

ANALISIS PADANAN KATA PADA FITUR-FITUR MEDIA SOSIAL

Alifya Azzahra¹, Kartinah Budi Fransiska², Savira Dwi Pratiwi³, Fitri Alfarisy⁴

¹ Program Studi Bahasa Asing Terapan, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

¹Fyaazz11@gmail.com, ²kbudifransiska@gmail.com, ³ Savira.pratiwi25@gmail.com,

⁴ fitrialfarisy@gmail.com

Abstrak

Media sosial rilis pada tahun 1997, yang mana menandakan bahwa bahasa pada media sosial juga hadir sekaligus membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Di era saat ini, media sosial tidak hanya berguna sebagai sarana hiburan, namun juga berguna dalam dunia pendidikan, usaha dan bisnis. Dengan adanya hal tersebut, istilah atau padanan kata yang digunakan pada media sosial dapat diperhatikan. Tujuannya adalah agar para pengguna dapat menggunakan media sosial dengan baik dan maksimal. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Rujukan yang digunakan yaitu KBBI, *Cambridge Dictionary*, dan *Oxford Dictionary*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan istilah pada fitur-fitur media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Snapchat. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa dari 17 fitur yang diteliti masing-masing penggunaan bahasa memiliki ciri khas sendiri dengan tujuan penggunaan fitur yang sama. Sehingga bahasa atau padanan kata yang digunakan pada fitur Instagram sudah tepat dan sesuai dengan media sosial lainnya.

Kata Kunci: Bahasa; Padanan; Fitur; Media Sosial

Abstract

Social media was established in 1997, which indicates that the language on social media is also present as well as bringing changes in people's lives today. In the current era, social media is not only an entertainment but also has benefits in the field of education and business. In this case, the terms or words on social media are important to consider. The goal is for people to use social media well and maximally. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. The references used are KBBI, Cambridge Dictionary, and Oxford Dictionary. This study aims to describe the word on social media features, namely Instagram, Facebook, and Snapchat. The results of this study found that from the 17 features studied, each language use has its characteristics with the aim of using the same features. Thus, the language or equivalent words used in the Instagram feature are appropriate and follow other social media.

Keywords: Language; words; feature; social media



Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi penting bagi manusia yang digunakan untuk mengungkapkan perasaan dan pikirannya. Menurut Kridalaksana dan Djoko Kentjono, bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Oleh karena itu, tanpa bahasa manusia tidak dapat menjalankan kehidupannya sehari-hari.

Penggunaan bahasa oleh manusia tidak hanya semata-mata diungkapkan secara lisan, namun juga tulisan ataupun dengan bahasa isyarat. Di dalam media lisan, pihak yang mengungkapkan gagasan adalah pembicara, dan pihak yang memperhatikan atau mendengar disebut pendengar, sedangkan dalam media tulis, gagasan disampaikan dari seorang penulis dan ditujukan untuk seorang pembaca. Pada awal tahun 2000 media tulis sudah tidak hanya berupa buku, koran ataupun majalah melainkan berbagai media sosial yang mulai bermunculan.

Media sosial yang saat ini telah mengubah kehidupan masyarakat hadir pertama kali pada tahun 1997 (Boyd dan Ellison, 2007). Rilisnya media sosial juga merupakan awal mula bahasa hadir dalam media sosial. Bahasa yang merupakan alat komunikasi memberi pengaruh besar pada pengembangan media sosial. Sehingga pada era teknologi yang sudah berkembang sangat pesat mulai bermunculan berbagai macam media sosial seperti, blog, wordpress, Snapchat, Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp dan media sosial lainnya. Salah satu dampak dari munculnya media sosial adalah kemampuan berkomunikasi tanpa batas waktu dan jarak. Dengan kelebihan jarak yang tak terbatas oleh waktu dan ruang menjadikan media sosial dimanfaatkan untuk berbagai tujuan oleh berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun orang tua. Sehingga di era saat ini, menyampaikan pesan untuk orang yang berjarak jauh tidak perlu waktu lama karena adanya media sosial.

Media sosial tidak luput dari kehidupan manusia di zaman sekarang. Bahkan dalam dunia pekerjaan dan pendidikan saat ini juga melibatkan media sosial. Berbagai macam jenis media sosial terpopuler beberapa tahun terakhir di antaranya adalah Snapchat, Facebook, dan Instagram. Ketiga media sosial tersebut sudah hadir dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia lebih dari 15 tahun. Di antara ketiganya, Facebook merupakan media sosial yang lebih dahulu rilis yaitu pada Februari 2004 (Croft, 2007). Kemudian disusul oleh Instagram yang diciptakan oleh Kevin Systrom pada Oktober 2010 (Systrom, 2013) dan Snapchat pada September 2011.

