

ANALISIS LINGUISTIK DIGITAL DALAM KONTEN FACEBOOK PRO: POLA PENGGUNAAN BAHASA IBU MUDA DI DUSUN GARANTIGA DAN HUBUNGANNYA DENGAN ENGAGEMENT AUDIENS

DIGITAL LINGUISTIC ANALYSIS OF FACEBOOK PRO CONTENT: LANGUAGE USE PATTERNS OF YOUNG MOTHERS IN GARANTIGA VILLAGE AND ITS RELATIONSHIP WITH AUDIENCE ENGAGEMENT

Johar Amir¹, Ambo Dalle², Sumarni³

¹Makassar State University,
Makassar, Indonesia
johar.amir@unm.ac.id

²Makassar State University
Indonesia
Ambo.dalle@unm.ac.id

³Makassar State University
City, Indonesia
sumarnibaharudin14@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the linguistic patterns used by young mothers in Dusun Garantiga, Maros Regency, on Facebook Pro content, and to examine the relationship between digital writing and speaking skills and audience engagement levels. The research employs a descriptive quantitative approach with digital linguistic analysis. Data were collected through digital observation and online documentation of 120 posts from ten selected Facebook Pro accounts using purposive sampling. The data were analyzed using descriptive statistics and Pearson and Spearman correlation tests with SPSS 25 for Windows. The results show that the linguistic patterns of young mothers' digital communication are dominated by code-mixing (35%), informal style (28%), and netspeak (18%), indicating the use of casual greetings, abbreviations, emojis, and hashtags to create social closeness with audiences. Correlation analysis revealed a significant positive relationship between digital writing and speaking skills and engagement levels ($r = 0.642$; $p < 0.05$). Communicative and expressive language use was found to increase audience interactions such as likes, comments, and shares. Theoretically, this research enriches digital linguistics studies by highlighting community-based communication practices that have received limited academic attention. Practically, the findings offer recommendations for developing community-based digital communication literacy, particularly empowering young mothers in rural areas to utilize social media effectively as a medium for social and economic empowerment.

Keywords : *Digital Linguistics, Digital Writing And Speaking Skills, Engagement, Facebook Pro, Young Mothers*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi masyarakat modern. Media sosial tidak lagi sekadar wadah berbagi informasi, tetapi telah menjadi ruang strategis untuk membangun jejaring sosial, ekonomi, dan budaya. Transformasi ini memungkinkan setiap individu berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi (*prosumer*) yang aktif dalam menciptakan dan menyebarkan makna^{[1],[2]}. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai medium utama bagi masyarakat untuk menegosiasikan identitas, memperluas jangkauan sosial, dan memperkuat partisipasi ekonomi digital.

Salah satu platform yang menonjol di Indonesia adalah Facebook Pro, fitur profesional yang dirancang untuk membantu pengguna memonetisasi konten dan membangun *personal branding*^[3]. Melalui fitur ini, individu dapat mengembangkan usaha berbasis konten, menjangkau audiens yang lebih luas, serta menciptakan nilai sosial dan ekonomi secara mandiri. Fenomena tersebut juga terlihat pada komunitas ibu muda di Dusun Garantiga, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan, yang aktif menggunakan Facebook Pro untuk mempromosikan produk rumahan, berbagi aktivitas sehari-hari, hingga mengekspresikan identitas sosial dan budaya lokal. Keaktifan mereka mencerminkan potensi besar media sosial dalam pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.

Namun, masih terdapat kesenjangan dalam kemampuan ibu muda mengelola komunikasi digital yang efektif. Banyak konten yang mereka hasilkan belum memperhatikan aspek kebahasaan yang menarik, jelas, dan persuasif, sehingga tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) relatif rendah. Padahal, efektivitas komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh tampilan visual, tetapi juga oleh bagaimana pesan disampaikan secara linguistik^{[4],[5]}. Bahasa dalam konteks digital berfungsi bukan sekadar sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai strategi untuk membangun kedekatan sosial dan kepercayaan audiens.

