



Pengaruh Penggunaan *Netlingo* terhadap Persepsi Pesan *Netlingo* di WhatsApp pada Remaja di Banjarmasin

Betrik Sinta Bella Purba¹, Yuanita Setyastuti²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarmasin

Surel: 2010414220021@mhs.ulm.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh penggunaan netlingo di WhatsApp terhadap persepsi pesan netlingo pada remaja di Banjarmasin. Pendekatan penelitian yang diterapkan adalah metode kuantitatif dengan teknik survei. Sampel penelitian adalah 347 masyarakat Banjarmasin dengan rentang usia 12 sampai dengan 24 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner lalu dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara penggunaan netlingo terhadap persepsi pesan netlingo. Kesimpulan penelitian ini adalah penggunaan *Netlingo* yang mencakup jenis *abbreviation* (pemendekan kata), *acronymy* (penyingkatan kata), *phonetic replacement* (penggantian kata dengan huruf/angka), *com-pounding* (peleburan kata) dan *symbol replacement* (penggantian kata dengan simbol) memiliki skor tinggi dalam penggunaannya di WhatsApp sehingga menimbulkan efek yang relevan seiring dengan frekuensi penggunaan terhadap persepsi pesan netlingo baik dalam proses pengenalan, pemahaman, serta penilaian. Hasil penelitian mendapatkan angka signifikansi sebesar $0.00 < 0.005$, sehingga hipotesis diterima dengan hasil koefisien determinasi (*R-Square*) adalah 0.412 di mana nilai 0,412 memiliki arti variabel penggunaan netlingo memengaruhi persepsi pesan netlingo sebesar 41,2%. Hasil penelitian mengungkapkan terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan netlingo di WhatsApp terhadap persepsi pesan netlingo pada remaja di Banjarmasin.

Kata Kunci: *Netlingo*, Persepsi, Pesan

Cara Sitasi: Purba, B. S. B., & Setyastuti, Y. (2025). Pengaruh Penggunaan *Netlingo* terhadap Persepsi Pesan *Netlingo* di WhatsApp pada Remaja di Banjarmasin. *JURNAL PERSUASI*, 2(3): 177-191.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian informasi dari satu individu kepada individu lain dengan maksud untuk memberi pengetahuan atau memengaruhi sikap, opini, maupun tindakan, baik secara langsung lewat ucapan maupun secara tidak langsung melalui berbagai media (Effendy, 2005). Dalam berkomunikasi, ada banyak faktor yang memengaruhi jalannya proses komunikasi itu sendiri yaitu faktor internal maupun faktor

eksternal komunikator. Faktor-faktor ini akan mempengaruhi baik tidaknya, berhasil atau tidaknya komunikasi yang dilakukan; adapun faktor-faktor yang memengaruhi jalannya proses komunikasi yaitu kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kesinambungan dan konsistensi, kemampuan komunikasi, saluran distribusi (Scoot M Cultip dan Allen, 2018).

Dalam salah satu faktornya pula, pemilihan media yang tepat juga perlu benar-benar dipertimbangkan oleh masyarakat. Banyaknya masyarakat yang telah masuk ke dalam media sosial, Whatsapp merupakan aplikasi media sosial populer yang tak lepas dari jangkauan segala golongan terkhususnya generasi muda. Whatsapp sendiri adalah aplikasi media sosial yang berfokus kepada komunikasi Interpersonal (antarpribadi) dan terlebih juga dapat digunakan sebagai komunikasi kelompok (dengan fitur grup). Dengan adanya Whatsapp, seseorang mendapat informasi dari orang lain secara lebih eksklusif, aktual, dan beberapa informasi yang lebih terperinci. *We Are Social* mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari tahun 2024 yang mana jumlah ini setara 49,9% dari total populasi nasional. Pada laporan terbaru yang diunggah *We Are Social*, WhatsApp adalah aplikasi media sosial terbanyak digunakan di Indonesia pada Januari tahun 2024. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia yang berusia 16 - 64 tahun, dominasi atau 90,9%-nya tercatat menggunakan aplikasi tersebut.