Facebook merupakan aplikasi media sosial yang tidak hanya dapat membagikan pesan teks, melainkan juga dalam bentuk foto dan video. Berbeda dengan Facebook, media sosial Instagram dan Snapchat dikenal sebagai aplikasi media sosial pesan gambar dan video (McRoberts, dkk. 2017). Dalam beberapa tahun terakhir, ketiga media sosial tersebut melakukan pengembangan aplikasi sehingga memiliki fasilitas fitur-fitur yang mirip. Meskipun memiliki fitur yang hampir sama, masing-masing dari media sosial tersebut menggunakan istilah yang berbeda guna menjadi ciri khas mereka.

Dampak dari adanya pengembangan fitur pada media sosial Facebook, Snapchat, dan Instagram menunjukkan bahwa saat ini kegunaan dari ketiga media sosial tersebut tidak hanya menjadi berguna sebagai mengekspresikan cerita, namun juga sebagai salah satu media dalam dunia pendidikan, bersosialisasi, bahkan berwirausaha dan berbisnis. Dengan berkembangnya media sosial tersebut, masyarakat pun berbondong-bondong mengunduh dan menggunakannya.

Rosaria, R. (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa dengan menggunakan aplikasi Snapchat pengguna lebih merasa bebas dalam berekspresi dan

mencari informasi yang sesuai dengan keinginannya. Hal ini menunjukkan bahwa Snapchat menjadi salah satu media pembantu dalam membentuk kepribadian seseorang, karena dengan adanya kebebasan dalam berekspresi seseorang akan lebih memahami keinginan dalam dirinya sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indika dan Jovita 2017) menunjukkan bahwa nilai korelasi antara Instagram dengan minat beli masyarakat mencapai 70,9% dan bertanda positif. Hal tersebut menandakan bahwa hubungan Instagram dengan minat beli masyarakat searah. Maksudnya adalah dimana semakin efektif penggunaan Instagram, maka semakin tinggi pula daya minat beli masyarakat.

Selain sebagai sarana promosi, Instagram juga dapat bermanfaat sebagai media pembelajaran. Penelitian yang dilakukan oleh (Akbar, 2018) mengungkapkan bahwa banyak peserta didik yang memiliki akun Instagram, namun belum dimanfaatkan sebagai media pembelajaran daring secara maksimal. Hasil dari penelitian yaitu video yang diunggah sebagai bahan ajar matematika di kelas VII SMP/MTs lebih menarik, karena disertai gambar dan ilustrasi dan efektif karena dapat diakses secara mandiri maupun berkelompok.

Instagram berguna sebagai bahan pelestarian bahasa juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Wati, 2018). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hampir seluruh postingan pada suatu akun menggunakan bahasa baku dari Bahasa Indonesia. Sehingga dapat diketahui bahwa masih terdapat masyarakat yang mengedepankan dan membina Bahasa Indonesia, khususnya dalam penggunaan media sosial.

Pengguna Instagram yang berasal dari berbagai kalangan memiliki minat atau daya tarik tersendiri. Tiggemann, dkk. (2018) menunjukkan hasil penelitiannya bahwa Instagram juga memiliki pengaruh terhadap ketertarikan seseorang. Hal tersebut dibuktikan dengan angka penyuka pada suatu foto berbeda dengan foto unggahan lain pada suatu akun.

Dari berbagai penelitian yang sudah ada, dapat diketahui bahwa perkembangan teknologi pada media sosial saat ini tidak hanya berperan sebagai penghibur, melainkan juga sebagai suatu hal yang penting dalam kehidupan. Terlebih lagi, masyarakat saat ini hanya mengikuti atau meniru penggunaan suatu bahasa tanpa mengetahui makna dari suatu kata. Seperti halnya pengguna baru media sosial khususnya Instagram, mereka hanya mengikuti arahan sebuah petunjuk yang terlihat, tanpa mengetahui arti dari kata yang digunakan pada setiap fitur-fitur yang ada. Dengan tujuan agar bahasa Indonesia tetap lestari sepanjang masa, maka istilah-istilah yang digunakan pada berbagai fitur dalam media sosial diharapkan dapat menyesuaikan dengan Bahasa Indonesia yang menjadi bahasa nasional.

Pada media sosial, pemilihan istilah atau padanan kata sering tidak sesuai dengan makna asli. Sehingga diperlukan pemahaman yang baik oleh penerjemah terhadap teks bahasa sumber (BSu) dan teks bahasa sasaran (BSa). Hal ini diperlukan agar pesan atau isi dari teks BSu dapat tersampaikan dengan baik dan jelas ke dalam teks BSa. Karena, saat ini banyak istilah-istilah baru sulit untuk dipadankan dan terdapat pula hasil dari padan yang tidak sesuai dengan kaidah padanan kata yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pemilihan kata (diksi) berpengaruh terhadap kesepadanan makna antara BSu dan BSa (Dewi dkk., 2021).

