



ANALISIS STRUKTUR KALIMAT DALAM KONTEN AKUN INSTAGRAM @kata.cerdas (KAJIAN SINTAKSIS BAHAS INDONESIA)

Wildan Aldiansyah¹, Irnawati Dewi Agustina Laja², Linda³

Alamat e-mail: wildanaldiansyah531@gmail.com

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Universitas Siliwangi

Submit: 13-05-2025, Revisi: 27-05-2025, Terbit 11-06-2025

DOI: 10.30739/peneroka.v5i1.3842

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis struktur dan fungsi kalimat dalam caption Instagram @kata.cerdas menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Fokusnya pada identifikasi jenis kalimat tunggal, majemuk setara, dan majemuk bertingkat serta unsur sintaksis seperti subjek, predikat, objek, pelengkap, dan keterangan yang digunakan untuk menyampaikan pesan motivasional secara efektif. Data dikumpulkan secara purposive dari caption yang diunggah selama 2023–2024, dengan tema beragam seperti refleksi kehidupan, motivasi, dan kutipan inspiratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur kalimat yang digunakan memiliki karakteristik unik yang menonjolkan kejelasan, kedekatan emosional, serta efektivitas komunikasi. Kalimat majemuk bertingkat dominan digunakan untuk menyampaikan pesan reflektif, sedangkan kalimat tunggal lebih cocok untuk afirmasi singkat. Penelitian ini memperkaya kajian linguistik digital dan menawarkan model komunikasi yang relevan bagi kreator konten motivasi. Media sosial diposisikan bukan sekadar ruang visual, melainkan wahana strategis untuk membangun interaksi personal melalui pilihan bahasa yang tepat. Oleh karena itu, pemilihan struktur kalimat berperan penting dalam meningkatkan daya tarik pesan dan keterlibatan audiens dalam komunikasi digital yang dinamis dan interaktif.

Kata Kunci: Struktur kalimat, Instagram, sintaksis, komunikasi digital

Abstract

This study aims to analyze the sentence structure and function found in Instagram captions of the @kata.cerdas account using a descriptive qualitative approach. The main focus is identifying sentence types simple, compound, and complex as well as syntactic elements such as subject, predicate, object, complement, and adverbial, which are used to convey motivational messages effectively. Data were purposively collected from captions posted between 2023 and 2024, covering various themes such as life reflection, motivation, and inspirational quotes. The findings reveal that the sentence structures used exhibit unique characteristics that highlight clarity, emotional closeness, and high communicative effectiveness. Complex sentences are predominantly used to deliver reflective messages, while simple sentences are preferred for short affirmations. This study contributes to digital linguistic studies and offers an effective communication model that can be

adopted by motivational content creators. Social media is positioned not merely as a visual platform but as a strategic space for building personal interaction through appropriate language choices. Therefore, selecting the right sentence structure plays a crucial role in enhancing message appeal and increasing audience engagement in dynamic and interactive digital communication.

Keywords: *Sentence Structure, Instagram, syntax, digital communication*

Pendahuluan

Transformasi teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi manusia secara signifikan, terutama dalam penggunaan bahasa di media sosial. Instagram, sebagaimana dijelaskan oleh Paramita (2020), tidak lagi hanya berfungsi sebagai platform berbagi visual, melainkan juga menjadi media penyampaian pesan yang singkat, persuasif, dan penuh makna. Perkembangan ini menuntut kajian sintaksis yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana kaidah bahasa Indonesia tetap dipertahankan di tengah efisiensi komunikasi digital. Penelitian ini memfokuskan pada konten motivasional dari akun Instagram @kata.cerdas yang dipilih karena konsistensinya dalam menyampaikan teks reflektif dengan gaya komunikatif. Kajian ini tidak hanya mengulas struktur kalimat berdasarkan unsur sintaksis seperti subjek, predikat, objek, dan keterangan, tetapi juga mengidentifikasi jenis kalimat tunggal dan majemuk serta mengeksplorasi fungsi komunikatifnya dalam menciptakan relasi emosional dengan pembaca.

