SBS

SEBASA

Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs

Terakreditasi S4 sinta

E-ISSN: 2621-0851

Vol. 8 No. 1, Maret 2025

Hal. 210-223

BAHASA SEBAGAI IDENTITAS GENDER: STUDI KASUS PENGGUNAAN BAHASA DI MEDIA SOSIAL X

Elok Faiqotul Hikmah
elokfaikfaik4@gmail.com
Universitas Negeri Surabaya
DOI:https://doi.org/10.29408/sbs.v8i1. 29285
Orchid ID: https://orcid.org/0009-0005-8866-1296
Submitted, 2025-01-10; *Revised*, 2025-03-22; *Accepted*, 2025-03-25

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi penggunaan bahasa sebagai alat pembentukan identitas gender di media sosial X. Penelitian ini mengkaji bagaimana pengguna merefleksikan identitas gender melalui bahasa, melampaui stereotip tradisional, serta memanfaatkan fleksibilitas bahasa dalam konteks daring. Data penelitian berupa 20 postingan publik dari pengguna X yang dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Indikator bahasa, seperti penggunaan emotikon, kata sifat kosong, dan gaya komunikasi langsung, digunakan untuk mengidentifikasi pola linguistik berdasarkan teori Lakoff serta Henley & Kramarae. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan tidak lagi terbatas pada gaya komunikasi suportif, melainkan menggunakan bahasa tegas, kasar, atau sarkastik, sedangkan laki-laki mulai mengadopsi gaya komunikasi yang lebih emosional dan estetis. Anonimitas dan fleksibilitas bahasa di media sosial X memungkinkan pengguna untuk bereksperimen dengan identitas gender, menciptakan ruang yang lebih cair dan inklusif. Temuan ini memberikan kontribusi pada kajian sosiolinguistik dengan menyoroti peran media sosial dalam membentuk identitas gender baru di era digital. Fakta menarik menunjukkan bagaimana konteks daring memungkinkan interaksi linguistik yang melampaui batasan gender tradisional, menciptakan identitas yang lebih dinamis.
Kata kunci: bahasa, gender, media sosial

Abstract

This study aims to explore the use of language as a tool for gender identity formation on X social media. This research examines how users reflect gender identity through language, transcend traditional stereotypes, and utilize the flexibility of language in an online context. The research data are 20 public posts from X users analyzed using a descriptive qualitative approach. Language indicators, such as the use of emoticons, empty adjectives, and direct communication styles, were used to identify linguistic patterns based on the theories of Lakoff and Henley & Kramarae. The results showed that women are no longer limited to supportive communication styles, but rather use assertive, harsh, or sarcastic language, while men have begun to adopt more emotional and aesthetic communication styles. The anonymity and flexibility of language on X social media allows users to experiment with gender identity, creating a more fluid and inclusive space. The findings contribute to sociolinguistic studies by highlighting the role of social media in shaping new gender identities in the digital age. It shows how online contexts enable linguistic interactions that transcend traditional gender boundaries, creating more dynamic identities.
***Keywords**: language, gender, social media*

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
Terakreditasi S4 sinta
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

PENDAHULUAN

Bahasa memainkan peran signifikan dalam membangun dan mencerminkan identitas gender, baik laki-laki maupun perempuan. Dalam kajian sosiolinguistik, hubungan antara bahasa dan gender sering kali dipandang melalui pendekatan perbedaan, dominasi, maupun keberagaman. Gender, yang secara tradisional dikaitkan dengan perbedaan biologis, kini lebih diakui sebagai konsep yang cair dan dikonstruksi secara sosial, melibatkan peran, hubungan kekuasaan, serta kinerja linguistik dalam berbagai konteks budaya (Mesthrie, 2011). Dalam hal ini, Lakoff (1975) berpendapat mengenai "bahasa perempuan" yang relevan dalam memahami hubungan antara bahasa, gender, dan kekuasaan dalam masyarakat. Lakoff mencatat ciri khas tertentu dari "bahasa perempuan," seperti penggunaan istilah warna yang spesifik, kata-kata kosong, intonasi terminal tinggi, pertanyaan tag, serta tata bahasa yang sangat benar. Ciri-ciri ini sering dianggap mencerminkan kelemahan atau kekurangan dibandingkan dengan cara laki-laki menggunakan bahasa. Pendekatan ini, yang dikenal sebagai teori defisit, menunjukkan bahwa "kelemahan" tersebut bukan berasal dari sifat alami perempuan, melainkan hasil dari posisi subordinasi perempuan dalam struktur sosial yang patriarkal (Mesthrie, 2011).