Istilah atau padanan kata terus mengalami pergantian seiring dengan berjalannya waktu, artinya bahasa terus mengalami perubahan di setiap era nya. Padanan yang digunakan juga harus menyamai makna yang serupa dengan kata pada BSu agar pembaca

dapat memahami isi dari suatu teks. Seperti yang ditunjukkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Solikah dkk., 2020) yaitu apabila terjadi hilangnya suatu huruf pada suatu kata; atau penggunaan kata yang berbeda tanpa dasar pengetahuan akan menimbulkan makna yang berbeda. Sehingga, pemilihan suatu padanan haruslah didasari dengan wawasan yang luas dan acuan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman yang fatal.

Dari apa yang telah diuraikan diatas, ‘analisis padanan kata pada fitur-fitur media sosial’ menjadi judul yang tepat untuk penelitian ini. Dalam hal ini, penulis akan mengkaji dan menganalisis apakah istilah atau padanan kata yang digunakan pada fitur-fitur media sosial Instagram, Facebook, dan Snapchat telah sepadan dengan makna aslinya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jane Richie mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu upaya untuk mengungkapkan dunia sosial dan perspektifnya pada dunia, berasal dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan masalah tentang manusia yang diteliti. Penelitian ini akan mendeskripsikan dan menganalisis padanan kata atau istilah fitur-fitur pada media sosial Facebook, Instagram, dan Snapchat. Data yang digunakan meliputi istilah-istilah pada fitur media sosial tersebut dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Agar akurat, penelitian ini merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Cambridge Dictionary*, dan *Oxford Dictionary*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan teknik catat. Untuk memastikan apakah padanan kata yang sesuai dengan istilah-istilah tersebut, peneliti akan menggunakan kamus dan tesaurus sebagai referensinya. Manusia atau peneliti akan menjadi instrumen dalam penelitian ini dan hasilnya berupa kalimat atau pernyataan sesuai hasil akhir yang ditemukan. Dalam menganalisis data, istilah atau padanan kata pada fitur media sosial akan diuji dengan aspek kesepadanan dari penilaian kualitas penerjemahan. Aspek keberterimaan menjadi salah satu faktor yang digunakan untuk menilai suatu karya terjemahan (Rachmawati, R., 2014). Supaya penerjemahan dapat diterima dengan baik, penerjemah perlu menyajikan hasil terjemahan dengan menggunakan istilah yang berterima dan struktur kalimat yang baik. Selain aspek keberterimaan, aspek kesepadanan juga diperlukan guna mengetahui apakah istilah yang digunakan pada fitur sesuai dengan makna aslinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Di bawah ini merupakan kumpulan dari istilah-istilah fitur pada Facebook, Instagram, dan Snapchat.

Tabel 1 Istilah Fitur-Fitur pada Media Sosial Instagram, Facebook, dan Snapchat

Instagram		Facebook		Snapchat	
Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
<i>Activity</i>	Aktivitas	<i>Notification</i>	Notifikasi	-	-
<i>Reels</i>	Reels	<i>Watch</i>	<i>Watch</i>	<i>Spotlight</i>	<i>Spotlight</i>
<i>Audio</i>	Audio	<i>Music</i>	Musik	<i>Sounds</i>	Suara

<i>Multi-Capture</i>	Beberapa tangkapan	-	-	<i>Multi Snap</i>	<i>Multi Snap</i>
<i>Level</i>	Level	-	-	<i>Grid</i>	Kisi
<i>Filter</i>	efek	<i>Effect</i>	Efek	<i>Lens</i>	Lensa
<i>Create</i>	Buat	<i>Text</i>	Teks	-	-
<i>Saved</i>	Disimpan	<i>Saved</i>	Tersimpan	<i>Favorite</i>	Favorit
<i>Hidden Request</i>	Permintaan yang disembunyikan	<i>Spam</i>	Spam	-	-
<i>Gallery</i>	Galeri	<i>Gallery</i>	Galeri	<i>Camera roll</i>	Rol Kamera
<i>Select Multiple</i>	Pilih beberapa	<i>Select Multiple</i>	Pilih Beberapa	<i>Choose snap</i>	Pilih Snap
<i>Follow</i>	Ikuti	<i>Add friend</i>	Tambahkan Teman	<i>Add</i>	Tambahkan
<i>Confirm</i>	Konfirmasi	<i>Confirm</i>	Konfirmasi	<i>Accept</i>	Terima Pertemanan
<i>Suggestion For You</i>	Disarankan untuk anda	<i>People you may know</i>	Orang Yang Mungkin Kenal	<i>Quick Add</i>	Disarankan Untuk Kamu
<i>Shop</i>	Toko	<i>Marketplace</i>	<i>Marketplace</i>	-	-
<i>Archive</i>	Arsip	<i>Archive</i>	Arsip	<i>Memories</i>	Memori
<i>Boomerang</i>	<i>Boomerang</i>	<i>Boomerang</i>	<i>Boomerang</i>	-	-

Pembahasan

Dari 17 data yang disajikan pada tabel akan dianalisis berdasarkan maknanya.