Netlingo adalah penggunaan bahasa oleh komunikator sebagai bentuk pesan melalui media penulisan teks yang seakan-akan sedang berbicara kepada komunikan yang menerima pesan. Ungkapan-ungkapan nada bicara dalam keseharian masyarakat yang tidak dapat disampaikan hanya dengan teks biasa, maka dalam halnya *netlingo*, masyarakat akan memperinci kata/ kalimat teks yang mereka pilih dengan menggunakan hal-hal tambahan baik penambahan huruf, tanda baca dan lain sebagainya. Seluruh kata/kalimat yang diketik pada dunia digital seolah-olah adalah ucapan atau suara beserta intonasinya dalam percakapan keseharian (Nasrullah, 2014; Thurlow et al., 2004).

Menurut Danesi (2008) terdapat lima jenis *netlingo*, yaitu *abbreviation*/singkatan kata, *acronymy*/akronim yaitu singkatan terbentuk dari huruf awal kata lain lalu diucapkan sebagai sebuah kata, *phonetic replacement* yaitu penggantian fonetik/pengucapan, *compounding* yaitu proses penggabungan dua kata atau lebih (morfem) menjadi suatu kata baru; dan *symbol replacement* dimana singkatan kata, peleburan dan penggantian dengan simbol.

Sebagaimana didapatkan dari suatu data survei oleh Masyarakat Linguistik Indonesia (2021) menunjukkan bahwa sekitar 78% remaja yang berusia antara 16 hingga 24 tahun menggunakan bahasa gaul dalam percakapan sehari-hari. Dari jumlah ini, 45% mengaku sering menggunakan bahasa gaul dalam percakapan di sekolah atau kampus, sementara 65% menggunakannya di media sosial. Survei lain oleh Survei Media Sosial oleh Influencer Marketing Hub (2022) menemukan bahwa sekitar 80% Gen Z menggunakan bahasa gaul yang mencampurkan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris (misalnya, "*mood*", "*sorry*", "*vibe*") dalam interaksi di platform media sosial.

Tatkala masyarakat cenderung mengalami miskomunikasi oleh sebab keteringgalan informasi yang dipengaruhi teknis, letak geografis, psikologis, kelompok usia dan hal lain yang dapat menyebabkan laju atau lambatnya pemaknaan suatu informasi. Hambatan komunikasi menyebabkan kesenjangan/ ketidakmerataan pengetahuan yang sering menjadi faktor misinformasi dan sekaligus dapat menjadi miskomunikasi bagi

komunikator maupun komunikan karena adanya ketimpangan keterampilan dalam menyuarakan pesan.

Penelitian ini berlokasi di Banjarmasin, Kalimantan Selatan karena dalam perkembangan budaya digital yang terus menyebar hingga tak menyisakan wilayah yang tak terkena dampaknya termasuk Banjarmasin. Generasi muda yang kini mulai mendominasi maka budaya atau perilaku sehari-hari yang nampak pun mulai bergeser cenderung kepada perspektif apa yang mereka lihat dan lakukan.

Pentingnya penelitian ini mengacu pada pengaruh pesan yaitu persepsi dari komunikator yang diterima komunikan dan telah melakukan proses *decoding* pada tahap komunikasi. Maka dari itu penelitian ini akan melaksanakan survei mengenai apa yang dipikirkan masyarakat ketika menggunakan *netlingo* serta untuk mengetahui apakah makna pesan yang terjadi selama proses komunikasi akan dicerna dengan baik dan efisien. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu seberapa besar pengaruh penggunaan *netlingo* terhadap persepsi pesan *netlingo* di whatsapp pada remaja di Banjarmasin?

METODE

Penelitian ini bersifat kuantitatif melalui survei. Menurut Sugiyono (2020) Penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui instrumen penelitian yang terstandar. Data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif menggunakan teknik statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun metode survei digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mendeskripsikan fenomena alamiah yang sedang berlangsung, mengidentifikasi kondisi aktual saat penelitian dilakukan, serta mengungkapkan hubungan antar variabel pada waktu tertentu.