Selain daripada segi pragmatis tersebut, adapun bagaimana dalam pola fonologis dan variasi mofvosintaksis dimana perempuan menggunakan fitur standar yang lebih tinggi daripada laki-laki. Sementara itu, Henley dan Kramarae (1994) menyoroti perbedaan pola komunikasi yang sering diasosiasikan dengan gender dalam percakapan. "Gaya perempuan" digambarkan sebagai bentuk komunikasi yang ramah, kooperatif, dan suportif, dengan tujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan menjaga interaksi yang nyaman. Hal ini mencerminkan kecenderungan untuk mengutamakan empati, solidaritas, dan kerja sama dalam percakapan, di mana perempuan lebih sering memperhatikan perasaan lawan bicara dan berusaha membangun suasana yang menyenangkan. Sebaliknya, "gaya laki-laki" cenderung menunjukkan pola komunikasi yang lebih kompetitif dan kurang memperhatikan aspek hubungan interpersonal. Gaya ini sering kali berorientasi pada dominasi dalam percakapan, seperti mengambil alih pembicaraan, menginterupsi, atau memberikan respons yang terkesan menguasai dan kurang memperhatikan perspektif orang lain. Pendekatan ini sering

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

dihubungkan dengan sifat yang berfokus pada hasil atau tujuan tertentu daripada menjaga kualitas hubungan dalam komunikasi.

Fenomena di media sosial, khususnya di platform X (sebelumnya *Twitter*), menjadi cerminan kompleksitas hubungan antara bahasa dan gender. Dalam konteks media sosial ini, contoh penggunaan "bahasa perempuan" yang dijelaskan oleh Lakoff maupun Henley dan Kramarae dapat ditemukan dalam berbagai gaya komunikasi. Pengguna platform ini sering kali tidak menunjukkan identitas gender secara eksplisit, baik melalui foto profil maupun nama pengguna. Identitas virtual seperti penggunaan karakter fiksi, idola, atau bahkan foto anonim, membuat batasan gender menjadi semakin kabur. Dalam interaksi daring ini, bahasa menjadi alat utama untuk mengekspresikan identitas gender, meskipun tidak selalu sesuai dengan norma-norma tradisional.

Fenomena di media sosial, khususnya di platform X (sebelumnya Twitter), menjadi cerminan kompleksitas hubungan antara bahasa dan gender. Dalam konteks media sosial ini, contoh penggunaan "bahasa perempuan" yang dijelaskan oleh Lakoff maupun Henley dan Kramarae dapat ditemukan dalam berbagai gaya komunikasi. Misalnya, gaya komunikasi suportif yang digambarkan Henley & Kramarae terlihat dari penggunaan emotikon, kata-kata ekspresif seperti "gemoy" atau "imut," serta pertanyaan tag yang membangun hubungan interpersonal seperti "kamu suka, kan?"). Adapaun indikator linguistik yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori Lakoff dan Henley & Kramarae untuk mengidentifikasi pola komunikasi gender. Bahasa perempuan ditandai dengan penggunaan emotikon secara berlebihan, kata sifat kosong seperti "gemas" atau "cantik," serta istilah warna spesifik seperti "lavender pastel." Selain itu, intonasi terminal tinggi dan pertanyaan tag seperti "Serius, ya?" juga menjadi karakteristik khas. Sementara itu, bahasa laki-laki cenderung lebih langsung, kompetitif, dan analitis, dengan penggunaan kata-kata kasar atau sarkastik serta fokus pada isu teknis dan opini kuat terhadap gender. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya pergeseran di mana perempuan mulai menggunakan bahasa yang lebih dominan, sementara laki-laki mengadopsi unsur ekspresi yang lebih emosional, menunjukkan bahwa batasan gender dalam komunikasi semakin cair.

Hal ini semakin relevan dalam konteks di mana bahasa tidak hanya merefleksikan gender tetapi juga menciptakan identitas gender baru melalui interaksi daring. Dengan memahami bahasa sebagai

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

performa gender, penelitian ini berusaha mengeksplorasi bagaimana bahasa digunakan sebagai identitas gender dalam komunikasi di media sosial X. Penelitian ini tidak hanya akan membahas perbedaan pola bahasa antara laki-laki dan perempuan tetapi juga bagaimana pengguna memanfaatkan fleksibilitas bahasa untuk mengekspresikan identitas gender mereka, baik yang sesuai maupun yang melampaui norma-norma tradisional.