1. Fitur *Activity* / Aktivitas dalam aplikasi Instagram memiliki fungsi yang hampir sama dengan fitur *Notification* / Notifikasi dalam aplikasi Facebook. Kata “*activity*” dalam kamus Oxford memiliki arti “*a situation in which something is happening or a lot of things are being done*”. Kata “aktivitas” dalam KBBI memiliki arti “pemberitahuan atau kabar tentang penawaran barang dan sebagainya”. Kata “*notification*” dalam kamus Oxford memiliki arti “*official information of something*”. Kata “notifikasi” dalam KBBI memiliki arti “pemberitahuan atau kabar tentang penawaran barang dan sebagainya”. Kata-kata tersebut memiliki arti yang berbeda tetapi maknanya sama yaitu sama-sama memberitahukan suatu informasi. Dalam media sosial hal ini berarti pemberitahuan informasi kepada pemilik akun akan adanya pemberitahuan baru mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pemilik akun atau informasi akun lain yang mengikuti kita.
2. Fitur *Reels* dalam aplikasi Instagram, fitur *Watch* dalam aplikasi Facebook, dan fitur *Spotlight* dalam aplikasi Snapchat memiliki persamaan fungsi. Hanya saja, dari ketiga fitur tersebut memiliki istilah penamaan fitur yang berbeda. Kata “*reels*” dalam kamus Oxford memiliki arti “*a round object around which you wind such things as thread, wire or film; a reel together with the film, wire, thread, etc*”. *Reels* dalam

bahasa Indonesia diartikan sebagai “kumparan” yang jika diartikan dalam KBBI berarti “hasil menggulung”. Kata “*watch*” dalam kamus Oxford memiliki arti “*to look at somebody/something for a time, paying attention to what happens*”. *Watch* dalam bahasa Indonesia berarti “melihat” yang jika diartikan dalam KBBI berarti “menggunakan mata untuk memandangi; menonton; mengetahui”. Kata “*spotlight*” dalam kamus Oxford memiliki arti “*a light with a single, very bright beam that can be directed at a particular place or person, especially a performer on the stage*”. *Spotlight* dalam bahasa Indonesia memiliki arti “sorotan” yang jika diartikan dalam KBBI memiliki arti “pancaran sinar (cahaya)”. Ketiga kata tersebut memiliki arti yang berbeda, namun jika ditelaah lebih dalam memiliki makna yang hampir sama yaitu memfokuskan pada suatu titik. Ketiga kata yang berasal dari nama fitur media sosial tersebut tidak diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

3. Fitur *Audio* dalam aplikasi Instagram, fitur *Music* / Musik dalam aplikasi Facebook, dan fitur *Sounds* / Suara dalam aplikasi Snapchat memiliki fungsi yang hampir sama. Kata “*audio*” dalam kamus Oxford memiliki arti “*connected with sound that is recorded*”, sedangkan dalam KBBI memiliki arti “alat peraga yang dapat didengar”. Kata “*music*” dalam kamus Cambridge memiliki arti “a [pattern](#) of [sounds](#) made by [musical instruments](#), [voices](#), or [computers](#), or a [combination](#) of these, [intended](#) to give [pleasure](#) to [people listening](#) to it”, sedangkan dalam bahasa Indonesia kata “musik” jika diartikan dalam KBBI memiliki arti “nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan.” Kata “*sounds*” dalam kamus Oxford memiliki arti “something that you can hear”. *Sounds* dalam bahasa Indonesia memiliki arti “suara” yang jika diartikan dalam KBBI memiliki arti “bunyi yang dikeluarkan dari mulut manusia (seperti pada waktu bercakap-cakap, menyanyi, tertawa, dan menangis); bunyi binatang, alat perkakas, dan sebagainya”. Ketiga kata di atas memiliki arti dan makna yang kurang lebih sama dan sesuai dengan fungsi fitur tersebut untuk memberi tambahan musik atau suara pada video atau foto yang diunggah pada ketiga aplikasi tersebut.
4. Fitur *Filter* / Efek dalam aplikasi Instagram, fitur *Effect* / Efek dalam aplikasi Facebook, dan fitur *Lens* / Lensa dalam aplikasi Snapchat memiliki fungsi yang hampir sama. Kata “*filter*” dalam kamus Cambridge memiliki arti “a [tool](#) for [creating special effects](#) on an [image](#)”, kata “*effect*” dalam kamus Cambridge memiliki arti “the result of a particular influence”. *Effect* dalam bahasa Indonesia berarti “efek” yang jika diartikan dalam KBBI memiliki arti “akibat; pengaruh”. Kata “*Lens*” dalam kamus Cambridge memiliki arti “*a curved piece of glass, plastic, or other transparent material, used in cameras, glasses, and scientific equipment, that makes objects seem closer, larger, smaller, etc*”, *Lens* jika diartikan dalam bahasa Indonesia adalah “lensa” yang jika diartikan dalam KBBI memiliki arti “kaca bulat melengkung (seperti kaca pembesar, kaca potret)”. Secara kasar, istilah-istilah fitur ‘efek, filter, dan lensa’ yang digunakan pada setiap media sosial terlihat berbeda-beda dan terdapat beberapa yang tidak sesuai dengan makna asli yang terdapat pada kamus. Namun, pengembang setiap media sosial bermaksud fungsi dari fitur tersebut sama yaitu mengubah pandangan guna mencapai hasil yang lebih baik sehingga tujuan salah satu pengembang menggunakan istilah-istilah yang berbeda adalah sebagai ciri khas tersendiri dari suatu media sosial tersebut.
5. Fitur *Create* / Buat pada aplikasi Instagram dan fitur *Text* / Teks pada aplikasi Facebook memiliki fungsi yang hampir sama. Kata “*create*” dalam kamus Oxford memiliki arti “to make something happen or exist”, kata “*buat*” dalam KBBI memiliki