Kajian linguistik digital menegaskan bahwa bahasa di media sosial bersifat dinamis dan multimodal memadukan teks, simbol visual, serta ekspresi emosional untuk membentuk makna pesan^[6]. Gaya komunikasi yang ekspresif, interaktif, dan sesuai dengan karakter media sosial terbukti dapat meningkatkan *engagement*^[7]. Unsur linguistik seperti emoji, singkatan, hashtag, serta narasi storytelling personal mampu menciptakan kesan keakraban dan memperkuat keterhubungan emosional antara pembuat konten dan audiens^[8]. Dalam konteks Facebook Pro, kemampuan menulis dan berbicara digital menjadi aspek kunci dalam membangun hubungan sosial yang produktif.

Meskipun demikian, tingkat literasi linguistik digital di kalangan masyarakat lokal masih tergolong rendah^[9]. Banyak pengguna aktif media sosial yang belum memahami bagaimana pemilihan kata, gaya tutur, dan struktur kalimat dapat memengaruhi respons audiens terhadap konten. Ibu muda di Dusun Garantiga merupakan salah satu kelompok yang menghadapi tantangan tersebut. Walaupun aktif dalam membuat konten dan berinteraksi secara digital, mereka belum sepenuhnya menguasai strategi kebahasaan yang mampu menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi digital yang tersedia dan kemampuan linguistik pengguna dalam mengoptimalkannya.

Penelitian terdahulu mengenai linguistik digital sebagian besar menyoroti praktik komunikasi korporat, influencer marketing, dan strategi komunikasi merek besar^{[10], [11]}. Kajian yang meneliti penggunaan bahasa di tingkat komunitas kecil, terutama pada kelompok ibu muda di daerah pedesaan, masih terbatas. Padahal, konteks lokal memiliki kekayaan sosial dan budaya yang unik, termasuk penggunaan campuran bahasa daerah, gaya informal, dan ekspresi religius yang membentuk karakter komunikasi digital tersendiri. Keterbatasan studi empiris di bidang ini membuka peluang untuk mengkaji bagaimana pola bahasa komunitas lokal berperan dalam membangun *engagement* audiens secara alami.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dua aspek utama linguistik digital: pertama, pola penggunaan bahasa yang diterapkan oleh ibu muda di Dusun Garantiga dalam konten Facebook Pro; dan kedua, bagaimana keterampilan menulis dan berbicara digital mereka berpengaruh terhadap tingkat *engagement* audiens. Melalui analisis linguistik digital dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, penelitian ini berupaya menggambarkan hubungan antara cara ibu muda mengonstruksi pesan dan respons audiens yang dihasilkannya.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, studi ini memperluas pemahaman tentang praktik linguistik digital di level komunitas lokal yang selama ini kurang terwakili dalam literatur akademik. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam peningkatan literasi komunikasi digital berbasis komunitas, khususnya bagi ibu muda yang ingin mengoptimalkan media sosial untuk pemberdayaan ekonomi keluarga. Melalui temuan ini, diharapkan muncul strategi komunikasi yang lebih efektif, kontekstual, dan inklusif sesuai dengan karakter budaya masyarakat lokal.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki dua tujuan utama: (1) mengidentifikasi dan mendeskripsikan pola penggunaan bahasa ibu muda di Dusun Garantiga dalam konten Facebook Pro, serta (2) menganalisis keterkaitan antara keterampilan menulis dan berbicara digital dengan tingkat *engagement* audiens. Kedua fokus ini diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai

bagaimana strategi kebahasaan digunakan untuk membangun interaksi yang lebih bermakna di ruang digital, sekaligus berkontribusi terhadap pemberdayaan sosial dan ekonomi masyarakat di era media digital.

2. KAJIAN PUSTAKA

Linguistik Digital dan Komunikasi Daring

Linguistik digital merupakan cabang linguistik terapan yang mempelajari penggunaan bahasa dalam konteks media digital. Bahasa dalam ruang daring memiliki karakteristik unik bersifat multimodal, interaktif, dan sering kali mengaburkan batas antara bahasa tulis dan lisan^{[7],[6]}. Menurut^[8], fenomena ini disebut sebagai *netspeak*, yaitu bentuk komunikasi yang fleksibel dan ekspresif dengan penggunaan emoji, singkatan, dan simbol visual untuk memperkuat makna pesan.