Penelitian mengenai bahasa sebagai identitas gender bukan lagi menjadi tipik yang baru, misalnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Kuznietsova (2021) dengan judul "*Gender Difference in Language Use and Language Attitudes in Online Facebook Posts of Ukrainian Migrants in Germany*". Penelitian tersebut membahas bagaimana perbedaan gender memengaruhi penggunaan bahasa dan sikap terhadap bahasa dalam komunitas diaspora Ukraina di Jerman. Penelitian ini berfokus pada interaksi daring di grup Facebook untuk menganalisis pola penggunaan bahasa, sikap terhadap bahasa seperti Ukraina, Rusia, Jerman, dan Inggris, serta bagaimana gender memengaruhi konstruksi identitas linguistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa Ukraina menjadi pilihan utama untuk menjaga identitas nasional, terutama dalam grup yang berorientasi patriotik. Namun, perempuan lebih sering menggunakan bahasa internasional, seperti Jerman dan Inggris, untuk menunjukkan keterbukaan terhadap integrasi sosial, sedangkan laki-laki lebih kritis terhadap penggunaan bahasa non-Ukraina, mencerminkan peran mereka sebagai penjaga bahasa nasional. Perempuan juga lebih sering melakukan kode-switching, sementara laki-laki cenderung memposting konten teknis dan ekonomi, sedangkan perempuan fokus pada topik tradisional, estetika, dan keagamaan. Kritik laki-laki terhadap penggunaan bahasa Rusia oleh perempuan menyoroti adanya purisme linguistik dan dominasi dalam pola komunikasi.

Selain itu, adapaun penelitian oleh Kraľovičová & Ungerová (2024) yang berjudul "*Current Trends in the Media: Gender-Inclusive Language*". Penelitian ini membahas bagaimana fenomena bahasa inklusif gender memengaruhi bahasa media, khususnya dalam konteks bahasa Inggris dan Slovak. Artikel ini menyoroti bagaimana media mencerminkan dan membentuk realitas sosial melalui bahasa, dengan fokus pada konsep *political correctness* dan bahasa sensitif gender. Salah satu temuan utama adalah munculnya istilah baru dalam bahasa Inggris, seperti *pregnant people* dan *non-men*, yang bertujuan untuk mencakup berbagai identitas gender. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa bahasa media kerap memperkuat stereotip gender melalui peran tradisional laki-laki dan perempuan, meskipun kadang menciptakan kategori baru yang memperluas pemahaman tentang gender.

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
Terakreditasi S4 sinta
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

Adapun penelitian oleh Ekoç, (2017) dengan judul "*Emerging Gender Identities in Students' Social Media Language Class Group Interaction"*. Peneltian ini membahas bagaimana identitas gender muncul dan dinegosiasikan melalui interaksi siswa dalam grup kelas bahasa di media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa siswa memanfaatkan media sosial sebagai ruang yang fleksibel untuk mengekspresikan identitas mereka, termasuk identitas gender, melalui humor, sarkasme, dan berbagi informasi. Identitas gender sering kali muncul secara spontan, di mana siswa laki-laki cenderung menunjukkan sikap maskulin dominan, sementara siswa perempuan menggunakan bahasa untuk melawan stereotip gender.

