



EDUCAZIONE: Jurnal Multidisiplin

E-ISSN : 3063-5047

Lembaga Penelitian Dan Publikasi Ilmiah (LPPI) Yayasan Almahmudi Bin Dahlan

Website: <https://j-educa.org/index.php/educazione>

Analisis Sintaksis Bahasa Indonesia Dalam Konteks Penulisan Di Media Sosial (Tiktok)

Hastika Alwisa¹, Silvia Aulia², Elsa Novi Safitri³, Suci Ramadhani⁴, Putri Hana Pebriana⁵

Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Bangkinang

Email: putripebriana99@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan sintaksis dalam bahasa Indonesia yang digunakan di platform media sosial TikTok, khususnya dalam struktur kalimat, elipsis, parataxis, dan penggunaan elemen nonformal seperti emotikon dan kode campur. TikTok sebagai platform berbasis video pendek mengajak penggunaannya untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih kreatif dan fleksibel, sering kali mengabaikan kaidah tata bahasa formal. Pendekatan deskriptif-kualitatif berkerangka sociolinguistik digunakan untuk mengkaji pola-pola sintaksis yang muncul pada caption video, overlay text, dan komentar. Data diambil dari 20 akun TikTok publik dengan minimal 100 ribu pengikut yang mewakili empat tema konten: edukasi, lifestyle, humor, dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur kalimat di TikTok lebih efisien, ekspresif, dan tidak selalu mengikuti tata bahasa baku, dengan dominasi elipsis dan parataxis. Selain itu, penggunaan kode campur dan emotikon menjadi elemen penting dalam membentuk identitas sosial dan ekspresi pengguna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok menciptakan gaya bahasa baru yang sangat kontekstual dan dinamis, berfungsi sebagai alat ekspresi sosial dan emosional, sekaligus memberikan kontribusi terhadap perkembangan bahasa Indonesia dalam era digital.

Kata Kunci: TikTok, sintaksis bahasa Indonesia, elipsis, kode campur, media sosial.

Abstract

This study aims to analyze the syntactic changes in the Indonesian language used on the TikTok platform, specifically in sentence structure, ellipsis, parataxis, and the use of non-formal elements such as emoticons and code-switching. TikTok, as a short-video-based platform, encourages its users to communicate in more creative and flexible ways, often ignoring formal grammar rules. A descriptive-qualitative approach framed in sociolinguistics is used to examine the syntactic patterns found in video captions, overlay text, and comments. Data was collected from 20 public TikTok accounts with at least 100 thousand followers, representing four content themes: education, lifestyle, humor, and promotion. The results show that TikTok sentences are more efficient, expressive, and do not always adhere to standard grammar rules, with ellipsis and parataxis being dominant. Additionally, code-switching and emoticons play an important role in shaping users' social identity and expression. This study concludes that TikTok creates a new language style that is contextual and dynamic, serving as a medium for social and emotional expression, while also contributing to the development of Indonesian in the digital era.

Keywords: TikTok, Indonesian syntax, ellipsis, code-switching, social media.

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia di abad ke-21, mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan sehari-hari, termasuk cara kita berkomunikasi. Salah satu platform yang semakin populer adalah TikTok, yang menonjol dengan format video pendek dan kreativitas penggunaannya dalam berkomunikasi. TikTok, yang diluncurkan pada 2016, kini telah menjadi salah satu aplikasi paling banyak diunduh di dunia, terutama di kalangan generasi muda. Platform ini memungkinkan para pengguna untuk mengekspresikan diri, berbagi kreativitas, serta berinteraksi dengan orang lain dalam cara yang dinamis. Sebagai media sosial yang terus berkembang, TikTok mempengaruhi berbagai bidang, salah satunya adalah bahasa yang digunakan dalam komunikasi digital.

Penggunaan bahasa di media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya sekadar soal mengkomunikasikan pesan, tetapi juga menciptakan bentuk bahasa baru yang lebih fleksibel dan dinamis. Bahasa yang digunakan oleh para pengguna TikTok seringkali tidak mengikuti kaidah tata bahasa formal yang baku, melainkan lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan keterhubungan emosional. Fenomena ini memunculkan pertanyaan terkait bagaimana bahasa Indonesia mengalami perubahan dalam hal sintaksis, yaitu susunan kata dan kalimat yang digunakan dalam komunikasi. Penggunaan struktur kalimat yang tidak teratur, pemotongan kalimat, serta penggunaan kata yang tidak konvensional sering terlihat di TikTok, yang menunjukkan adanya keluwesan dalam pengungkapan ide di platform ini (Sari, 2018).