Dalam konteks media sosial seperti Facebook Pro, bahasa berfungsi bukan hanya untuk menyampaikan informasi, melainkan juga untuk membangun relasi sosial, membentuk identitas digital, dan memengaruhi persepsi audiens^{[1],[10]}. Penggunaan bahasa yang komunikatif, ringkas, dan kontekstual menjadi penentu utama dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens.

Pola Penggunaan Bahasa di Media Sosial

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa gaya bahasa di media sosial cenderung informal, ekspresif, dan adaptif terhadap situasi komunikasi^[11]. Pola linguistik yang sering muncul meliputi kode-mixing, storytelling, penggunaan hashtag, dan gaya percakapan (*conversational style*)^{[5],[7]}. Pola-pola ini memungkinkan pembuat konten membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui narasi personal dan penggunaan simbol-simbol yang mencerminkan keakraban.

Dalam komunitas lokal, variasi bahasa digital juga mencerminkan identitas sosial dan budaya. Penelitian oleh^[12] menegaskan bahwa penggunaan bahasa lokal dalam media sosial berfungsi sebagai bentuk afiliasi budaya dan sarana membangun solidaritas komunitas. Dengan demikian, pola bahasa di media sosial tidak hanya merefleksikan gaya komunikasi individu, tetapi juga menjadi cerminan nilai-nilai sosial yang diinternalisasi dalam praktik komunikasi digital.

Keterampilan Menulis dan Berbicara Digital

Keterampilan menulis dan berbicara digital (*digital writing and speaking literacy*) mencakup kemampuan menyusun pesan yang jelas, menarik, dan sesuai dengan karakter media digital^[13]. Dalam konteks media sosial, menulis dan berbicara tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penciptaan hubungan interpersonal melalui strategi kebahasaan yang persuasif dan emotif^[5].

Penelitian oleh^[14] menemukan bahwa kemampuan pengguna media sosial dalam memanfaatkan diksi, gaya tutur, dan struktur kalimat yang komunikatif berkorelasi positif dengan tingkat engagement. Sementara itu, gaya berbicara yang spontan, ekspresif, dan penuh empati terbukti meningkatkan kepercayaan audiens^[7]. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya bergantung pada konten visual, melainkan pada keterampilan linguistik yang mampu menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial audiens digital.

Engagement sebagai Ukuran Efektivitas Komunikasi

Engagement merupakan indikator utama keberhasilan komunikasi digital. Menurut^[5], engagement mengacu pada sejauh mana audiens merespons, berinteraksi, dan menunjukkan partisipasi aktif terhadap suatu konten. Parameter engagement biasanya diukur melalui *likes*, *comments*, *shares*, dan *view counts*^[10].

Faktor linguistik memainkan peran penting dalam mendorong engagement. Konten dengan gaya bahasa personal, storytelling emosional, dan ajakan langsung cenderung menimbulkan lebih banyak interaksi^[11]. Selain itu, penggunaan *emoji*, *slang*, dan kalimat pendek yang repetitif membantu memperkuat kejelasan pesan dan meningkatkan keterhubungan sosial^{[6],[4]}. Oleh karena itu, kemampuan linguistik digital menjadi aspek strategis dalam membangun komunikasi yang efektif di media sosial.

Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu telah menelusuri hubungan antara bahasa digital dan partisipasi audiens di media sosial.^[10] meneliti hubungan antara pola bahasa dan engagement di platform komunitas daring dan menemukan bahwa gaya bahasa interaktif dan inklusif cenderung memicu respons emosional pengguna.^[5] menyoroti bahwa komunikasi yang bersifat personal dan informal memiliki potensi engagement yang lebih tinggi dibandingkan gaya formal.

Penelitian oleh^[11] juga mengungkap bahwa kombinasi antara storytelling dan *visual linguistics* seperti emoji dapat memperkuat persepsi positif audiens terhadap pembuat konten. Sementara itu,^[13] menunjukkan bahwa literasi komunikasi digital yang tinggi terutama dalam menulis caption yang persuasif secara signifikan meningkatkan interaksi di media sosial.

Di Indonesia,^[9] menyoroti bahwa rendahnya literasi digital masih menjadi penghambat utama bagi komunitas lokal untuk memanfaatkan media sosial secara produktif.^[12] menambahkan bahwa penguatan kemampuan komunikasi berbasis bahasa lokal dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui platform digital.