Meskipun sudah ada sejumlah penelitian yang memberikan dasar teoretis, masih terdapat celah akademis yang belum terisi secara menyeluruh. Fauziah (2021) menyoroti Instagram sebagai media berbagi pemikiran melalui teks padat, namun studi mendalam terkait struktur sintaksis, khususnya pola SPOK, masih terbatas. Lestari (2025) menegaskan pentingnya kajian sintaksis untuk menjaga konsistensi bahasa Indonesia, tetapi belum mengupas secara mendalam dinamika penggunaan bahasa kolokial dan metaforis yang sering muncul di media sosial. Nugroho (2024) telah membahas peran budaya populer dalam bahasa Instagram, namun aspek sintaksis seperti variasi kalimat dan efek persuasifnya belum menjadi fokus utama. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menjembatani kekurangan tersebut dengan pendekatan yang menggabungkan analisis struktural, tipologis, dan fungsional dalam satu kerangka kajian.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga hal utama. Pertama, pendekatan sintaksis yang mengintegrasikan struktur formal berdasarkan PUEBI dengan kreativitas berbahasa generasi muda, seperti penggunaan diksi populer dan metafora, yang terlihat dalam konten @kata.cerdas. Kedua, eksplorasi fungsi kalimat tidak hanya sebagai pembentuk makna,

tetapi juga sebagai alat membangun kedekatan emosional dengan audiens lintas generasi, yang jarang dibahas sebelumnya. Ketiga, penyatuan perspektif budaya populer ke dalam kajian sintaksis untuk menunjukkan bagaimana struktur kalimat beradaptasi dengan tren komunikasi digital tanpa mengabaikan norma kebahasaan.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi secara mendasar. Media sosial kini bukan hanya tempat berinteraksi, tetapi menjadi platform kompleks untuk pertukaran informasi, ekspresi diri, dan pembentukan makna melalui bahasa. Shafira (2021) menyatakan Instagram yang awalnya fokus pada elemen visual kini menjadi alat menyampaikan ide melalui teks singkat, menarik, dan persuasif. Instagram menggabungkan elemen visual estetis dan teks ringkas, menciptakan ruang hibrida yang menghubungkan bahasa formal dengan komunikasi informal yang dipengaruhi tren budaya pop. Putikadyanto (2021) menilai Instagram sebagai medium eksplorasi hubungan antara bahasa, visual, dan identitas generasi muda. Teks singkat yang diunggah tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menjalin hubungan emosional dengan audiens, dengan bahasa yang cenderung informal dan sering menggunakan bahasa gaul (Laili, 2021).

Pergeseran fungsi Instagram sebagai media berbahasa terkait tuntutan efisiensi komunikasi era digital. Nababan (2024) menyatakan keterbatasan ruang dan waktu di platform digital mendorong pengguna mengoptimalkan struktur kalimat sambil tetap menjaga kesesuaian kaidah bahasa. Kreativitas bahasa tumbuh subur melalui penggunaan metafora, diksi populer, dan bentuk kolokial yang sesuai selera dan preferensi khalayak muda. Trismanto (2016) menegaskan struktur sintaksis dasar subjek, predikat, objek, pelengkap, dan keterangan masih menjadi fondasi penting membangun kalimat efektif di media sosial. Temuan Putri (2020) mendukung hal ini, di mana konten dengan keterlibatan tinggi memadukan kepatuhan norma bahasa dengan gaya penulisan personal dan dinamis.

Meski demikian, kajian terdahulu masih terbatas menguraikan bagaimana struktur sintaksis bertransformasi di tengah karakteristik unik Instagram yang mengutamakan visualisasi dan interaktivitas. Sebagian besar penelitian fokus pada platform berbasis teks panjang seperti blog atau artikel daring, sementara analisis platform dengan teks singkat dan visual seperti Instagram masih jarang. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji bagaimana Instagram sebagai ruang komunikasi multimodal memengaruhi struktur, jenis, dan fungsi kalimat, terutama dalam konten motivasional akun @kata.cerdas yang merepresentasikan gaya bahasa generasi muda Indonesia.

Sintaksis sebagai cabang linguistik fokus pada bagaimana kata disusun membentuk kalimat bermakna. Ramlan (dalam Rumilah, 2021) menyatakan ruang lingkup sintaksis mencakup frasa, klausa, kalimat, dan wacana. Dengan memahami sintaksis, dapat diidentifikasi unsur utama kalimat seperti subjek (S), predikat (P), objek (O), pelengkap (Pel), dan keterangan (Ket), serta hubungan antarunsur dalam membentuk pesan utuh. Chaer (2014) menjelaskan kalimat sebagai rangkaian kata yang sistematis menyampaikan gagasan utuh, ditandai dengan huruf kapital di awal dan tanda baca di akhir dalam tulisan, serta intonasi dan jeda dalam lisan. Alwi (2017) menyebut kalimat satuan bahasa terkecil yang bisa mengungkapkan pikiran lengkap secara lisan maupun tulisan.