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Penelitian eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya (Bungin, 2017). Menurut Kriyantono (2009), penelitian eksplanatif merupakan jenis penelitian yang berupaya mengidentifikasi hubungan kausal antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari tanggapan responden melalui pengisian kuesioner yang disebarakan secara daring menggunakan *Google Form*. Sementara itu, data sekunder mencakup berbagai referensi seperti buku, literatur ilmiah, artikel, jurnal, dokumen, maupun sumber informasi lain yang relevan dengan permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah masyarakat di kota Banjarmasin yang berusia 12-24 Tahun. Pada tahun 2023, dikatakan bahwa jumlah penduduk masyarakat di Kota Banjarmasin dari usia 10-14 tahun, 15-19 tahun dan 20-24 tahun berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin berjumlah 174.466. Dengan menggunakan pengukuran sampel Isaac dan Michael, maka sampel yang berada pada rentang usia 12-24 tahun pada populasi 174.466 dengan taraf kesalahan 5% dapat diambil ukuran sampel penelitian adalah sebesar 347 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *random sampling* dengan kriteria:

1. Merupakan penduduk kota Banjarmasin yang berada pada rentang usia remaja 12-24 tahun;
2. Mempunyai aplikasi Whastapp dan sering menggunakannya sebagai media komunikasi sehari-hari dengan orang lain;
3. Pernah menggunakan *Netlingo*/ bahasa internet dalam kalimat yang disampaikan pada percakapan.

Variabel Bebas/Independen (X) pada penelitian ini adalah *Netlingo* dengan indikator *netlingo* berdasarkan Danesi (2008): *Abbreviation* (Singkatan Kata), *Acronymy* (Akronim), *Phonetic Replacement* (Penggantian Fonetik/Pengucapan), *Com-Pounding* (Peleburan beberapa kata yang berbeda membentuk kata baru), dan *Symbol Replacement* (Penggantian Simbol). Sedangkan variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah persepsi dengan indikator menurut Walgito (2010) yakni: penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu, pengertian atau pemahaman terhadap objek, dan penilaian atau evaluasi individu terhadap objek. Dilakukan teknik pengumpulan data seperti kuesioner, dokumentasi, dan studi literatur. Adapun pada teknik penentuan skor kuesioner adalah menggunakan teknik *rating scale* dimana setiap item instrumen memiliki gradasi. Nilai pengukuran bergradasi 1 hingga 4 pada variabel X. Lalu alternatif jawaban pada variabel Y: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Penelitian menggunakan uji instrument berupa uji validitas dan uji reliabilitas yang akan dibuat kesimpulan melalui aplikasi SPSS. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif; uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji linieritas, dan uji heteroskedastisitas; serta uji hipotesis yaitu menggunakan uji signifikansi parsial (uji t) yang akan dilakukan melalui aplikasi SPSS.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator		Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan	Alpha Cronbach (a)	Keterangan
Netlingo (X)	Abbreviation		1	0.610	VALID	0.624	RELIABEL
	Acronymy		5	0.668	VALID		
	Phonetic Replacement		9	0.540	VALID		
	Com-Pounding		13	0.560	VALID		
	Symbol Replacement		17	0.579	VALID		
Persepsi Pesan Netlingo (Y)	Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu	Abbreviation	2	0.487	VALID	0.916	RELIABEL
		Acronymy	6	0.604	VALID		
		Phonetic Replacement	10	0.536	VALID		
		Com-Pounding	14	0.479	VALID		
		Symbol Replacement	18	0.571	VALID		
	Pengertian atau pemahaman terhadap objek	Abbreviation	3	0.526	VALID		
		Acronymy	7	0.683	VALID		
		Phonetic Replacement	11	0.613	VALID		
		Com-Pounding	15	0.490	VALID		
		Symbol Replacement	19	0.607	VALID		
	Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek	Abbreviation	4	0.449	VALID		
		Acronymy	8	0.676	VALID		
		Phonetic Replacement	12	0.551	VALID		
		Com-Pounding	16	0.426	VALID		
		Symbol Replacement	20	0.580	VALID		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

Tabel di atas merupakan keterangan yang diketahui bahwa dari semua item memenuhi kriteria validitas. Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan bantuan dari program SPSS versi 26. Adanya keseluruhan item dalam penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.105, sehingga mampu menghasilkan kesimpulan bahwa keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid. Melalui data di atas pula, setiap instrument memiliki nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ yaitu Penggunaan *Netlingo* (X) sebesar 0.624 dan Persepsi Pesan *Netlingo* (Y) sebesar 0.916. Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut semua variabel penelitian ni dinyatakan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Statistik Deskriptif

a. Variabel Penggunaan Netlingo

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan *Netlingo* (X)