Temuan-temuan tersebut menjadi dasar bagi penelitian ini untuk mengkaji secara lebih mendalam bagaimana pola bahasa dan keterampilan menulis serta berbicara digital digunakan oleh ibu muda di Dusun Garantiga dalam membangun engagement di Facebook Pro.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis linguistik digital untuk mengidentifikasi pola penggunaan bahasa ibu muda di Dusun Garantiga dalam konten Facebook Pro serta menganalisis hubungan antara keterampilan menulis dan berbicara digital dengan tingkat *engagement* audiens. Penelitian dilakukan pada Agustus–Desember 2024 dengan melibatkan 10 akun ibu muda aktif sebagai subjek penelitian yang dipilih melalui purposive sampling. Data utama berupa teks digital dari *caption*, skrip video, dan komentar audiens yang diambil dari unggahan Facebook Pro.

Data dikumpulkan melalui observasi digital dan dokumentasi daring, dengan total 120 unggahan yang diklasifikasikan ke dalam enam kategori linguistik: *code-mixing*, gaya informal, *netspeak*, storytelling, kalimat pendek/pengulangan, dan strategi persuasif. Keterampilan menulis dan berbicara digital diukur dari kejelasan pesan, gaya percakapan, dan adaptasi terhadap audiens, sedangkan *engagement* diukur berdasarkan jumlah *likes*, *comments*, dan *shares*.

Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk memetakan pola bahasa dominan dan secara statistik menggunakan uji Spearman dan Pearson guna melihat hubungan antara keterampilan digital dan *engagement* audiens. Proses analisis dibantu dengan SPSS 25 for Windows, dengan validitas dijaga melalui triangulasi teknik dan reliabilitas diperkuat melalui *double coding*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Penggunaan Bahasa Ibu Muda dalam Konten Facebook Pro

Hasil analisis terhadap 120 unggahan dari 10 akun Facebook Pro milik ibu muda di Dusun Garantiga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa digital didominasi oleh gaya komunikasi informal, ekspresif, dan interaktif. Dari enam kategori linguistik yang diamati *code-mixing*, gaya informal,

netspeak, storytelling, kalimat pendek/pengulangan, dan strategi persuasif teridentifikasi bahwa kode-mixing merupakan pola paling menonjol, muncul sebanyak 42 kali (35%), diikuti oleh gaya informal (28%) dan netspeak (18%).

Penggunaan kode-mixing (percampuran bahasa Indonesia, daerah, dan istilah Inggris populer) terlihat dalam kalimat seperti “*Best seller nih, sis~*” atau “*Jangan lupa order ya, Mak!*”. Fenomena ini menunjukkan kemampuan linguistik adaptif dalam memadukan unsur lokal dan global untuk memperluas jangkauan makna. Gaya informal seperti sapaan “bund”, “guys”, dan “teman-teman” berfungsi menciptakan suasana percakapan yang akrab, sementara netspeak seperti emoji, hashtag, dan singkatan memperkuat ekspresi emosional pesan, misalnya dalam unggahan “*Alhamdulillah 🥰🙏 #jualanberkah*”.

Temuan ini menggambarkan bahwa ibu muda tidak hanya menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi sosial untuk membangun identitas digital dan keakraban emosional dengan audiens. Gaya komunikasi semacam ini memperlihatkan bagaimana media sosial menjadi ruang interaksi yang merepresentasikan nilai-nilai lokal seperti kebersamaan, religiusitas, dan solidaritas. Dalam konteks ini, bahasa berfungsi sebagai *social bonding mechanism*, di mana pengguna menciptakan citra diri yang hangat, ramah, dan otentik ^{[4], [7]}.

Hasil analisis ini juga memperkuat teori *Computer-Mediated Communication* yang menekankan bahwa interaksi digital bersifat multimodal dan kontekstual, melibatkan perpaduan antara teks, simbol visual, dan gaya tutur yang membangun makna sosial ^{[5], [6]}. Dalam komunitas lokal seperti Dusun Garantiga, perpaduan antara bahasa daerah dan nasional menjadi wujud afiliasi budaya, menunjukkan bentuk *digital localization* yakni adaptasi strategi linguistik global dalam konteks komunikasi komunitas lokal.