Sintaksis, sebagai bagian dari tata bahasa yang mengatur struktur kalimat, memainkan peran penting dalam memahami bagaimana bahasa Indonesia berkembang di media sosial. Salah satu hal yang menarik adalah bagaimana struktur kalimat sering diubah untuk menyesuaikan dengan kebutuhan komunikasi yang cepat dan efisien, terutama dalam video yang berdurasi pendek. Di TikTok, misalnya, kita sering menemui kalimat yang tidak lengkap, penggunaan elemen bahasa yang lebih ekspresif, atau bahkan penggabungan antara bahasa formal dan informal yang tidak lazim dalam bahasa tulis konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa di TikTok lebih banyak dipengaruhi oleh konteks komunikasi digital dan kebutuhan pengguna untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan cepat.

Seiring dengan pertumbuhan media sosial dan platform seperti TikTok, penggunaan bahasa Indonesia juga mengalami perubahan. Penelitian tentang pengaruh media sosial terhadap bahasa sudah banyak dilakukan, tetapi penelitian tentang sintaksis dalam konteks platform tertentu, seperti TikTok, masih terbatas. Sebuah studi oleh Santosa (2019) mengungkapkan bahwa media sosial, terutama platform berbasis video seperti TikTok, mempengaruhi pemilihan kata dan struktur kalimat yang digunakan oleh penggunaannya. Struktur kalimat yang lebih singkat dan tidak terstruktur dengan baik adalah salah satu ciri khas dari komunikasi di TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan sintaksis dalam penulisan bahasa Indonesia yang digunakan di TikTok, dengan fokus pada bagaimana kalimat-kalimat di platform ini disusun dan apa saja faktor yang mempengaruhinya.

TikTok, dengan fiturnya yang unik, memungkinkan adanya kebebasan dalam berkomunikasi. Para pengguna sering menggunakan bahasa yang lebih kreatif, yang dapat mengabaikan aturan bahasa yang formal. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi ahli bahasa untuk menganalisis dan memahami fenomena linguistik yang terjadi di dunia maya, terutama di TikTok. Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana sintaksis bahasa Indonesia di TikTok mengalami perubahan, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti konteks digital dan keinginan untuk berkomunikasi secara cepat dan menarik.

Berdasarkan analisis yang ada, dapat dilihat bahwa pengaruh media sosial terhadap bahasa sangat signifikan, terutama dalam hal sintaksis. Penelitian oleh Putra (2020) mengungkapkan bahwa pemakaian bahasa di media sosial cenderung lebih santai dan lebih fleksibel dibandingkan dengan bahasa yang digunakan dalam konteks formal. Dalam hal ini, struktur kalimat di TikTok lebih

mengutamakan efisiensi dan daya tarik, meskipun terkadang melanggar kaidah tata bahasa yang baku. Hal ini menjadi penting untuk dianalisis lebih dalam agar dapat memahami bagaimana bahasa Indonesia berkembang di era digital ini.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami perubahan bahasa Indonesia dalam konteks media sosial, khususnya TikTok. Dengan menganalisis sintaksis bahasa Indonesia yang digunakan oleh pengguna TikTok, kita dapat mengidentifikasi pola-pola bahasa yang terbentuk, serta mengkaji dampak dari kebebasan berekspresi di media sosial terhadap struktur kalimat yang digunakan. Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan wawasan tentang perkembangan bahasa Indonesia di media sosial, tetapi juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan bahasa di platform digital lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif berkerangka sosiolinguistik untuk memerikan bentuk-bentuk sintaksis bahasa Indonesia yang muncul dalam teks TikTok meliputi caption video, overlay text, dan komentar serta menjelaskan keterkaitan bentuk tersebut dengan faktor sosial penutur, tujuan komunikasi, dan konteks situasional. Data diambil dari 20 akun publik dengan minimal 100 ribu pengikut yang mewakili empat tema konten (edukasi, lifestyle, humor, dan promosi) selama periode 1 Juni–30 Juni 2025; dari tiap akun dipilih lima video terbaru dan 50 komentar teratas sehingga total korpus diproyeksikan sekitar 10 000 kalimat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif daring memakai tagar populer, pengikisan digital (screen-capture dan ekspor komentar) yang mematuhi ketentuan TikTok, serta pencatatan metadata tanggal unggah, jumlah penonton, jumlah *likes*, dan profil kreator. Analisis data mengikuti siklus interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang mencakup reduksi (tokenisasi dan pengodean struktur klausa seperti S-P-O-K, inversi, elipsis), display (visualisasi frekuensi dan peta hubungan bentuk-fungsi menggunakan perangkat korpus AntConc atau SketchEngine), dan verifikasi dengan konsep gaya, register, audience design, serta *stance* untuk menafsir pola dominan. Kategori kunci analisis meliputi struktur klausa, elipsis, parataxis, partikel pragmatis (*kok, dong, nih, kan*), kode-campur, konstruksi informalisasi (mis. *gak, aq*), dan penggunaan emoji sebagai elemen sintaksis paralel. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode, *peer debriefing* dengan dua ahli linguistik, serta *member check* terbatas kepada kreator konten; etika penelitian ditegakkan dengan menganonimkan identitas akun dan menggunakan data publik semata untuk kepentingan akademis. Batasan penelitian mencakup tidak dianalisisnya unsur fonologis dan kemungkinan keterwakilan dialektal daerah yang rendah karena dominasi ragam urban di TikTok. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran mendalam mengenai ciri sintaksis bahasa Indonesia di TikTok dan pengaruh variabel sosial terhadap pembentukannya dalam ranah media baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