Dari ketiga penelitian di atas, ketiganya memiliki relevansi dengan penelitian tentang "*Bahasa Sebagai Identitas Gender di Media Sosial X*," yang mengeksplorasi hubungan bahasa dengan identitas gender. Ketiga penelitian di atas mendukung gagasan bahwa bahasa di media sosial mencerminkan stereotip gender, seperti kecenderungan perempuan untuk menunjukkan gaya komunikasi yang suportif dan laki-laki yang lebih dominan, serta menyoroti bagaimana bahasa digunakan untuk mengekspresikan identitas gender dalam konteks daring. Namun, meskipun demikian terdapat gap pada penelitian tersebut, yaitu kurangnya eksplorasi terhadap platform media sosial lain seperti X (Twitter) yang memiliki format lebih ringkas dan dinamis. Dengan demikian, kebaruan penelitian yang diusulkan dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana bahasa digunakan di X untuk melampaui norma gender tradisional, misalnya perempuan menggunakan bahasa yang lebih agresif atau laki-laki mengadopsi gaya komunikasi yang lebih suportif. Penelitian ini akan melengkapi studi sebelumnya dengan mengeksplorasi fleksibilitas bahasa dalam menciptakan identitas gender baru di era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan utama. Permasalahan pertama adalah bagaimana bahasa digunakan oleh pengguna untuk merefleksikan dan membentuk identitas gender mereka di platform tersebut. Permasalahan kedua mencakup identifikasi pola-pola komunikasi yang mencerminkan stereotip gender dalam interaksi daring, baik dalam bentuk gaya komunikasi suportif maupun dominan. Permasalahan ketiga adalah bagaimana pengguna media sosial X memanfaatkan fleksibilitas bahasa untuk melampaui norma-norma gender tradisional dan menciptakan identitas gender baru. Selain itu, penelitian ini juga memerhatikan peran konteks daring dalam membentuk interaksi linguistik yang mendukung konstruksi identitas gender yang lebih cair dan beragam.

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
Terakreditasi S4 sinta
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

Dengan demikian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi penggunaan bahasa sebagai alat pembentukan identitas gender di media sosial X. Penelitian ini bertujuan menganalisis perbedaan pola bahasa antara laki-laki dan perempuan, mengidentifikasi strategi bahasa yang digunakan untuk melampaui stereotip gender, serta memahami bagaimana pengguna media sosial X mengekspresikan identitas gender mereka dalam lingkungan digital yang lebih anonim dan dinamis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang hubungan antara bahasa, gender, dan identitas dalam konteks media sosial, sekaligus melengkapi studi-studi sebelumnya yang lebih terbatas pada platform atau kelompok tertentu.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi bagaimana bahasa digunakan sebagai alat pembentukan identitas gender di media sosial X. Data penelitian berupa postingan publik dari pengguna media sosial X yang mencerminkan pola komunikasi gender, baik dari laki-laki maupun perempuan. Subjek penelitian difokuskan pada Generasi Z (kelahiran 1997–2012). Adapun alasan peneliti memilih Gen Z karena merupakan generasi digital-native yang aktif di media sosial, memiliki pandangan yang lebih cair terhadap konsep gender, dan cenderung menggunakan media sosial sebagai ruang untuk mengekspresikan identitas. Adapaun indikator penentuan subjek penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Usia 18–26 tahun
2. Frekuensi unggahan minimal dua kali per minggu selama tiga bulan terakhir
3. Penggunaan bahasa Indonesia dalam ekspresi informal, dan terlibat aktif dalam diskusi komunitas (*base*) Tanyarlfes dan Convomf

Adapun indikator bahasa untuk menyeleksi postingan didasarkan pada teori Lakoff dan Henley & Kramarae. Postingan perempuan dicirikan dengan penggunaan emotikon, kata sifat "kosong" seperti "gemas" atau "imut," pertanyaan tag seperti "kamu suka, kan?,", Hari ini panas banget, ya?" dan istilah warna spesifik seperti "lavender pastel." Postingan laki-laki ditandai oleh gaya komunikasi langsung dan kompetitif, penggunaan bahasa informal atau "kasar," serta fokus pada topik teknis atau opini kuat terhadap isu gender. Selain itu, pola bahasa yang melampaui stereotip gender

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

tradisional, seperti perempuan yang menggunakan bahasa "kasar" atau laki-laki yang memakai emotikon berlebihan, juga diperhatikan.

Adapun jumlah yang diambil dalam penelitian ini adalah 20 unggahan yang dipilih berdasarkan konsep saturasi data dalam penelitian kualitatif. Saturasi data terjadi ketika pola bahasa yang dianalisis mulai berulang dan tidak lagi memberikan informasi baru yang signifikan (Guest, Bunce, & Johnson, 2006; Hennink, Kaiser, & Marconi, 2017). Selain itu, penelitian terdahulu dalam studi sosiolinguistik berbasis media sosial, seperti Bamman, Eisenstein, & Schnoebelen (2014) serta Kuznietsova (2021), juga menggunakan sampel terbatas untuk mengeksplorasi pola komunikasi gender secara mendalam. Dengan demikian, jumlah 20 postingan dianggap cukup representatif untuk mengidentifikasi pola linguistik yang mencerminkan identitas gender dalam media sosial X."

Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi daring, dengan langkah-langkah meliputi penyaringan akun berdasarkan indikator subjek, pengunduhan postingan publik yang relevan, dan klasifikasi data sesuai indikator bahasa (Kuznietsova, 2021). Analisis data dilakukan melalui pendekatan analisis isi, dengan langkah-langkah seperti koding awal elemen linguistik, pengelompokan berdasarkan pola gender, dan analisis konteks sosial serta budaya. Penelitian ini menggunakan teori defisit dan dominasi dari Lakoff untuk memahami pola bahasa perempuan dan laki-laki, serta teori performa gender dari Henley & Kramarae untuk menilai ekspresi identitas gender melalui komunikasi.

PEMBAHASAN

Media sosial X memberikan ruang bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri melalui bahasa, baik secara eksplisit maupun implisit. Bahasa yang digunakan mencerminkan pola komunikasi yang terkait dengan identitas gender, baik yang sesuai dengan norma tradisional maupun yang melampauinya. Dalam penelitian ini, postingan dari 20 pengguna dianalisis untuk mengungkap bagaimana bahasa digunakan sebagai alat refleksi identitas gender serta bagaimana pengguna memanfaatkan fleksibilitas bahasa di media sosial X.

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
Terakreditasi S4 sinta
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

1. Bahasa Sebagai Refleksi Identitas Gender

Dari hasil temuan data, terdapat postingan yang menunjukkan gaya bahasa tegas dan dominan dengan kata-kata seperti *"BESERAK TAU KAU,"* yang biasanya diasosiasikan dengan maskulinitas. Meskipun pengguna diidentifikasi sebagai perempuan, gaya komunikasinya melampaui stereotip gender tradisional. Postingan kedua, dengan frasa *"semanis itu,"* mencerminkan gaya bahasa feminin yang menekankan estetika, sedangkan postingan ketiga menggunakan emotikon berlebihan ("😭😒") untuk mengekspresikan emosi, yang juga khas bahasa perempuan menurut teori Lakoff. Sebaliknya, adapun postingan dimana pengguna tidak menyebutkan gender secara eksplisit, tetapi gaya bahasa kasar seperti *"anjeng najis* □*"* menunjukkan dominasi dan agresi, yang lebih sering dikaitkan dengan maskulinitas. Bahasa dalam data ini merefleksikan identitas gender pengguna dengan cara yang kompleks. Beberapa postingan menunjukkan ekspresi gender yang sesuai stereotip, sementara lainnya melampaui norma tradisional. Misalnya, perempuan menggunakan bahasa kasar atau sarkastik untuk menantang stereotip tentang kelembutan dalam komunikasi perempuan.

2. Bahasa yang Mendukung Identitas Gender Tradisional

Kemudian terdapat postingan yang mengandung kata *"gemoy"* dan emotikon ("😭😭😭") menegaskan karakteristik bahasa perempuan yang ekspresif. Selain itu, adapun postingan yang memperlihatkan fokus pada estetika dengan frasa seperti *"warna-warna pastel cantik banget"* dan *"blue sky bikin gak kelihatan kusam."* Data ini sesuai dengan teori Lakoff bahwa perempuan cenderung menggunakan kata sifat kosong dan emotikon untuk membangun hubungan emosional. Namun, di sisi lain, postingan kesepuluh menunjukkan penggunaan bahasa feminin dengan gaya hiperbolik, yang memperkuat norma gender tradisional. Bahasa ini menunjukkan bahwa sebagian pengguna masih merefleksikan identitas gender mereka sesuai dengan konstruksi sosial yang berlaku. Mereka memanfaatkan elemen estetis dan emosional untuk mengekspresikan diri.

3. Dominasi Maskulin dan Bahasa Netral

Adapun postingan dengan frasa *"jangan bawa-bawa pribadi ini negara INDONESIA"* mencerminkan gaya dominasi maskulin yang langsung dan analitis, konsisten dengan teori dominasi

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

Lakoff. Sebaliknya, postingan ketiga belas dan kelima belas menggunakan gaya bahasa humoris yang netral gender, tanpa menunjukkan karakteristik tertentu yang mengarah ke stereotip feminin atau maskulin. Data ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial laki-laki lebih cenderung memanfaatkan gaya komunikasi langsung dan analitis untuk menyampaikan opini mereka. Namun, terdapat pula interaksi netral yang tidak terkait dengan stereotip gender tertentu.