Tabel 1. Distribusi Pola Penggunaan Bahasa Ibu Muda di Facebook Pro

Kategori Linguistik Digital	Frekuensi Kemunculan	Persentase (%)	Contoh Penggunaan
Kode-mixing	42	35%	“Jangan lupa order ya, Mak!” / “Best seller nih, sis~”
Gaya informal	34	28%	Sapaan seperti “guys”, “teman-teman”, “bund”
Netspeak (emoji, singkatan, hashtag)	22	18%	“Alhamdulillah 🥰🙏 #jualanberkah”
Storytelling	10	8%	Cerita pengalaman pribadi dalam caption
Kalimat pendek/pengulangan	7	6%	“Yuk beli yuk! Yuk dukung usaha lokal!”
Strategi persuasif	5	5%	“Beli sekarang, stok terbatas!”
Total	120	100%	-

Sumber: Data penelitian, 2024

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pola bahasa yang dominan bersifat personal dan adaptif. Kode-mixing tidak hanya menjadi ciri linguistik, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk ekspresi identitas sosial yang khas di wilayah pedesaan. Sementara gaya informal memperkuat citra kedekatan sosial dan kesetaraan antara pembuat konten dan audiensnya. Dalam konteks linguistik digital, hal ini sejalan dengan pandangan ^[5] bahwa strategi kebahasaan yang komunikatif dan ekspresif mampu meningkatkan keterlibatan sosial di ruang digital.

Hubungan Keterampilan Menulis dan Berbicara Digital dengan Tingkat Engagement Audiens

Analisis korelasi antara keterampilan komunikasi digital dan tingkat *engagement* menunjukkan hubungan positif yang signifikan. Berdasarkan hasil uji Pearson menggunakan SPSS 25 for Windows, diperoleh nilai korelasi $r = 0,642$ dengan $p < 0,05$, menandakan bahwa semakin tinggi keterampilan menulis dan berbicara digital seorang pengguna, semakin besar pula interaksi yang diperoleh dalam bentuk *likes*, *comments*, dan *shares*.

Secara lebih rinci, keterampilan menulis digital yang mencakup kemampuan menyusun caption yang ringkas, menarik, dan emotif berpengaruh kuat terhadap peningkatan *likes* dan *shares* ($r = 0,658$; $p = 0,000$). Sementara itu, keterampilan berbicara digital, seperti ekspresi verbal dan gestur pada video, lebih berdampak terhadap peningkatan *comments* audiens ($r = 0,624$; $p = 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan linguistik tekstual dan visual-verbal memiliki peran saling melengkapi dalam membangun interaksi yang efektif.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Pearson antara Keterampilan Digital dan Engagement

Variabel	R (Korelasi)	Sig. (p)	Interpretasi Hubungan
Keterampilan menulis digital ↔ <i>Likes/Shares</i>	0,658	0,000	Hubungan positif kuat dan signifikan
Keterampilan berbicara digital ↔ <i>Comments</i>	0,624	0,001	Hubungan positif kuat dan signifikan
Rata-rata keseluruhan keterampilan digital ↔ Total engagement	0,642	0,000	Hubungan signifikan positif

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 for Windows, 2025

Hasil ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya^{[10], [11]} yang menyatakan bahwa *engagement* di media sosial dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi bahasa terhadap karakteristik audiens. Konten dengan gaya bahasa naratif dan ekspresif memunculkan resonansi emosional yang lebih tinggi, mendorong audiens untuk memberikan tanggapan aktif. Dalam konteks penelitian ini, ibu muda di Dusun Garantiga menunjukkan bahwa interaksi digital tidak hanya bersifat transaksional (jual-beli), tetapi juga relasional, di mana mereka membangun kedekatan sosial dengan audiens melalui bahasa yang inklusif dan emosional.

Fenomena ini juga memperkuat konsep *prosumer*^{[10], [8]} yaitu peran ganda pengguna sebagai produsen sekaligus konsumen makna. Melalui konten Facebook Pro, para ibu muda tidak hanya mengomunikasikan produk, tetapi juga membangun narasi identitas dan solidaritas sosial berbasis komunitas. Dengan demikian, komunikasi digital mereka menjadi media pemberdayaan sosial dan ekonomi lokal, memperluas jangkauan sosial sekaligus memperkuat kohesi budaya di ruang daring.