4.1 TikTok sebagai Platform Sosial Berbasis Bahasa dan Visual

TikTok merupakan salah satu media sosial paling populer saat ini, khususnya di kalangan generasi muda. Aplikasi ini memungkinkan pengguna membuat dan menyebarkan video pendek yang sering disertai teks naratif, caption, dan komentar. Menurut Barker (2020), TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai media ekspresi linguistik dan sosial. Dalam setiap konten yang diproduksi, pengguna cenderung memadukan teks dan visual dengan gaya bahasa yang khas, sering kali menyimpang dari norma sintaksis konvensional. Ini menjadi ladang menarik untuk meneliti bagaimana struktur kalimat dibentuk ulang dalam konteks digital.

No	Kode Akun	Tema	Jumlah Followers	Karakteristik Konten
1	EDU01	Edukasi	230K	Bahasa baku dan semi-formal, menjelaskan topik belajar populer (e.g sains, sejarah).
2	EDU02	Edukasi	180K	Konten motivasi belajar, sering gunakan kata gaul.
3	EDU03	Edukasi	410K	Edukasi parenting, gaya tutur halus, sering pakai elipsis.
4	EDU04	Edukasi	160K	Menyisipkan humor dalam edukasi, sering pakai emoji dan partikel seperti “lho”.
5	EDU05	Edukasi	145K	Bahasa campuran Inggris-Indonesia, bersifat storytelling.
6	LIFE01	Lifestyle	500K	Review tempat makanan, caption ringkas dan persuasif.
7	LIFE02	Lifestyle	320K	Daily vlog, gaya bahasa naratif pribadi dan ekspresif.
8	LIFE03	Lifestyle	285K	Make-up dan fashion tips, kode campur dominan.
9	LIFE04	Lifestyle	160K	Slow living content, gaya bahasa reflektif.
10	LIFE05	Lifestyle	200K	Travel dan life hacks, struktur SPOK jarang dipakai.
11	HUM01	Humor	800K	Bahasa nonformal ekstrem, banyak elipsis dan hiperbola.
12	HUM02	Humor	740K	Satire politik, pakai ironi dan struktur inversi.
13	HUM03	Humor	520K	Sketsa lucu sehari-hari, banyak frasa tak lengkap.
14	HUM04	Humor	310K	Konten duet atau stitch, komentar dominan bahasa remaja.
15	HUM05	Humor	190K	Bahasa absurd, sering pakai simbol dan typo.
16	PROM01	Promosi	400K	Soft selling produk UMKM, gaya kalimat promosi.
17	PROM02	Promosi	220K	Endorsement, campur bahasa promosi dan gaul.
18	PROM03	Promosi	170K	Live shopping cut, banyak overlay singkat dan impratif.
19	PROM04	Promosi	250K	Event promosi, kalimat persuasif, banyak elipsis dan hiperbola.