- arti “kerjakan; lakukan”. Kata “*teks*” dalam kamus Oxford memiliki arti “any form of written material”, kata “*teks*” dalam KBBI memiliki arti “naskah yang berupa a kata-kata asli dari pengarang; b kutipan dari kitab suci untuk pangkal ajaran atau alasan; c bahan tertulis untuk dasar memberikan pelajaran, berpidato, dan sebagainya”. Kata-kata tersebut memiliki arti dan makna yang sesuai dengan fungsi fitur pada aplikasi yaitu untuk memberikan tulisan pada editan.
6. Fitur *Saved* / Disimpan dalam aplikasi Instagram, fitur *Saved* / Tersimpan dalam aplikasi Facebook, dan fitur *Favorite* / Favorit dalam aplikasi Snapchat memiliki fungsi yang hampir sama. Kata “*saved*” jika diartikan dalam kamus Oxford memiliki arti “to keep somebody/something safe from death, harm, loss, etc”. Dalam KBBI kata “tersimpan” memiliki arti “sudah ditaruh ditempat yang aman”, sedangkan kata “favorit” memiliki arti “kesayangan; kegemaran”. Kata “*favorite*” dalam kamus Cambridge memiliki arti “best liked or most enjoyed”. Ketiga kata tersebut memiliki arti dan makna yang sama dan sesuai dengan fungsi fitur-fitur tersebut yaitu untuk menyimpan sesuatu yang menarik agar tidak hilang.
 7. Fitur *Follow* / Ikuti dalam aplikasi Instagram, fitur *Add Friend* / Tambahkan Teman dalam aplikasi Facebook, dan fitur *Add* / Tambahkan dalam aplikasi Snapchat memiliki fungsi yang hampir sama. Dalam kamus Oxford, kata “*follow*” memiliki arti “to come or go after or behind somebody/something”, kata “*add*” memiliki arti “to put something together with something else so as to increase the size, number, amount, etc”, sedangkan frasa “*add friend*” jika diartikan berarti “put someone or a person you know well and like to become acquaintance”. Ketiga kata tersebut memiliki arti dan makna yang sesuai dengan fungsi tujuan fitur-fitur tersebut pada media sosial yaitu menambahkan kenalan, teman, atau rekan.
 8. Penamaan fitur *Gallery* / Galeri di aplikasi Instagram dan Facebook memiliki istilah nama yang sama, sedangkan pada Snapchat dinamakan dengan fitur *Camera Roll* / Rol Kamera. Dalam kamus Oxford, “*gallery*” memiliki arti “a room or building for showing works of art, especially to the public”, sedangkan “*camera roll*” jika diartikan memiliki arti “to turn pictures and video in the same place”. Dalam KBBI, “galeri” memiliki arti “ruangan atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni dan sebagainya” dan “rol kamera” memiliki arti “peranan alat potret”. Jika diperhatikan, dalam kamus Oxford lebih banyak arti kata dan frasa yang sesuai dengan makna fungsi fitur dalam aplikasi. Dalam KBBI juga terdapat arti kata yang sesuai, namun pada saat mencari arti frasa “rol kamera” terdapat kesusahan karena pengertian kata “rol” hanya sebatas peranan. Meskipun demikian, kata dan frasa tersebut jika diartikan secara bersamaan memiliki makna untuk menyimpan foto. Makna tersebut sesuai dengan fungsi fitur tersebut dalam aplikasi.
 9. Penamaan fitur *Select Multiple* / Pilih Beberapa di aplikasi Instagram dan Facebook memiliki istilah nama yang sama, sedangkan pada Snapchat dinamakan dengan fitur *Choose Snap* / Pilih Snap. Dalam kamus Oxford, “*select multiple*” memiliki makna “choose a few things”, sedangkan “*choose snap*” jika diartikan memiliki arti “choose to take a photograph”. Dalam KBBI, frasa “pilih beberapa” memiliki arti “anda dapat memilih lebih dari satu pilihan”. sedangkan kata “snap” pada frasa “pilih snap” tidak ditemukan arti yang tepat. Frasa-frasa tersebut memiliki makna yang sama dan sesuai dengan fungsi fitur tersebut yaitu memilih beberapa hal yang biasanya berupa foto/video dalam media sosial.
 10. Kata “*multi-capture*” pada salah satu fitur dari Instagram merupakan sebuah kombinasi dari kata “*multi*” dan “*capture*” jika diartikan dalam kamus Oxford kata