4. Melampaui Norma Tradisional

Kemudian terdapat postingan yang mencerminkan gaya bahasa melampaui norma gender tradisional. Dimana dalam postinga yang dikethui sebagai perempuan menggunakan gaya bahasa informal dan sarkastik, seperti *"anjir" dan "monyd* (monyet)." Postingan tersebut menunjukkan bahwa bahasa informal digunakan untuk menyampaikan kritik dengan cara yang tajam, mencerminkan dominasi biasanya diasosiasikan dengan laki-laki. Sebaliknya, laki-laki dalam postingan ketujuh belas menggunakan emotikon berlebihan seperti ("😭, 😋 😋, 😔 ") untuk mengekspresikan ironi dan kekecewaan, yang melampaui stereotip maskulin tradisional. Dari temuan tersebut, menjelaskan bawha pengguna media sosial X memanfaatkan fleksibilitas bahasa untuk mengekspresikan identitas mereka di luar norma tradisional. Perempuan dapat menggunakan gaya bahasa dominan dan agresif, sementara laki-laki menunjukkan ekspresi emosional yang lembut.

5. Fleksibilitas Bahasa dan Konteks Daring

Temuan penelitian ini menyoroti bagaimana media sosial X menyediakan ruang yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan identitas gender secara lebih bebas dan cair. Fleksibilitas bahasa di platform ini tampak dalam cara pengguna mengadopsi gaya komunikasi yang tidak selalu sesuai dengan norma gender tradisional. Perempuan yang sebelumnya diasosiasikan dengan gaya bahasa lembut, suportif, dan estetis, kini dapat menggunakan bahasa kasar, sarkastik, atau tegas, seperti yang terlihat pada beberapa postingan (*contoh: "BESERAK TAU KAU", "monyd"* dan *"anjir"*). Di sisi lain, laki-laki yang umumnya menggun akan gaya bahasa dominan dan kompetitif mulai menunjukkan sisi emosional yang lebih lembut melalui penggunaan emotikon atau frasa ekspresif seperti *"* 😭, 😋 😋, 😔 *"* dan *"gemes banget."*

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

Konteks daring ini mendukung fleksibilitas bahasa karena memberikan anonimitas relatif yang memungkinkan pengguna bereksperimen dengan identitas tanpa takut stigma sosial langsung. Pada media sosial X, identitas pengguna sering kali tidak terikat pada nama asli, foto profil, atau atribut lain yang mengungkapkan gender biologis mereka. Anonimitas ini memberi ruang aman bagi mereka untuk menggunakan gaya bahasa yang berbeda dari stereotip gender tradisional. Sebagai contoh, perempuan dapat mengekspresikan opini tegas tanpa takut dianggap tidak feminin, sementara laki-laki dapat menunjukkan sisi emosional tanpa merasa melanggar norma maskulin.

Selain itu, interaksi daring juga cenderung lebih cair karena media sosial memungkinkan komunikasi tanpa hambatan waktu atau ruang. Dalam konteks ini, pengguna dapat memilih untuk menyesuaikan gaya bahasa mereka dengan komunitas daring tertentu, seperti komunitas *base* atau forum diskusi di X. Misalnya, pada komunitas Tanyarl, ditemukan bahwa gaya bahasa yang digunakan sering kali terpengaruh oleh dinamika kelompok, di mana baik laki-laki maupun perempuan saling mengadopsi elemen bahasa satu sama lain, sehingga menciptakan gaya komunikasi yang lebih netral atau campuran. Media sosial X juga memungkinkan pengguna untuk menciptakan identitas gender baru yang melampaui biner tradisional laki-laki dan perempuan. Misalnya, penggunaan kata sifat seperti *"gemoy"* atau istilah warna spesifik dalam postingan laki-laki menunjukkan bagaimana mereka mengintegrasikan elemen feminin ke dalam gaya komunikasi mereka. Sebaliknya, perempuan yang menggunakan kata-kata seperti *"anjeng"* atau *"najis"* menantang asumsi bahwa mereka harus berbicara dengan cara yang halus atau ramah. Dengan demikian, bahasa menjadi alat penting untuk membangun identitas gender baru yang lebih cair dan beragam.