Implikasi Temuan

Penelitian ini memiliki implikasi teoretis dan praktis yang signifikan. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperluas pemahaman dalam bidang linguistik digital dan komunikasi daring berbasis komunitas lokal, khususnya dalam konteks masyarakat pedesaan yang aktif berinteraksi melalui platform media sosial profesional seperti Facebook Pro. Studi-studi terdahulu cenderung berfokus pada komunikasi pemasaran dalam skala besar misalnya strategi *branding* korporat dan *influencer marketing* tanpa menyoroti secara mendalam pola komunikasi individu dalam konteks komunitas kecil^{[10], [11]}. Selain itu, penelitian yang mengaitkan secara eksplisit antara elemen linguistik dan tingkat engagement audiens masih jarang dilakukan, terutama di kalangan ibu muda yang menggunakan media sosial sebagai sarana ekspresi sosial dan promosi ekonomi lokal. Sebagian besar kajian terdahulu lebih

menitikberatkan pada faktor visual, algoritmik, dan performa teknis platform^{[9], [5]}, sementara aspek kebahasaan yang merupakan inti dari konstruksi makna dan interaksi belum banyak diukur secara empiris.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini berhasil mengisi kesenjangan akademik dengan menghadirkan analisis integratif antara pola linguistik digital dan tingkat engagement audiens. Pendekatan yang menggabungkan analisis teks linguistik dan pengukuran statistik engagement memungkinkan pemetaan yang lebih komprehensif mengenai bagaimana bahasa berfungsi sebagai instrumen sosial dalam membangun interaksi digital. Temuan utama menunjukkan bahwa pola bahasa seperti kode-mixing, gaya informal, dan netspeak tidak hanya berperan dalam memperkuat hubungan emosional dengan audiens, tetapi juga berdampak signifikan terhadap peningkatan partisipasi digital (*likes, comments, shares*). Hal ini memperkuat asumsi bahwa bahasa merupakan faktor strategis dalam efektivitas komunikasi digital yang berakar pada nilai-nilai sosial dan budaya komunitas. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris baru bagi pengembangan teori linguistik terapan, khususnya dalam domain komunikasi digital berbasis komunitas.

Secara praktis, hasil penelitian ini telah diterapkan langsung melalui workshop pembuatan konten, pelatihan storytelling digital, dan penyusunan caption bagi ibu muda di Dusun Garantiga. Kegiatan ini menjadi bentuk nyata implementasi hasil penelitian dalam meningkatkan literasi komunikasi digital berbasis komunitas. Melalui pelatihan tersebut, para peserta belajar bagaimana menggunakan bahasa yang komunikatif, sopan, dan kontekstual agar lebih efektif dalam membangun interaksi dengan audiens serta memperkuat jangkauan sosial dan ekonomi mereka melalui media sosial. Kegiatan ini juga berfungsi sebagai wahana pemberdayaan sosial-ekonomi, membantu ibu muda memahami pentingnya strategi kebahasaan dalam memperkuat kepercayaan digital dan personal branding.

Lebih lanjut, temuan dan praktik ini dapat dijadikan model pengembangan program literasi digital bagi lembaga pemerintah, akademisi, maupun organisasi masyarakat sipil. Dengan menekankan dimensi kebahasaan sebagai inti komunikasi digital, hasil penelitian ini tidak hanya memperkaya teori linguistik digital, tetapi juga mendorong penerapan nyata dalam peningkatan kapasitas komunikasi masyarakat lokal. Melalui kegiatan berbasis pelatihan seperti ini, penelitian berkontribusi langsung terhadap pemberdayaan sosial dan ekonomi masyarakat pedesaan di era digital yang kompetitif.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan penerapan lapangan melalui kegiatan workshop dan pelatihan digital bagi ibu muda di Dusun Garantiga, terdapat beberapa arah yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian mendatang dapat memperluas cakupan wilayah dan variasi komunitas agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang praktik linguistik digital di berbagai konteks sosial dan budaya. Kajian perbandingan antarwilayah akan membantu mengidentifikasi perbedaan strategi komunikasi digital berdasarkan karakteristik lokal dan tingkat literasi teknologi masyarakat. Kedua, penelitian lanjutan dapat mengintegrasikan analisis multimodal yang mencakup hubungan antara bahasa, visual, dan audio dalam konten media sosial. Pendekatan ini penting untuk memahami bagaimana elemen linguistik berpadu dengan aspek visual (gambar, video, warna, tata letak) dalam membentuk makna dan memengaruhi engagement audiens. Pendekatan ini juga relevan untuk menganalisis peran ekspresi nonverbal, intonasi, serta gaya berbicara dalam memperkuat pesan digital. Ketiga, penelitian berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang kegiatan literasi digital terhadap perubahan perilaku komunikasi dan pemberdayaan ekonomi komunitas. Kajian longitudinal yang memantau perkembangan kemampuan menulis, berbicara, dan mengelola media sosial pasca pelatihan dapat memberikan bukti empiris mengenai efektivitas intervensi linguistik digital berbasis komunitas.