“multi” memiliki arti “*more than one*” dan kata “capture” memiliki arti “*capture somebody/something*” dan dalam Bahasa Indonesia artinya “beberapa tangkapan” tidak ditemukan arti yang tepat di dalam KBBI. Kata “multi-snap” pada salah satu fitur dari Snapchat juga merupakan sebuah kata kombinasi, yaitu “multi” dan “snap” Jika diartikan dalam kamus Oxford kata “multi” memiliki arti “*more than one*” dan kata snap memiliki arti “*to break something suddenly with a sharp noise; to be broken in this way*”. Kata “multi snap” pada KBBI tidak terdapat karena kata tersebut merupakan kata dari Bahasa Inggris sehingga dapat diketahui kata snap memiliki makna yang bertentangan dengan kegunaan dari fiturnya. Namun frasa “multi-capture” dan “multi-snap” memiliki tujuan fitur yang sama yaitu untuk mengambil foto lebih dari satu.

11. Fitur “level” pada aplikasi Instagram jika diartikan dalam kamus Oxford artinya “*the height of something in relation to the ground or to what it used to be.*” Dan jika dalam KBBI memiliki arti “tingkatan; tataran; lapisan.” Fitur “grid” pada aplikasi Snapchat jika diartikan dalam kamus Oxford artinya “*a pattern of straight lines, usually crossing each other to form squares*” kata “kisi” dalam Bahasa Indonesia pada fitur Snapchat memiliki arti “kayu atau besi yang dipasang berdiri dan berjarak sehingga terdapat celah-celah (pada tingkap dan sebagainya); terali; jeruji.” Kedua kata tersebut memiliki arti yang berbeda, tetapi jika diartikan secara bersamaan memiliki fungsi atau kegunaan yang sama yaitu digunakan untuk mengatur tata letak pada panel.
12. Kata “hidden request” pada Instagram merupakan sebuah frasa kombinasi yaitu “hidden” dan “request” jika diartikan dalam kamus Oxford artinya “*something that is hidden is kept or located in a place where it cannot be seen*” dan kata “request” artinya “*the action of asking for something formally and politely; a thing that you formally ask for*” dan jika di Bahasa Indonesia kan menjadi “Permintaan yang disembunyikan.” Di Facebook fitur “Spam” dalam kamus Oxford artinya “*advertising material sent by email to people who have not asked for it.*” dan jika diartikan dalam KBBI artinya “surat yang dikirim tanpa diminta melalui internet, biasanya berisi iklan. Meskipun memiliki istilah berbeda, tetapi tujuan dari penggunaan fitur tersebut sama yaitu sebuah pesan yang tidak terlihat atau tersembunyi.
13. Kata “confirm” pada salah satu fitur dari Instagram dan Facebook jika diartikan dalam kamus Oxford memiliki arti “*to state or show that something is definitely true or correct, especially by providing evidence.*” Jika dalam Bahasa Indonesia frasa konfirmasi dalam KBBI artinya “penegasan; pengesahan; membenaran.” Kata “accept” pada salah satu fitur dari Snapchat jika diartikan dalam kamus Oxford artinya “*to take willingly something that is offered; to say ‘yes’ to an offer, invitation, etc.*” dan dalam Bahasa Indonesia menjadi terima pertemanan kata tersebut merupakan sebuah kalimat sehingga tidak terdapat dalam KBBI sehingga jika frasa tersebut diartikan secara bersamaan memiliki makna menerima permintaan.
14. Kata “suggestion for you” dari salah satu fitur Instagram merupakan sebuah kalimat, tetapi jika diartikan artinya saran untuk anda dan jika di Bahasa Indonesia kan memiliki arti “Disarankan untuk Anda.” Kata “people you may know” pada fitur Facebook juga bukan merupakan sebuah frasa melainkan sebuah kalimat jika di Bahasa Indonesia kan menjadi “orang yang mungkin anda kenal.” dan kata “Quick add” pada fitur dari Snapchat merupakan kata kombinasi yaitu “Quick” dan “add” jika diartikan dalam kamus Oxford artinya “*done with speed; taking or lasting a short*