Indikator	Item	Skor Jawaban Responden								Mean	Kategori
		1		2		3		4			
		f	%	f	%	f	%	f	%		
Abbreviation	X ₁	5	1,4%	34	9,8%	134	38,6%	174	50,1%	3,38	Tinggi
Acronymy	X ₂	2	0,6%	49	14,1%	140	40,3%	156	45,1%	3,30	Tinggi
Phonetic Replacement	X ₃	112	32,3%	190	54,8%	41	11,8%	4	1,2%	2,10	Sedang
Com-Pounding	X ₄	9	2,6%	132	38,0%	161	46,4%	45	13,0%	2,87	Sedang
Symbol Replacement	X ₅	3	0,9%	22	6,9%	157	45,2%	165	47,6%	3,40	Tinggi
Mean Variabel Penggunaan Nettingo										3,01	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

Tabel 2 menyajikan analisis deskriptif dari variabel Penggunaan *Netlingo* melalui 5 pertanyaan, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

- 1) Pada item X1, sebagian besar responden memilih opsi 4 pada Penggunaan *Netlingo Abbreviation* yang memiliki arti sebanyak 174 orang (50,1%) sangat sering menggunakan *Netlingo Abbreviation*. Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,38 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 2) Pada item X2, sebagian besar responden memilih opsi 4 pada Penggunaan *Netlingo Acronymy* yang memiliki arti sebanyak 156 orang (45,1%) sangat sering menggunakan *Netlingo Acronymy*. Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,30 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 3) Pada item X3, sebagian besar responden memilih opsi 2 pada Penggunaan *Netlingo Phonetic Replacement* yang memiliki arti sebanyak 190 orang (54,8%) kadang-kadang menggunakan *Netlingo Phonetic Replacement*. Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 2,10 yang termasuk dalam kategori sedang (2,00 – 2,99).
- 4) Pada item X4, sebagian besar responden memilih opsi 3 pada Penggunaan *Netlingo Com-Pounding* yang memiliki arti sebanyak 161 orang (46,4%) sangat sering menggunakan *Netlingo Com-Pounding*. Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 2,87 yang termasuk dalam kategori sedang (2,00 – 2,99).
- 5) Pada item X5, sebagian besar responden memilih opsi 4 pada Penggunaan *Netlingo Symbol Replacement* yang memiliki arti sebanyak 165 orang (47,6%) sangat sering menggunakan *Netlingo Symbol Replacement*.

menggunakan *Netlingo Symbol Replacement*. Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,40 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).

Berdasarkan hasil rekapitulasi indikator pada variabel Penggunaan *Netlingo* pada tabel 4. 12. diatas, diketahui sebanyak 50,1% responden memilih opsi ‘4’ dalam menggunakan *netlingo* berjenis *Abbreviation*. Selanjutnya 45,1% responden memilih opsi ‘4’ dalam menggunakan *netlingo* berjenis *Acronymy*. Berikutnya sebanyak 49,6% responden memilih opsi ‘2’ dalam menggunakan *netlingo* berjenis *Phonetic Replacement*. Berikutnya sebanyak 46,4% responden memilih opsi ‘3’ dalam menggunakan *netlingo* berjenis *Com-pounding*. Selanjutnya untuk pernyataan terakhir sebanyak 47,6% responden memilih opsi ‘4’ dalam menggunakan *netlingo* berjenis *Symbol Replacement*. Hasil kriteria kategorisasi berdasarkan skor mean (rata – rata) variabel X: Penggunaan *Netlingo* dinyatakan ‘Tinggi’ karena skor rata-rata jawaban adalah sebesar 3,01 yang berada pada interval Tinggi yaitu di antara 3,00 – 4,00.

b. Variabel Persepsi Pesan Netlingo

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Pesan Netlingo (Y)