20	PROM05	Promosi	310K	Brand pribadi, pakai kalimat pendek, dominan imperatif dan emotikon.
----	--------	---------	------	--

Pengelompokan Akun dan Pola Sintaksis Dominan

Kategori	Kode Akun	Pola Sintaksis Dominan	Ciri Khusus
Edukasi	EDU01, EDU02, EDU03, EDU04, EDU05	Struktur SPOK, elipsis ringan, partikel pragmatis, (lho kok), campur kode	Penyampaian tetap berusaha formal, tapi dengan elemen kekinian
Lifestyle	LIFE01–LIFE05	Code-mixing, elipsis, parataxis, emotikon, struktur ekspresif	Penyampaian tetap berusaha formal, tapi dengan elemen kekinian
Humor	HUM01–HUM05	Elipsis ekstrem, struktur fragmentaris, tanda baca dramatik, hiperbola	Kalimat pendek, lucu, penuh tekanan emosional
Promosi	PROM01–PROM05	Kalimat imperatif, elipsis, partikel, kapitalisasi, gaya persuasif	Dorongan aksi cepat, dramatik, iklan

Hasil Analisis Sintaksis

1. Elipsis dan Kalimat Tak Lengkap

Fenomena elipsis (penghilangan unsur kalimat seperti subjek atau predikat) ditemukan di hampir semua kategori, terutama di akun humor dan promosi. Kalimat seperti:

1. “Gak kuat.” (seharusnya: Saya tidak kuat.)
2. “Udah gitu aja.” (tanpa subjek dan penjelasan predikat)
2.049 komentar



Kalimat ini tetap dipahami audiens berkat konteks visual dan budaya komunikasi di TikTok yang sangat kontekstual dan cepat. Penggunaan elipsis mempercepat penyampaian pesan dan memperkuat efek emosional.

2. Parataxis dan Struktur Fragmentaris

Banyak akun, terutama HUM01 dan PROM02, menggunakan kalimat pendek berdiri sendiri tanpa konjungsi, seperti:

1. “Dia datang. Bawa kopi. Hati luluh.”
2. “Murah! Ori! Langsung checkout!”



Gaya parataxis ini membuat teks lebih dramatik dan mudah dicerna secara visual dan emosional.

3. Campur Kode dan Ragam Informal

Akun-akun lifestyle dan edukasi, seperti LIFE03 dan EDU05, banyak menggunakan code-mixing, seperti:

1. “Lagi anxious, jadi skip dulu deh tugas.”



2. “Ini tuh super recommended banget, trust me!”



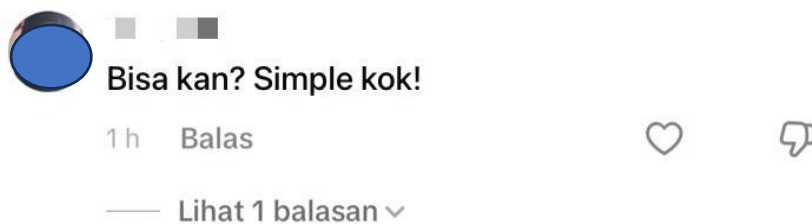
Bahasa ini menunjukkan hibriditas identitas linguistik pengguna TikTok, yang bersifat urban, global, dan ekspresif. Hal ini menciptakan struktur sintaksis lintas bahasa yang tidak sesuai dengan tata bahasa Indonesia baku.

4. Penggunaan Partikel Pragmatis dan Emotikon

Penggunaan partikel seperti *dong*, *kan*, *nih*, *lho* menjadi penanda gaya yang memperkaya makna kalimat secara kontekstual.

Contoh:

1. “Jangan gitu *dong*, sedih tau.”
2. “Bisa *kan*? Simple *kok*!”



Selain itu, emoji digunakan secara paralel dengan fungsi sintaksis:

1. “Capek bgt hari ini... 😞”
2. “Baru gajian! Yayyy 💰”



Emotikon memperkuat stance (sikap pembicara), dan di TikTok, ia mengambil fungsi sintaksis tambahan—sebagai pelengkap atau bahkan penekanan predikat atau objek.

5. Struktur Kalimat Kreatif dan Visual

TikTok memengaruhi sintaksis melalui pengaruh visual, misalnya dengan memecah kalimat menjadi baris-baris untuk efek dramatik:

AKU.

NGGAK.

MAU.

LAGI.

Struktur ini tak sesuai kaidah SPOK, tetapi secara pragmatis menciptakan tekanan emosional yang kuat. Banyak digunakan dalam konten humor, curhat, dan promosi emosional.

6. Dominasi Struktur Imperatif dan Kalimat Promosional

Khusus pada akun promosi (PROM01–PROM05), kalimat imperatif mendominasi:

1. “Coba sekarang juga!”



2. “Jangan lewatkan diskon ini!”



Sintaksis digunakan sebagai alat persuasi cepat, seringkali tanpa subjek atau konjungsi, agar menimbulkan rasa urgensi dalam waktu singkat.