- time.*” Dan “*add*” artinya “*to put something together with something else so as to increase the size, number, amount, etc.*” jika diartikan dalam Bahasa Indonesia menjadi “disarankan untuk kamu.” Kata di atas memiliki frasa yang berbeda-beda, tetapi jika diartikan secara bersamaan memiliki makna yang sama yaitu saran penambahan orang yang dikenal.
15. Kata “*shop*” pada salah satu fitur dari aplikasi Instagram jika diartikan dalam kamus Oxford memiliki arti “*a building or part of a building where you can buy goods or services.*” Jika di Bahasa Indonesia kan menjadi “Toko” yang jika diartikan dalam KBBI artinya “kedai berupa bangunan permanen tempat menjual barang-barang (makanan kecil dan sebagainya).” Kata “*marketplace*” pada aplikasi Facebook jika diartikan dalam kamus Oxford memiliki arti “*the activity of competing with other companies to buy and sell goods, services, etc.*” dan jika di Bahasa Indonesia kan kata “*marketplace*” tidak terdapat dalam KBBI karena frasa tersebut merupakan kata dalam Bahasa Inggris. Frasa di atas jika diartikan secara bersamaan memiliki makna yang sama yaitu memberikan fasilitas berbelanja di dalam aplikasi tersebut.
 16. Kata “*archive*” pada aplikasi Instagram dan Facebook jika diartikan dalam kamus Oxford memiliki arti “*a collection of historical documents or records of a government, a family, a place or an organization; the place where these records are stored.*” Dan pada aplikasi Instagram dan Facebook jika dalam Bahasa Indonesia kata tersebut menjadi “arsip” jika diartikan dalam KBBI artinya “tempat penyimpanan berkas (program atau data) sebagai cadangan.” Kata “*memories*” pada fitur dari Snapchat jika diartikan dalam kamus Oxford artinya “*your ability to remember things.*” dan jika di Bahasa Indonesia kan menjadi memori yang jika diartikan dalam KBBI artinya “peringatan; keterangan.” Kata di atas memiliki frasa yang berbeda-beda, tetapi jika diartikan secara bersamaan artinya sebuah gambar atau video yang sudah terekam dan tersimpan di dalam dokumen atau file.
 17. Kata “*boomerang*” pada salah satu fitur dari aplikasi Instagram dan Facebook jika diartikan dalam kamus Oxford artinya “*a curved flat piece of wood that you throw and that can fly in a circle and come back to you. Boomerangs were first used by Australian Aborigines as weapons when they were hunting.*” Dan jika dalam Bahasa Indonesia kata *boomerang* pada aplikasi Instagram dan Facebook tidak berubah dan dalam KBBI tidak terdapat arti dari kata *boomerang* tersebut. Jika diartikan kata boomerang merupakan fitur untuk membuat video diputar berulang-ulang.

Martha (2021) dalam artikelnya mengungkapkan bahwa pada media sosial Instagram terdapat fitur *stories highlight* dimana para pengguna Instagram dapat melihat sorotan *story* atau cerita terdahulu milik seseorang yang disimpan dalam satu cuplikan. Pada *Cambridge dictionary*, *highlight* memiliki makna sesuatu yang paling menarik atau menyenangkan. Hal ini menunjukkan bahwa fitur *stories highlight* pada Instagram memiliki arti dan fungsi yang sesuai yakni sebagai penyimpan cerita pilihan seseorang.

Agustina (2018) mengungkapkan adanya fitur *live video streaming* pada era saat ini menjadi suatu inovasi media sosial yang mengarah pada evolusi media baru yaitu ‘going live’, sehingga dalam penyebaran informasi terjadi secara cepat karena dilakukan secara *live* dan *real time*. Dalam *Oxford dictionary*, *live stream* sebagai kata benda memiliki makna suatu kegiatan siaran yang dilakukan melalui internet secara langsung. Fungsi fitur yang sesuai dengan makna dari penggunaan kata *live stream* pada media sosial mengakibatkan penyebaran informasi terjadi secara langsung dan cepat karena antar pengguna media sosial data berinteraksi secara langsung. Hal ini dibuktikan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2018), pada media sosial Instagram biasanya *influencer* menggunakan fitur *live video streaming* yang dilengkapi fitur *chat* untuk berkomunikasi dengan para pengikutnya.