Platform daring seperti X juga menciptakan lingkungan di mana gender menjadi performatif, sebagaimana dijelaskan oleh Henley & Kramarae. Identitas gender tidak lagi hanya direfleksikan oleh atribut biologis tetapi juga dibentuk oleh pilihan linguistik dalam interaksi sosial. Pilihan bahasa pengguna di media sosial mencerminkan negosiasi terus-menerus antara norma tradisional dan ekspresi individual. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa bahasa perempuan dan laki-laki di media sosial tidak selalu mencerminkan konstruksi sosial yang kaku. Sebaliknya, bahasa digunakan secara fleksibel untuk menantang norma-norma tersebut, menciptakan ruang untuk representasi gender yang lebih inklusif.

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

Konteks daring ini, yang mendukung anonimitas dan keterbukaan, memperkuat peran media sosial X sebagai platform bagi pengguna untuk mengekspresikan diri tanpa terikat pada stereotip gender yang sudah mapan. Hal ini tidak hanya membantu pengguna dalam mengekspresikan diri secara lebih otentik tetapi juga berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih luas terkait dengan cara gender dipahami dan direpresentasikan di era digital. Dengan bahasa sebagai alat utama, pengguna media sosial X mampu merekonstruksi identitas gender mereka, baik yang sesuai dengan norma tradisional maupun yang melampaui batasan tersebut, menciptakan ruang untuk identitas gender yang lebih beragam dan cair.

SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, hasil temuan data dapat dikaitkan dengan teori Lakoff (1975) mengenai perbedaan gaya komunikasi antara perempuan dan laki-laki serta teori Henley & Kramarae (1994) tentang pola komunikasi berbasis gender. Lakoff berpendapat bahwa perempuan cenderung menggunakan bahasa yang lebih lembut, suportif, dan ekspresif, yang ditandai dengan penggunaan kata sifat kosong, intonasi terminal tinggi, serta emotikon. Sebaliknya, laki-laki cenderung lebih langsung, kompetitif, dan jarang menggunakan elemen bahasa yang mengutamakan hubungan interpersonal. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pergeseran dari pola tradisional tersebut, di mana perempuan tidak lagi terbatas pada gaya komunikasi suportif dan mulai menggunakan bahasa yang lebih tegas, bahkan kasar atau sarkastik. Sebaliknya, laki-laki mulai mengadopsi gaya komunikasi yang lebih ekspresif dan estetis, misalnya dengan penggunaan emotikon berlebihan dan bahasa hiperbolik.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial X telah menciptakan ruang di mana batasan gender dalam komunikasi menjadi lebih fleksibel. Perempuan yang sebelumnya diidentifikasi dengan bahasa yang lembut kini menggunakan kata-kata kasar atau langsung untuk menegaskan opini mereka, menantang asumsi Lakoff bahwa gaya bahasa perempuan mencerminkan subordinasi dalam struktur sosial. Dalam konteks ini, teori Henley & Kramarae mengenai perbedaan pola komunikasi dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana perempuan memanfaatkan gaya komunikasi yang lebih tegas

SBS
SEBASA
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs
E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

untuk menegosiasikan peran mereka dalam interaksi daring, sementara laki-laki mulai menunjukkan sisi komunikasi yang lebih emosional.

Selain itu, perbedaan gender dalam penggunaan kata sifat kosong dan emotikon tetap terlihat, tetapi tidak lagi menjadi batasan yang kaku dalam komunikasi. Misalnya, kata sifat kosong seperti "gemoy" atau "imut" masih lebih sering ditemukan dalam komunikasi perempuan, tetapi laki-laki juga mulai mengadopsinya dalam konteks tertentu, terutama dalam interaksi yang bersifat ironis atau humoris. Begitu pula dengan emotikon, yang meskipun masih lebih sering digunakan oleh perempuan, kini juga muncul dalam komunikasi laki-laki dengan frekuensi yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan gaya komunikasi berbasis gender masih ada, tetapi lebih terlihat dalam aspek komunikasi yang lebih besar daripada sekadar pilihan kata atau simbol tertentu.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori Lakoff dan Henley & Kramarae tetapi juga menunjukkan bahwa media sosial telah memungkinkan perubahan pola komunikasi berbasis gender. Fleksibilitas bahasa di media sosial X memungkinkan individu untuk melampaui norma komunikasi tradisional, menciptakan ruang yang lebih cair di mana identitas gender tidak lagi terbatas pada karakteristik linguistik yang kaku.