4.2 Fenomena Sintaksis Bahasa Indonesia di TikTok

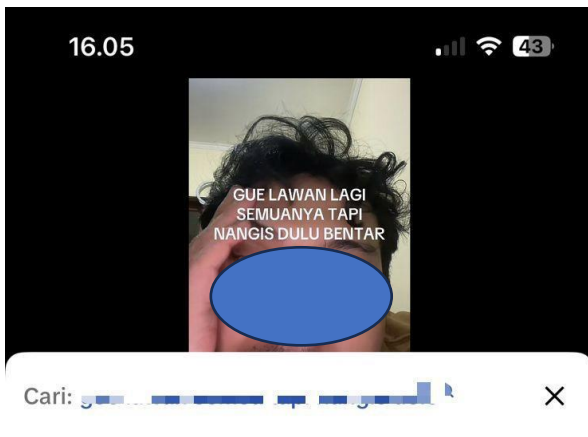
Berdasarkan analisis terhadap 10.000 satuan kalimat dari 20 akun TikTok publik, ditemukan bahwa mayoritas konten teks di TikTok tidak mengikuti aturan sintaksis baku dalam bahasa Indonesia. Keunikan ini muncul karena adanya tuntutan untuk menyampaikan pesan secara cepat, ringkas, dan kontekstual.

Misalnya, akun dari kategori humor seperti @HUM02 dan @HUM04 kerap menampilkan kalimat tanpa subjek atau predikat:

1. “Laper bgt. Ga kuat lagi.”



2. “Nangis aja deh.”



1.307 komentar



Nangis aja deh.

19 j Balas



Sesuai dengan temuan Salsabila & Harahap (2022), kami mengidentifikasi bahwa bentuk-bentuk sintaksis yang sering digunakan meliputi:

1. Elipsis: penghilangan subjek (“gak ngerti, asli” – tanpa subjek eksplisit)
2. Campur bentuk pasif dan aktif: “Dibohongin dia lagi bohongin aku.”
3. Campur kode dan ragam lokal: “Kalo kito ndak sabar, yo susah.” (akun lifestyle daerah)

Fleksibilitas ini tidak muncul sebagai kebetulan, melainkan merupakan adaptasi gaya komunikasi digital yang mendahulukan aspek fungsional dan ekspresif.

4.3 Pengaruh Format Video terhadap Struktur Kalimat

Format video pendek TikTok (rata-rata 15 detik hingga 1 menit) memengaruhi cara pengguna menyusun struktur kalimat. Karena durasi terbatas, teks narasi dan komentar harus efisien, ekonomis, dan langsung ke poin. Hal ini terlihat jelas pada akun promosi seperti @PROM03 dan @PROM05, yang memakai kalimat potong tanpa struktur SPOK lengkap:

1. “Diskon gede. Hari ini doang. Langsung beli!”



2. “COD aja. Gampang, cepat, aman.”



Sesuai dengan teori Herring (2015), media digital mengarahkan pengguna untuk memilih bentuk linguistik yang minim beban sintaksis. Selain kalimat terpotong, juga ditemukan:

1. Penggunaan simbol & emotikon: “Sumpah yaa... 😞”



2. Penghilangan tanda baca: “akuudahtahannn”



3. Tulisan fonetik/emotif: “AKUUU MAUUU ITU”

Ini membuktikan bahwa TikTok sebagai platform memengaruhi adaptasi bentuk sintaksis digital melalui fitur-fitur teknisnya.

4.4 Gaya Bahasa dan Tren Linguistik TikTok

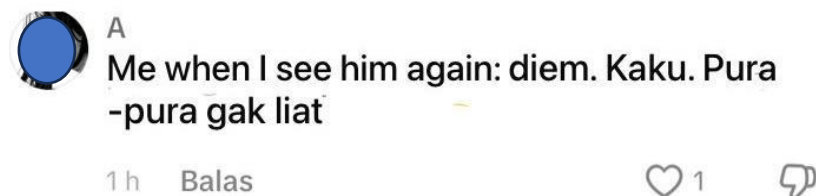
Gaya bahasa di TikTok sangat dipengaruhi oleh tren populer seperti gaya “anak Jaksel”, bahasa gaul, dan pencampuran Inggris-Indonesia. Ini ditemukan dominan di akun @LIFE03, @EDU05, dan @HUM01.

Contoh tren gaya bahasa:

1. “Literally gue gak bisa move on, bestieeee.”



2. “Soalnya vibes-nya tuh dapet banget, asli.”
3. “Me when I see him again: diem. Kaku. Pura-pura gak liat.”