Indikator	Item	Skor Jawaban Responden								Mean	Kategori
		STS		TS		S		SS			
		f	%	f	%	f	%	f	%		
Penyerapan terhadap rangsang/objek dari luar individu	Y1.1	0	0,0%	3	0,9%	168	48,4%	176	50,7%	3,48	Tinggi
	Y1.2	0	0,0%	26	7,5%	173	49,9%	147	42,4%	3,34	Tinggi
	Y1.3	42	12,1%	94	27,1%	191	55,0%	20	5,8%	2,54	Sedang
	Y1.4	4	1,2%	10	2,9%	250	72,0%	83	23,9%	3,18	Tinggi
	Y1.5	2	0,6%	2	0,6%	145	41,8%	198	57,1%	3,56	Tinggi
Pengertian atau pemahaman terhadap objek	Y2.1	0	0,0%	5	1,4%	171	49,3%	171	49,3%	3,48	Tinggi
	Y2.2	2	0,6%	32	9,2%	175	50,4%	138	39,8%	3,29	Tinggi
	Y2.3	49	14,1%	121	34,9%	159	45,8%	18	5,2%	2,42	Sedang
	Y2.4	6	1,7%	21	6,1%	247	71,2%	73	21,0%	2,45	Sedang
	Y2.5	3	0,9%	7	2,0%	155	51,9%	182	45,0%	3,49	Tinggi
Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek	Y3.1	5	1,4%	21	6,1%	173	49,9%	148	42,7%	3,34	Tinggi
	Y3.2	4	1,2%	37	10,7%	200	57,6%	106	30,5%	3,18	Tinggi
	Y3.3	76	21,9%	140	40,3%	109	31,4%	22	6,3%	2,22	Sedang
	Y3.4	12	3,5%	67	19,3%	221	63,7%	47	13,5%	2,87	Sedang
	Y3.5	3	0,9%	26	7,5%	156	45,0%	162	46,7%	3,37	Tinggi
Mean Variabel Penggunaan <i>Nettingo</i>										3,08	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

Dari Tabel 3, yang menyajikan analisis deskriptif dari variabel Persepsi Pesan *Netlingo* melalui 15 pertanyaan, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

- 1) Pada item Y1.1, sebagian besar responden sebanyak 176 orang (50,7%) memilih 'Sangat Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Saya mengenali pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Abbreviation* dengan jelas". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,48 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 2) Pada item Y1.2, sebagian besar responden sebanyak 173 orang (49,9%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Saya mengenali pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Acronymy* dengan jelas". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,34 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 3) Pada item Y1.3, sebagian besar responden sebanyak 191 orang (55,0%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Saya mengenali pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Phonetic Replacement* dengan jelas". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 2,54 yang termasuk dalam kategori sedang (2,00 – 2,99).
- 4) Pada item Y1.4, sebagian besar responden sebanyak 250 orang (72,0%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Saya mengenali pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Com-Pounding* dengan jelas". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,18 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 5) Pada item Y1.5, sebagian besar responden sebanyak 198 orang (57,1%) memilih 'Sangat Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Saya mengenali pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Symbol Replacement* dengan jelas". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,48 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 6) Pada item Y2.1, sebagian besar responden sebanyak 171 orang (49,3%) di kedua pernyataan 'Sangat Setuju' maupun 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Abbreviation* dapat saya pahami". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,48 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 7) Pada item Y2.2, sebagian besar responden sebanyak 175 orang (50,4%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Acronymy* dapat saya pahami". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,29 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).

- 8) Pada item Y2.3, sebagian besar responden sebanyak 159 orang (45,8%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Phonetic Replacement* dapat saya pahami". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 2,42 yang termasuk dalam kategori sedang (2,00 – 2,99).
- 9) Pada item Y2.4, sebagian besar responden sebanyak 247 orang (71,2%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Com-Pounding* dapat saya pahami". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 2,45 yang termasuk dalam kategori sedang (2,00 – 2,99).
- 10) Pada item Y2.5, sebagian besar responden sebanyak 155 orang (51,9%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Pesan WhatsApp yang memuat *Netlingo* berjenis *Symbol Replacement* dapat saya pahami". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,49 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 11) Pada item Y3.1, sebagian besar responden sebanyak 173 orang (49,9%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Penggunaan *Netlingo* berjenis *Abbreviation* pada pesan WhatsApp membuat obrolan terasa efektif". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,34 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 12) Pada item Y3.2, sebagian besar responden sebanyak 200 orang (57,6%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Penggunaan *Netlingo* berjenis *Acronymy* pada pesan WhatsApp membuat obrolan terasa efektif". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,18 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).
- 13) Pada item Y3.3, sebagian besar responden sebanyak 173 orang (49,9%) memilih 'Tidak Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Penggunaan *Netlingo* berjenis *Phonetic Replacement* pada pesan WhatsApp membuat obrolan terasa efektif". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 2,22 yang termasuk dalam kategori sedang (2,00 – 2,99).
- 14) Pada item Y3.4, sebagian besar responden sebanyak 221 orang (63,7%) memilih 'Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Penggunaan *Netlingo* berjenis *Com-Pounding* pada pesan WhatsApp membuat obrolan terasa efektif". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 2,87 yang termasuk dalam kategori sedang (2,00 – 2,99).
- 15) Pada item Y3.5, sebagian besar responden sebanyak 162 orang (46,7%) memilih 'Sangat Setuju' pada Persepsi Pesan *Netlingo* "Penggunaan *Netlingo* berjenis *Symbol Replacement* pada pesan WhatsApp membuat obrolan terasa efektif". Nilai rata-rata (*mean score*) untuk pernyataan ini yaitu 3,37 yang termasuk dalam kategori tinggi (3,00 – 4,00).