Selain itu, kolaborasi antara peneliti, akademisi, dan lembaga pemerintah perlu diperkuat agar hasil riset dapat diimplementasikan secara berkelanjutan dalam bentuk program pelatihan, modul literasi digital, dan pendampingan komunikasi daring yang kontekstual. Dengan demikian, penelitian tentang linguistik digital tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori akademik, tetapi juga berperan langsung dalam mendukung transformasi sosial dan ekonomi masyarakat lokal di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan karena atas berkat dan rahmat Allah Swt. artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada kepala Dusun Garantiga yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian. Demikian juga terima kasih penulis ucapkan kepada ibu-ibu muda warga Garantiga yang telah bersedia menjadi subjek penelitian. Tak kalah pentingnya ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada pengelola jurnal SOSCIED yang bersedia memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuangkan ide hasil penelitian. Serta ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis menyusun artikel ini. Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis bernilai ibadah di sisi-Nya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kaplan, A., & Haenlein, M. (2020). Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence. *Business horizons*, 63(1), 37-50. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.003>
- [2] Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford: Oxford university press.
- [3] Kreutzer, R. T. (2021). Social media und social-media-marketing. In *Social-Media-Marketing kompakt: Ausgestalten, Plattformen finden, messen, organisatorisch verankern*, 1-21. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-33866-4_1
- [4] Tagg, C. (2015). *Exploring digital communication: Language in action*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727165>
- [5] Farkas, X., & Bene, M. (2021). Images, politicians, and social media: Patterns and effects of politicians' image-based political communication strategies on social media. *The international journal of press/politics*, 26(1), 119-142. <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
- [6] Zappavigna, M., & Logi, L. (2021). Emoji in social media discourse about working from home. *Discourse, Context & Media*, 44, 100543. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100543>
- [7] Herring, S. C. (2012). Grammar and electronic communication. *The encyclopedia of applied linguistics*, 1-9.
- [8] Crystal, D. (2011). *Internet linguistics: A student guide*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203830901>
- [9] Nasrullah, R., Aditya, W., Satya, T. I., & Hanifah, N. (2017). *Materi pendukung literasi digital*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- [10] Maity, K., Saha, S., & Bhattacharyya, P. (2022). Emoji, sentiment and emotion aided cyberbullying detection in hinglish. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 10(5), 2411-2420. <https://doi.org/10.1109/TCSS.2022.3183046>
- [11] Kumar, Y., Kaur, K., & Kaur, S. (2021). Study of automatic text summarization approaches in different languages. *Artificial Intelligence Review*, 54(8), 5897-5929. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-09964-4>

- [12] Naila, T. M., & Rohimi, P. (2024). Konsumsi Media Dan Identitas Budaya Di Kalangan Remaja Juwana, Kabupaten Pati. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, 2(2), 136-147. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8867>
- [13] Haudi, H., Handayani, W., Musnaini, M., Suyoto, Y. T., & Prasetyo, T. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961-972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- [14] Fikriyyah, F., & Kurniawan, R. R. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Budaya. *UlumulQur'an: Jurnal IlmuAl-Qur'an dan Tafsir*, 1-15. <https://doi.org/10.31219/osf.io/bt64g>
- [15] Fikriyyah, F., & Kurniawan, R. R. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Budaya. *UlumulQur'an: Jurnal IlmuAl-Qur'an dan Tafsir*, 1-15. <https://doi.org/10.31219/osf.io/bt64g>