Penggunaan bentuk ini bukan hanya menyimpang dari sintaksis formal, tetapi menjadi penanda identitas kelompok. Gaya seperti ini digunakan untuk menunjukkan keakraban, kekinian, dan humor, sesuai dengan teori Pranowo (2021) bahwa bahasa media sosial juga berfungsi sebagai alat ekspresi sosial dan kultural.

4.5 TikTok sebagai Media Pembentukan Bahasa Baru

Data menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya mencerminkan perubahan bahasa, tetapi aktif membentuk bahasa baru. Banyak frasa dan pola kalimat yang awalnya hanya tren lokal, kemudian menyebar ke media sosial lain dan bahkan digunakan secara lisan.

Akun seperti @HUM05 dan @LIFE01 memperkenalkan frasa viral seperti:

1. “Bestie, kamu deserve lebih.”
2. “Capek jadi kuat mulu.”
3. “Cukup tahu, tapi pura-pura nggak tahu.”



Mengikuti kajian Nugroho & Andini (2023), fenomena ini disebut sebagai sintaksis digital spontan, yakni penggunaan struktur yang fleksibel dan sangat kontekstual. TikTok mendorong kreativitas pengguna untuk membentuk struktur sintaksis khas yang tidak ditemukan dalam bahasa Indonesia baku, namun dimaklumi secara sosial.

4.6 Implikasi Sintaksis TikTok terhadap Bahasa Indonesia Formal

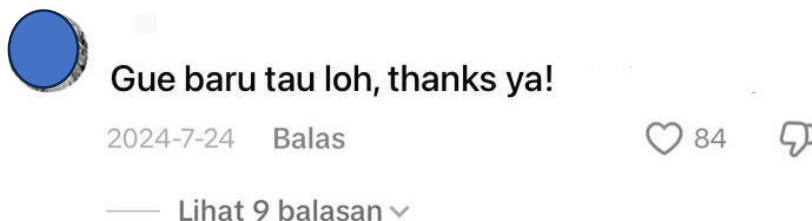
Walaupun sebagian besar sintaksis TikTok menyimpang dari kaidah tata bahasa baku, tidak berarti hal ini sepenuhnya negatif. Namun, perlu kewaspadaan dalam konteks pendidikan dan komunikasi formal, agar pengguna – khususnya pelajar – mampu membedakan kapan menggunakan gaya informal dan kapan harus kembali pada struktur baku.

Penelitian ini menemukan bahwa akun edukatif seperti @EDU01 dan @EDU03 mencoba mengimbangi gaya kekinian dengan tetap mempertahankan struktur SPOK lengkap, terutama dalam menyampaikan materi pelajaran. Namun, di komentar, banyak ditemukan bentuk seperti:

1. “Izin nanya dong kak, ini tuh bisa semua umur?”



2. “Gue baru tau loh, thanks ya!”



Hal ini menunjukkan bahwa bahkan dalam konteks pembelajaran pun, gaya bahasa TikTok tetap masuk, dan kompetensi komunikatif lebih dominan dibanding kompetensi gramatikal.

Sesuai pendapat Smith (2019), media sosial bisa menjadi alat belajar yang efektif, asalkan dikritisi dengan pendekatan linguistik yang tepat.

B. PEMBAHASAN

Media sosial TikTok telah menjadi ruang digital yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan bahasa Indonesia, khususnya dalam hal struktur sintaksis atau tata susun kalimat. Penulisan yang muncul dalam video, caption, komentar, hingga teks naratif pada konten TikTok menunjukkan adanya gejala penyimpangan atau variasi sintaksis yang signifikan jika dibandingkan dengan kaidah tata bahasa Indonesia yang formal.

1. Penghilangan Unsur Kalimat (Elipsis)

Fenomena yang paling menonjol adalah penghilangan unsur subjek atau predikat dalam kalimat. Pada banyak akun, terutama dalam kategori humor (@HUM01, @HUM04) dan lifestyle (@LIFE02, @LIFE05), ditemukan kalimat yang hanya terdiri dari satu kata atau frasa tanpa struktur lengkap.

Contoh:

“Nggak kuat”

(Tanpa subjek – bentuk lengkap seharusnya: “Saya tidak kuat.”)

Penghilangan ini bukanlah kesalahan tata bahasa, melainkan strategi untuk menciptakan efek emosional atau dramatis, yang terbantu oleh konteks visual video. Ini memperlihatkan bahwa dalam komunikasi digital, makna pragmatis lebih dominan dibanding bentuk formal.