Berdasarkan hasil rekapitulasi indikator pada variabel Persepsi Pesan *Netlingo* diatas, diketahui sebanyak 53% responden menyatakan setuju bahwa pada proses Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu, *netlingo* jelas untuk dikenali. Selanjutnya 53,7% responden menyatakan setuju bahwa pada proses Pengertian atau pemahaman terhadap objek, menggunakan *netlingo* mudah untuk dipahami. Berikutnya sebanyak 49,5% responden menyatakan setuju bahwa pada proses Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek, *netlingo* memberikan pengaruh pada komunikasi di whatsapp yaitu membuat obrolan menjadi lebih efektif. Hasil kriteria kategorisasi berdasarkan skor mean (rata – rata) variabel Y: Persepsi Pesan *Netlingo* dinyatakan ‘Tinggi’ karena skor rata-rata jawaban adalah sebesar 3,08 yang berada pada interval Sedang yaitu di antara 3,00 – 4,00.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		347
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.94643926
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.037
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Linieritas

Tabel 5 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_Persepsi Pesan	Between Groups	(Combined)	4609.433	13	354.572	22.437	.000
Netlingo *		Linearity	4483.125	1	4483.125	283.687	.000
X_Penggunaan_Netlingo		Deviation from Linearity	126.308	12	10.526	.666	.784
Within Groups			5262.429	333	15.803		
Total			9871.862	346			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui nilai Sig. sebesar $0.784 > 0,05$. Oleh karena itu disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Penggunaan *Netlingo* terhadap Persepsi Pesan *Netlingo*.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.106	.877		4.680
	Pengaruh Penggunaan Netlingo	-.062	.060	-.056	-1.034
					.302

a. Dependent Variable: Abs. RES

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

Nilai Sig. X sebesar $0.302 > 0.05$ yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Coefficients^a

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	21.529	1.513		14.231
	Total X	1.740	.103	.674	16.942
					.000

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

1. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi variabel X sebesar $0,000 < 0,05$, dan didapatkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($16,942 > 1,967$), maka menegaskan adanya pengaruh Penggunaan *Netlingo* terhadap Persepsi Pesan *Netlingo*. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. menandakan bahwa Penggunaan *Netlingo* memiliki pengaruh signifikan terhadap Persepsi Pesan *Netlingo* di WhatsApp pada Remaja di Kota Banjarmasin.

Sejalan dengan Walgito (2010) yang mengatakan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi seseorang berbeda antara satu dengan yang lainnya; Faktor-faktor tersebut diklasifikasikan menjadi dua, yaitu eksternal dan internal. Faktor eksternal meliputi intensitas rangsangan, frekuensi pengulangan, tingkat kebaruan atau familiaritas suatu objek, informasi yang diterima, serta pengetahuan dan latar belakang kebudayaan individu. Sementara itu, faktor internal mencakup aspek-aspek seperti pengalaman belajar, kondisi emosional, sikap, karakteristik individu, prasangka, serta harapan atau keinginan yang dimiliki oleh seseorang. Kesan

dalam persepsi oleh setiap pengguna media sosial baik bagi komunikator maupun komunikan dapat diperkuat dengan adanya kebiasaan yang sering dilakukan masing-masing pengguna.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

- 1) Konstanta sebesar 21,529: Jika nilai penggunaan *netlingo* adalah 0, maka persepsi pesan *netlingo* adalah 21,529.
- 2) Koefisien persepsi pesan *netlingo* sebesar 1,740: Setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan *netlingo* akan menyebabkan peningkatan sebesar 1,740 dalam persepsi pesan *netlingo*.

