yang sama terkait penggunaan kata baku dan kesadaran berbahasa di media sosial pengguna Instagram masih

lebih terbiasa menggunakan bentuk serapan yang belum disesuaikan, yaitu stop, dibandingkan bentuk baku sesuai KBBI, yaitu setop.

Setelah diberikan pembinaan dengan penjelasan bahwa kata baku yang benar adalah “Setop”, pengguna kemudian diminta untuk mengimplementasikan kata tersebut ke dalam kalimat. Hasil pembinaan menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna mulai memahami penggunaan kata baku “setop” dalam konteks kalimat yang benar. Contohnya: Polisi meminta pengendara untuk setop sejenak di pos pemeriksaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembinaan bahasa melalui media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan kata baku sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

Meme



Gambar 6. Istilah “Meme”.

Istilah meme dicetuskan oleh Richard Dawkins pada tahun 1976 dalam bukunya *The Selfish Gene*. Dawkins mengambil kata dalam bahasa Yunani Kuno, yaitu *mimema* yang berarti ‘mengimitasi’, untuk menyebut ‘ide atau budaya yang cenderung menyebar dan tersalin dengan cepat dari satu orang ke orang lain’. Pada era internet, meme mengalami penyempitan makna. Hal ini terangkum dalam KBBI V, yang di dalamnya tercantum dua makna *meme*.

Jiran



Gambar 7. Istilah “Jiran”.

Pada umumnya orang berpikir bahwa makna kata jiran adalah ‘Malaysia’ sehingga negeri jiran selalu diartikan ‘Malaysia’. Namun, jika kita merujuk pada KBBI, kata jiran adalah nomina yang memiliki makna (1) ‘orang yang tinggal sebelahmenyebelah atau dekat (sekitar) rumah; tetangga’ dan (2) ‘negara tetangga’, misalnya Malaysia atau Brunei Darussalam. Jiran juga memiliki kata turunan berjiran yang bermakna (1) ‘tinggal berdampingan (berdekatan) dengan rumah; bertetangga dengan’ dan (2) ‘berkawan dengan’. Perhatikan contoh kalimat berikut. *Indonesia tidak hanya berjiran dengan Malaysia, tapi juga dengan Brunei Darussalam, Timor Leste, dan Papua Nugini.*

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kosakata baku adalah representasi dari aturan tata bahasa yang telah distandarisasi sesuai dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) dan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Penelitian ini, bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial terutama Instagram sebagai sarana alternatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan kata baku dalam bahasa Indonesia. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, salah satunya melalui penyebaran *polling* atau jajak pendapat sebagai sumber data. Hasil *polling* yang dilakukan melalui fitur Instagram *Story* memperlihatkan bahwa sebagian besar pengguna masih lebih sering memilih bentuk kata yang tidak baku dibandingkan dengan bentuk baku sesuai kaidah bahasa Indonesia. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan penggunaan bahasa sehari-hari yang cenderung informal serta pengaruh bahasa asing dalam komunikasi digital.

Saran bagi pengguna media sosial diharapkan memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap penggunaan kata baku serta mampu menerapkannya dalam komunikasi sehari-hari. Mengingat masih adanya kecenderungan masyarakat mengabaikan bentuk bahasa yang baku, peneliti merekomendasikan agar media sosial dimanfaatkan sebagai sarana yang efektif untuk meningkatkan pemahaman dan kepedulian terhadap penggunaan kata baku. Dengan demikian, kesadaran berbahasa masyarakat akan semakin meningkat dan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dapat diterapkan secara luas di berbagai platform digital.

DAFTAR REFERENSI

- Amanda, D. (2025). *Urgensi pengembangan media digital pada pembelajaran Bahasa Indonesia*. Jurnal Humaniora, Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses dari <https://jurnal.uny.ac.id>
- Amelia, D., & Putri, Y. R. (2024). Analisis perkembangan bahasa Indonesia di era digital: Tantangan dan peluang. *Fonologi: Jurnal Ilmuan Bahasa dan Sastra Inggris*, 2(4), 249–257. Diakses dari <https://www.researchgate.net/publication/386527383>
- Arsjad, M., & U. S., M. (1993). *Pembinaan kemampuan berbicara Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Azis. (2016). *Pembinaan Bahasa Indonesia*. Makassar: Pena Indis.
- Azizah, A. R. (2019). Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa gaul di kalangan remaja Auva. *Jurnal SKRIPTA: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 33–39.
- Heryadi, D. (2010). *Metode penelitian pendidikan bahasa*. Bandung: PUSBILL-Bandung.
- Kridalaksana, H. (2011). *Kamus linguistik* (Edisi ke-4). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lauder, A. F., & Lauder, M. R. M. T. (2007). Berbagai kajian linguistik. Dalam Kushartanti, U. Yuwono, & M. R. M. T. Lauder (Peny.), *Pesona bahasa: Langkah awal memahami linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahardi, K. (2025). Bahasa Indonesia di era digital: Pengaruh teknologi digital terhadap penggunaan bahasa. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 8(2). Universitas Pahlawan. Diakses dari <https://journal.universitaspahlawan.ac.id>
- Safitri, N. (2020). Penggunaan media sosial dalam pembelajaran bahasa. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*.
- Sahril. (2016). Pemertahanan bahasa ibu melalui grup WhatsApp. *Ranah: Jurnal Penelitian Sastra*, 5(1).
- Saryono. (2020). *Pembinaan Bahasa Indonesia di era digital*. Bandung: Alfabeta.
- Shopiya, S., Wulandari, P. D., Ningrum, A. A., & Syabrina, M. (2025). Inovasi buku ajar digital berbasis web untuk meningkatkan pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah dasar awal. *Diniyah: Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(1), 19–36. Diakses dari <https://ejournal.iainkendari.ac.id>
- Sudaryanto, S. (2017). Tiga fase perkembangan Bahasa Indonesia (1928–2009): Kajian linguistik historis. *Aksis*, 2(1), 1–16.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan (Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Pratama, R. A. (2023). Integrasi teknologi digital dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah menengah. *Jurnal Pendidikan Literasi*, 4(2), 112–124.
- Wibowo, H. (2022). Dinamika perubahan bahasa pada era media sosial: Studi linguistik sosial. *Jurnal Bahasa dan Budaya*, 10(1), 45–58.