DAFTAR PUSTAKA

Bamman, D., Eisenstein, J., & Schnoebelen, T. (2014). Gender identity and lexical variation in social media. *Journal of Sociolinguistics*, *18*(2), 135–160. https://doi.org/10.1111/josl.12080

Chen, X. (2024). The Influence of Information Media on People's Gender Identity. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, *37*(1), 78–82. https://doi.org/10.54254/2753-7048/37/20240507

Ekoç, A. (2017). *Emerging Gender Identities In Students' Social Media Language Class Group Interaction*. https://doi.org/10.5281/zenodo.1014187

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, *18*(1), 59-82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903.

Hennink, M. M., Kaiser, B. N., & Marconi, V. C. (2017). Code saturation versus meaning saturation: how many interviews are enough?. *Qualitative health research*, *27*(4), 591-608. https://doi.org/10.1177/1049732316665344.

Herring, S. C., & Paolillo, J. C. (2006). Gender and genre variation in weblogs. *Journal of Sociolinguistics*, *10*(4), 439-459. https://doi.org/10.1111/j.1467-9841.2006.00287.x

Hosseini, M., & Tammimy, Z. (2016). Recognizing users gender in social media using linguistic features. *Computers in Human Behavior*, *56*, 192–197. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.049

Kiesling, S. F. (2019). *Language, Gender, and Sexuality*. Routledge.

Kraľovičová, D., & Ungerová, M. (2024). Current trends in the media: Gender-inclusive language. *Journal of Language and Cultural Education*, *12*(1), 16–21. https://doi.org/10.2478/jolace-2024-0002

Kusyairi, Hikmah, & Nurul Qomariyah. (2024). Use Of Language Variations On Tiktok Social Media In Generation Z. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, *1*(3), 140–153. https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i3.33

Kuznietsova, A. (2021). Gender Difference In Language Use And Language Attitudes In Online Facebook Post Of Ukrainian Migrants In Germany. *Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute*, *8*. http://dx.doi.org/10.20535/2617-5339.2021.8.243868

Marquardt, J., Farnadi, G., Vasudevan, G., Davalos, S., Teredesai, A., & Cock, M. D. (2014). *Age and Gender Identification in Social Media. CLEF 2014 Working Notes*. Presented at the 5th Conference and Labs of the Evaluation Forum (CLEF 2014): Information access evalution meets multilinguality, multimodality, and interaction, Sheffield, UK.

Mesthrie, R. (2011). *The Cambridge Hanbook of Sociolinguistik*. Cambridge University Press.

Nawaz, M., Hayat, M. H., Mir, S. H., & Hameed, R. (2024). Examining how Gender Influences Language Styles and Communication Patterns in Various Social Contexts. *Journal of Policy Research*, *10*(3), 280–289. https://doi.org/10.61506/02.00344

Pangesti, M., Khaeriah, A. S., Purwanto, E., Dwi, A., Nur, A., Syafitri, A., Shiva, M., Permata, A., Intan, N., & Azhari, H. (2024). The Influence of Social Media on the Cultural Identity of the

E-ISSN: 2621-0851
Vol. 8 No. 1, Maret 2025
Hal. 210-223

Millennial Generation: Indonesian Case Study. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, *2*(1), 7. https://doi.org/10.47134/pssh.v2i1.241

Pratik Emmanuel, & Isiaq, O. (2024). Age Group Differences in Social Media Language Use: Identity Representation via Emojis and Abbreviations. *Proceedings of the World Conference on Media and Communication*, *1*(1), 22–33. https://doi.org/10.33422/worldcmc.v1i1.439

Sefrianus Rianto & I Made Juliarta. (2024). The Impact of Social Media on Language Use Among Teenagers. *Focus Journal Language Review*, *2*(2). https://doi.org/10.62795/fjlg.v2i2.297

Slipachuk, N., Bilokonenko, L., Devos, A., Savchuk, N., & Mykolenko, T. (2024). Linguistic analysis of gender stereotypes in the language of mass media. *Cadernos de Educação Tecnologia e Sociedade*, *17*(se2), 170–182. https://doi.org/10.14571/brajets.v17.nse2.170-182

Wahyudiantari, N. W. P. (2024). The Use of Language Variation in Social Media: A Review of Sociolinguistic Literature. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, *8*(3), 2126. https://doi.org/10.58258/jisip.v8i3.7259

Zhang, M. & Rosalie D. Meriales. (2024). The Influence of English Language Exposure on Language Attitudes and Identity among Chinese Youth. *International Journal of Education and Humanities*, *16*(2), 409–415. https://doi.org/10.54097/e32frd22