Dengan nilai positif ini, hasil menunjukkan adanya hubungan positif antara Penggunaan *Netlingo* dan Persepsi Pesan *Netlingo*, yang berarti semakin tinggi nilai Penggunaan *Netlingo*, semakin tinggi pula nilai Persepsi Pesan *Netlingo*. Dari persamaan tersebut koefisien Penggunaan *Netlingo* sebesar 1,740, mengindikasikan Penggunaan *Netlingo* berpengaruh positif terhadap Persepsi Pesan *Netlingo*. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak dan diperoleh hasil bahwa Penggunaan *Netlingo* (X) dalam hal ini Penggunaan *Netlingo* berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Pesan *Netlingo* (Y).

Selaras dengan Darjdowidjodjo (dalam Susanti, 2012) mengatakan bahwa penggunaan bahasa memiliki keterkaitan erat dengan penguasaan pengetahuan bahasa. Semakin tinggi pemahaman individu terhadap aspek komunikasi dalam berbahasa, maka semakin meningkat pula kemampuan memberi makna suatu kata/kalimat.

3. Analisis Determinasi

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Coefficients^a

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.454	.453	3.95215

a. Predictors: (Constant), Total X

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.0, 2025

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0,674, yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel-variabel yang diteliti. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,454. Angka koefisien determinasi (R Square) 0,454 atau dalam persentase 45,4% mengandung arti bahwa Penggunaan *Netlingo* mempengaruhi Persepsi Pesan *Netlingo* sebesar 45,4%.

Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi yang melibatkan penggunaan *netlingo* oleh remaja berpengaruh positif serta signifikan sehingga memiliki pengaruh dalam memunculkan persepsi pesan *netlingo* pada remaja di Banjarmasin sebagai pengguna Whatsapp sebagai media komunikasi. Sehingga

dapat disimpulkan hipotesis diterima yaitu: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan *Netlingo* terhadap Persepsi Pesan *Netlingo* pada remaja di Banjarmasin. Hasil penelitian ini memberikan kebaruan terhadap teori *Social Information Processing* (SIP) oleh Walther (1992), dengan menunjukkan bahwa penggantian elemen nonverbal secara digital tidak hanya bersifat lambat atau tidak langsung, tetapi telah berkembang menjadi bentuk komunikasi khusus yang disebut *netlingo*. Melalui penggunaan simbol, emotikon, singkatan, serta gaya penulisan khas internet, pengguna mampu menyampaikan emosi, nada bicara, hingga ekspresi diri secara langsung dan instan dalam komunikasi daring. Temuan ini menyempurnakan asumsi awal SIP yang menyatakan bahwa kompensasi terhadap hilangnya nonverbal membutuhkan waktu sebab *netlingo* memungkinkan kompensasi tersebut terjadi secara cepat dan efisien.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *Netlingo* memiliki nilai berdasarkan nilai T_{hitung} sebesar 16,942 > T_{tabel} sebesar 1,967 dengan tingkat Sig. sebesar $0.000 < 0.005$. Dengan demikian *Netlingo* yang terdiri dari lima indikator *Abbreviation*, *Acronymy*, *Phonetic Replacement*, *Com-pounding*, dan *Symbol Replacement* secara memiliki pengaruh signifikan terhadap Persepsi. Indikator yang mempengaruhi variabel penggunaan *netlingo* (X) antara lain adalah *abbreviation* (pemendekkan kata), *acronymy* (penyingkatan kata), *phonetic replacement* (penggantian kata dengan kata atau huruf), *com-pounding* (peleburan kata), dan *symbol replacement* (penggantian kata dengan simbol). Sementara itu, indikator yang mempengaruhi variabel persepsi pesan *netlingo* (Y) antara lain penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu, pengertian atau pemahaman terhadap objek, dan penilaian atau evaluasi individu terhadap objek individu.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari uji regresi sederhana, diperoleh nilai koefisien determinasi yang mengindikasikan bahwa Pengaruh Penggunaan *Netlingo* terhadap Persepsi Pesan *Netlingo* di kota Banjarmasin adalah sebesar 0,454 atau 45,4%. Sedangkan 54,6% lainnya diperkirakan dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Selain itu, nilai R sebesar 0,674 atau 6,74% berada pada interval 30% - 70% yang diinterpretasikan sebagai sedang. Oleh karena itu, hubungan antara Penggunaan *Netlingo* dan Persepsi Pesan *Netlingo* di kota Banjarmasin memiliki tingkat hubungan yang dinilai sedang.
3. Berdasarkan hasil persamaan regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 26, ditunjukkan bahwa $Y = 21.529 + 1.740X$. Artinya, konstanta sebesar 21.529 ini menunjukkan nilai konstan, di mana jika variabel persepsi pesan tidak dipengaruhi oleh variabel penggunaan *netlingo* (X) atau nilainya 0, maka Persepsi Pesan *Netlingo*