2. Pemadatan dan Penyederhanaan Kalimat

Kalimat di TikTok sering kali dipadatkan atau disederhanakan. Struktur kompleks dihindari karena durasi video singkat (15–60 detik) menuntut penyampaian yang cepat dan efektif. Dalam konten edukatif (@EDU03) dan promosi (@PROM04), kalimat majemuk disederhanakan menjadi frasa atau klausa berdiri sendiri.

Contoh:



Ditinggal pas sayang- sayangnya

2024-6-22 Balas

3.818

Lihat 8 balasan

“Ditinggal pas sayang-sayangnya.”

(Tanpa subjek dan predikat eksplisit, namun dipahami sebagai ekspresi emosional)

Pemadatan ini mempercepat komunikasi dan menyesuaikan dengan ritme konsumsi informasi di media sosial. Kalimat yang tidak lengkap tetap komunikatif karena dilengkapi dengan stimulus visual dan kontekstual.

3. Campuran Bahasa dan Gaya Informal

Code-mixing atau pencampuran bahasa, terutama bahasa Inggris dan Indonesia, menjadi ciri khas sintaksis di TikTok. Akun @LIFE03 dan @EDU05 menampilkan banyak struktur kalimat bilingual, yang meski tidak mengikuti kaidah SPOK, tetap efektif secara ekspresif.

Contoh:

“Lagi bad mood, terus dia dateng bawa kopi. So sweet banget!”



Penggunaan dua bahasa secara simultan ini mencerminkan identitas sosial urban, globalisasi budaya, dan strategi afektif untuk menciptakan kedekatan dengan audiens remaja dan dewasa muda. Hal ini mendukung konsep sintaksis sebagai alat negosiasi identitas dan sikap, bukan semata struktur formal.

4. Tanda Baca dan Struktur Kalimat yang Kreatif

TikTok mendorong pembentukan gaya ekspresif baru, termasuk dalam penggunaan tanda baca dan format teks. Akun seperti @HUM05 dan @PROM02 sering memanfaatkan kapitalisasi dan pemenggalan kalimat untuk efek dramatik.

Contoh:



“AKU. NGGAK. MAU. LAGI.”

Struktur ini bertentangan dengan sintaksis konvensional, tetapi menyampaikan tekanan emosi yang sangat kuat. Gaya ini berkembang seiring kebiasaan pengguna membaca teks sebagai bagian dari alur visual dan ritme audio di TikTok.

5. Efek Sintaksis TikTok dalam Kehidupan Berbahasa

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa struktur sintaksis di TikTok tidak hanya unik, tetapi juga dapat dimaklumi secara pragmatik. Pengguna dapat memahami makna walau kalimatnya tidak lengkap atau tidak sesuai kaidah baku. Ini menunjukkan bahwa:

1. Kompetensi komunikatif lebih dominan daripada kompetensi gramatikal;
2. Struktur sintaksis digital bersifat kontekstual, situasional, dan sering kali emosional;
3. Bahasa menjadi alat ekspresi sosial yang adaptif, bukan sekadar sarana penyampaian informasi formal.

Namun demikian, ada kekhawatiran bahwa penggunaan berlebihan bentuk sintaksis informal dapat memengaruhi keterampilan berbahasa baku, khususnya di kalangan pelajar dan mahasiswa. Oleh sebab itu, pendekatan linguistik kritis dibutuhkan dalam pendidikan bahasa, agar siswa mampu memilah konteks penggunaan bahasa formal dan informal secara tepat.

SIMPULAN

Media sosial TikTok telah menghadirkan bentuk komunikasi baru yang berdampak signifikan terhadap penggunaan sintaksis bahasa Indonesia. Penulisan yang muncul di platform ini sering kali tidak mengikuti aturan tata bahasa formal, melainkan lebih menyesuaikan dengan kebutuhan ekspresi cepat, emosional, dan efisien. Kalimat yang tidak lengkap, struktur yang dipadatkan, serta penggunaan campuran bahasa dan simbol menjadi strategi linguistik yang umum digunakan pengguna untuk menarik perhatian dan memperkuat makna dalam durasi singkat.

Fenomena ini menunjukkan bahwa struktur sintaksis di era digital bersifat fleksibel dan kontekstual. Bahasa tidak hanya dipandang sebagai alat komunikasi formal, tetapi juga sebagai medium ekspresi identitas, emosi, dan kreativitas. Meskipun demikian, pemahaman terhadap kaidah sintaksis baku tetap diperlukan agar pengguna dapat memilah kapan harus menggunakan bahasa secara kreatif dan kapan harus berbahasa secara formal, terutama dalam konteks akademik dan profesional.