Barokah, Wulandari, Sari, dan Yuditama (2021) menyatakan bahwa pengenalan fitur Ads pada Facebook atau biasa dikenal dengan Facebook Ads bertujuan sebagai pengenalan dan memotivasi masyarakat untuk mengoptimalkan pemasaran digital pada media sosial guna meningkatkan penjualan suatu produk masyarakat. Kata Ads yang merupakan kependekan dari *advertising* pada *Cambridge dictionary* memiliki makna suatu kegiatan penjualan yang mengakibatkan dikenal khalayak umum atau menarik minat masyarakat untuk membeli suatu produk. Berdasarkan makna yang terkandung dan fungsi dari adanya fitur Facebook Ads diketahui bahwa pemilihan kata telah sesuai, sehingga harapannya para pengguna fitur Facebook Ads dapat memahami tujuan dan fungsi adanya fitur tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, dapat ditemukan bahwa istilah-istilah yang digunakan pada aplikasi Instagram, Facebook, dan Snapchat sebagian besar memiliki makna yang sesuai dengan fungsi fitur-fitur tersebut dalam aplikasi. Selain itu, juga terdapat beberapa istilah pada ketiga media sosial berbahasa Indonesia tersebut yang maknanya tidak sesuai, bahkan istilah tersebut tidak terdapat dalam kamus. Hal ini biasanya ditemukan pada istilah-istilah yang berasal dari bahasa Inggris. Penggunaan istilah bahasa Inggris dalam media sosial berbahasa Indonesia terkadang perlu digunakan karena istilah yang dimaksud tidak memiliki padanan kata dalam Bahasa Indonesia. Sehingga meskipun terdapat beberapa penggunaan istilah dalam Bahasa Inggris, istilah-istilah yang digunakan pada media sosial Facebook, Instagram, dan Snapchat telah sepadan dan berterima.

Penggunaan istilah pada bahasa yang berbeda dalam media sosial terlihat menjadi sebuah ciri khas atau karakteristik dari media sosial itu sendiri. Meskipun istilah yang digunakan pada fitur Instagram, Facebook dan Snapchat berbeda, namun tujuan dan penggunaan fitur tersebut sama. Sehingga diharapkan adanya penambahan istilah-istilah baru dalam Bahasa Indonesia khususnya dalam bidang teknologi. Hal ini bertujuan agar Bahasa Indonesia tidak luntur dan masyarakat dapat melestarikannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(1), 17-23. Retrieved from: <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.16>
- Akbar, R. R. A. (2018). Pengembangan video pembelajaran matematika berbantuan media sosial instagram sebagai alternatif pembelajaran. *Repository UIN Raden Intan Lampung*. Retrieved from <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/3618>
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi digital marketing melalui Facebook ads di Kelurahan Purwanegara. *J. Abdimas BSI J. Pengabd. Kpd. Masy*, 4(1), 17-22. Retrieved from: <https://scholar.archive.org/work/a6w264dwvnabflmlxmyfctx3nm/access/wayback/https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/abdimas/article/download/7085/pdf>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Croft, C. (2007). A brief history of the Facebook. Retrieved from https://www.meerutcollege.org/mcm_admin/upload/1587223450.pdf
- Dewi, N. P. A. K. S., Martini, N. K., & Suardana, I. W. (2021). Pilihan kata pada penerjemahan judul berita. In *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMNALISA)*, 1(1), 171-177. Retrieved from <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/semnalisa/article/view/2340>
- Indika, D. R., & Jovita, Cindy. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25-32. Doi: <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i1.296>
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26-32. Retrieved from: <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.67>
- McRoberts, S., Ma, H., Hall, A., & Yarosh, S. (2017). Share first, save later: Performance of self through Snapchat stories. In *Proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems*, 6902-6911. Doi: <https://doi.org/10.1145/3025453.3025771>
- Rachmawati, R. (2014). Aspek linguistik dan keberterimaan dalam penerjemahan. *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 5(1), 91-104. Doi: <https://dx.doi.org/10.26499/madah.v5i1.527>
- Rosaria, R. (2017). Peranan jejaring sosial snapchat dalam memperoleh informasi di kalangan penggunanya. *Unikom Repository*. Retrieved from <https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-rindarosar-36453>
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9). Retrieved from <http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf>
- Solikhah, I. Z., Janah, N. M., & Sidik, M. (2020). Kesalahan berbahasa tataran semantik dalam unggahan instagram @Kominfodiy. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 9(2), 33-42. Doi: <http://dx.doi.org/10.31000/lgrm.v9i2.2896>
- System, K. (2013). Introducing your instagram feed on the web. *NOTES*.
- Tiggemann, M., Hayden, S., & Veldhuis. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Wati, O. A. (2018). Instagram sebagai media berbahasa Indonesia yang baik dan benar. Retrieved from <https://osf.io/preprints/inarxiv/guk4r/download>