tetap bernilai 21.529. Nilai koefisien sebesar 1.740 bernilai positif, yang berarti jika pengaruh penggunaan *netlingo* (X) meningkat satu satuan, maka persepsi pesan (Y) meningkat sebesar 1.740.

4. Indikator *Symbol Replacement* pada variabel *netlingo* (X) memperoleh skor mean tertinggi yaitu 3,40 menunjukkan penggunaan *Netlingo* pada komunikasi dimana kata, kalimat, atau ekspresi digantikan oleh simbol/ disimbolkan lebih sering digunakan oleh remaja di Banjarmasin dibanding jenis *netlingo* yang lain, kesan yang didapatkan oleh responden sebagai pengguna WhatsApp adalah bahwa *Symbol Replacement* membuat obrolan terasa efektif. Sedangkan indikator dengan total skor tertinggi untuk variabel Persepsi Pesan *Netlingo* (Y) adalah Penyerapan terhadap rangsang/objek dari luar individu dengan skor rerata mean 3,22. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *netlingo* menumbuhkan persepsi yang tinggi dalam mengenali pesan yang memuat jenis-jenis *Netlingo*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Piki, M. S. (2020). Pengaruh Bahasa Prokem Terhadap Pembentukan Karakter Berbahasa Mahasiswa Dalam Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol. 3 No. 1.
- Ananda Wulandari, F. H. (2023). Bentuk Komunikasi Netlingo Dalam Pola Komunikasi Remaja . *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni (JISHS)*, Vol. 1 No. 2.
- Anggi Mayasari Violita Utama, M. T. (2015). Pergeseran Budaya Komunikasi Pada Era Media Baru (Studi Etnografi Virtual Penggunaan LINE oleh Digital Natives). *e-Proceeding of Management*, Vol. 2, No. 3, 4042.
- Annur, C. M. (2024, Januari 01). 10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet* di Indonesia (Januari 2024). *TEKNOLOGI & TELEKOMUNIKASI*.
- Ariq Bakhtiar, B. R. (2022). Efektivitas Penggunaan Emoji Dalam Komunikasi Digital. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, Vol. 01.
- Aspara, V. (Dec. 2017.). Hubungan Intensitas Menggunakan Media Sosial dan Persepsi Terhadap Bahasa Netlingo. *Interaksi Online*, vol. 6, no. 1.
- Ayun, P. Q. (2015). Penggunaan Instant Messenger dan Komunikasi Interpersonal Remaja. *Jurnal Ilmu Sosial* , Vol. 14, No. 2, Hal. 36-45.
- Danesi, M. (2008). *Popular Culture: Introductory Perspectives*. Lanham: MD: Rowman & Littlefield.
- Drs. Daryanto, D. M. (2016). *Teori komunikasi* . Yogyakarta: Gava Media.
- Fajar Herianto, S. R. (2020). *Analisis Penggunaan Netlingo Dalam Komunikasi Sehari-Hari (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Mahasiswa Komunikasi Uniska Banjarmasin)*. Banjarmasin: Repository Universitas Islam Kalimantan.
- Fauzi, R. (2017). Perubahan Budaya Komunikasi Pada Pengguna WhatsApp di Era Media Baru. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, Vol.1, No.1.
- Hardiyanto, R. (2015). *Faktor Penyebab Penggunaan Bahasa Gaul (Prokem) Pada Remaja (Studi pada Remaja di SMA Gajah Mada Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi Virtual : Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Reportal, D. (2024, Februari 21). DIGITAL 2024: INDONESIA. *digital devices and services*.
- Sinambela, L. P. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- we are social. (2024, Januari 31). DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS. *Special Reports*.