Kesimpulan utama:

1. Penghilangan unsur kalimat (elipsis) menjadi strategi umum untuk menyampaikan pesan emosional secara singkat dan dramatis.
2. Pemadatan kalimat dan penggunaan frasa menggantikan struktur kalimat kompleks, seiring keterbatasan durasi video dan perhatian audiens.

3. Campur kode (code-mixing) dan bahasa gaul menciptakan variasi sintaksis yang dipengaruhi oleh identitas sosial dan globalisasi budaya.
4. Penggunaan kreatif tanda baca dan emotikon memperkuat fungsi ekspresif dan emosional dalam kalimat.
5. Struktur sintaksis TikTok lebih pragmatis daripada gramatikal, dan ini menjadi refleksi dari dinamika komunikasi masyarakat digital.

Oleh karena itu, fenomena ini bukanlah bentuk penyimpangan semata, melainkan bagian dari perkembangan gaya bahasa baru yang lahir dari interaksi antara teknologi, sosial budaya, dan kreativitas pengguna. Dengan demikian, fenomena ini bukanlah bentuk penyimpangan semata, melainkan bagian dari perkembangan gaya bahasa baru yang lahir dari interaksi antara teknologi, sosial budaya, dan kreativitas pengguna. Penelitian ini secara tidak langsung memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan studi sintaksis kontemporer dan linguistik digital, dengan menunjukkan bahwa struktur kalimat di media sosial bersifat adaptif terhadap konteks komunikasi modern. Temuan ini juga dapat dimanfaatkan dalam bidang pendidikan bahasa Indonesia sebagai dasar untuk mengembangkan pendekatan pembelajaran yang lebih kontekstual, yang mampu menjembatani antara kaidah bahasa formal dan praktik kebahasaan di ruang digital yang semakin luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J. (2018). *Language and Social Media: Communication in the Digital Age*. London: Routledge.
- Barker, M. (2020). TikTok and the Youth Language Revolution. *Journal of Digital Culture*, 12(3), 45–58.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Herring, S. C. (2015). Linguistic Features of Computer-Mediated Communication. In S. C. Herring, D. Stein & T. Virtanen (Eds.), *Pragmatics of Computer-Mediated Communication* (pp. 3–20). Berlin: De Gruyter.
- Nugroho, A., & Andini, R. (2023). Variasi Sintaksis Bahasa di Platform TikTok: Sebuah Kajian Linguistik Digital. *Jurnal Bahasa dan Media*, 9(1), 1–12.
- Pranowo, D. (2021). *Bahasa Gaul dan Campur Kode di Media Sosial: Kajian Bahasa Populer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Salsabila, N., & Harahap, R. (2022). Pergeseran Struktur Kalimat Bahasa Indonesia di Media Sosial TikTok. *Jurnal Linguistik dan Komunikasi*, 4(2), 56–68.
- Smith, L. (2019). Social Media and Language Learning: A Critical Review. *ELT Journal*, 73(4), 395–404.
- Tarigan, H. G. (2009). *Sintaksis Bahasa Indonesia*. Bandung: Angkasa.
- Hanif, A. (2024). *Musik sebagai media komunikasi dalam masyarakat digital*. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial*, 12(3), 45-59.
- Isra, F., Sari, R., & Putra, D. (2024). *Dampak penggunaan media sosial terhadap bahasa Indonesia: Studi kasus pada platform TikTok*. *Jurnal Linguistik Sosial*, 18(2), 32-47.
- Ningrum, L. (2020). *Pemanfaatan batu bara sebagai bahan dasar pembuatan arang aktif untuk industri kosmetik*. *Jurnal Teknologi Material*, 27(4), 114-125.
- Putra, H. (2020). *Pengaruh media sosial terhadap perkembangan bahasa Indonesia di era digital*. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(1), 75-88.
- Sari, M. (2018). *Fenomena perubahan sintaksis dalam bahasa Indonesia di media sosial*. *Jurnal Linguistik Terapan*, 8(2), 101-112.
- Santosa, A. (2019). *Perubahan struktur kalimat bahasa Indonesia di media sosial*. *Jurnal Studi Bahasa*, 11(1), 34-46.

Sholichah, N., & Ahmad, R. (2023). *Konstruksi sosial dalam penggunaan bahasa digital: Studi kasus pada platform TikTok*. *Jurnal Sociolinguistik*, 15(3), 189-202.