Struktur kalimat Indonesia minimal terdiri dari kombinasi subjek dan predikat, dengan objek, pelengkap, dan keterangan sebagai pelengkap tambahan. Kompleksitas struktur kalimat bervariasi, namun pola sintaksis yang teratur menjadi dasar makna jelas. Muliana (2021) dan Kridalaksana (dalam Saragi, 2024) menekankan pentingnya unsur tersebut dalam menyampaikan pesan utuh dan mencegah ambiguitas. Trismanto (2018) menegaskan hilangnya unsur utama seperti subjek atau predikat dapat menyebabkan miskomunikasi. Dari perspektif fungsional, Halliday (dalam Butler, 2022) menekankan struktur kalimat dipengaruhi tujuan komunikasi, seperti menyampaikan informasi, membangun relasi interpersonal, atau mengatur alur wacana. Dalam media sosial, struktur kalimat diadaptasi agar sesuai karakteristik platform dan audiens. Bentuk kalimat tidak konvensional seperti elipsis atau pembalikan urutan kata digunakan untuk menciptakan kesan dramatik atau memperkuat daya tarik pesan. Ramadhan (2020) dan Asriadi (2020) mencatat pilihan struktur dan gaya bahasa dalam komunikasi digital diarahkan membangun kedekatan emosional meski tetap jelas dan efektif.

Di era media sosial, kalimat disusun strategis untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan cepat. Pola kalimat sederhana seperti subjek-predikat-objek sering digunakan agar mudah dipahami. Konten motivasional di Instagram cenderung memakai bentuk imperatif dan interogatif retoris guna memperkuat keterlibatan emosional pembaca, sebagaimana ditunjukkan Rhamadany (2023). Kalimat tunggal dan majemuk menjadi bentuk dasar dengan perbedaan struktur dan tingkat kompleksitas makna. Putrayasa (dalam Wahyuni, 2019) menyatakan kalimat tunggal tersusun atas satu klausa inti dengan unsur subjek dan predikat, dapat dilengkapi objek, pelengkap, atau keterangan. Kalimat majemuk terdiri dari dua klausa atau lebih yang dihubungkan secara setara (koordinatif) atau

bertingkat (subordinatif), menyampaikan relasi makna kompleks (Saputra, 2025). Kedua bentuk ini strategis dalam komunikasi digital seperti Instagram yang menekankan efektivitas penyampaian pesan dengan ruang teks terbatas tanpa mengabaikan kedalaman makna.

Platform seperti Instagram lebih mendukung kalimat tunggal karena padat dan efisien. Contoh dari akun @kata.cerdas seperti “*Waktumu itu berharga. Valuemu itu tinggi. Energimu itu mahal.*” menunjukkan struktur S-P yang langsung dan mudah dipahami. Namun, kalimat majemuk juga digunakan untuk memperjelas argumen panjang atau menyampaikan hubungan kausalitas, misalnya “Bisa jadi yang bikin capek adalah perasaan sendiri yang pengen punya langkah yang sama kayak manusia lainnya, padahal aslinya ngerti kemampuannya udah jelas beda.” Konjungsi “padahal” membangun suasana reflektif dan memperkuat kedekatan emosional dengan audiens. Riady (2024) mencatat generasi muda mengeksplorasi kreativitas bahasa dengan menggabungkan kalimat tunggal dan majemuk serta menyisipkan metafora dan diksi populer. Kajian mengenai perbandingan fungsi kalimat tunggal dan majemuk di media sosial berbasis visual masih minim karena fokus penelitian lebih banyak pada teks formal seperti artikel dan cerpen.

Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan menganalisis kecenderungan penggunaan kalimat tunggal dan majemuk pada konten @kata.cerdas. Temuan ini memperluas kajian Nina (2021) yang mengungkap bahwa pemilihan jenis kalimat tidak hanya dipengaruhi efisiensi, tetapi juga oleh strategi retorik untuk menggerakkan perasaan pembaca. Fungsi kalimat dalam konteks ini mencakup menyampaikan motivasi, membangun empati, dan menciptakan ruang dialog internal dengan pembaca. Perpaduan struktur sintaksis dan fungsi komunikatif ini menunjukkan bagaimana bahasa formal dan nonformal bersinergi menciptakan pesan yang efektif dan menyentuh di media sosial. Hasil analisis juga menjadi landasan bagi pengembangan pedagogi bahasa Indonesia yang relevan dengan realitas digital generasi muda dan upaya menjaga bahasa Indonesia tetap hidup dan berkembang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang didasarkan pada teori deskriptif kualitatif sebagaimana dikemukakan oleh Waruwu (2024), yang menekankan pada penggambaran secara sistematis dan mendalam terhadap fenomena bahasa dalam konteks alami tanpa melakukan manipulasi data. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan karakteristik kebahasaan dalam teks caption Instagram akun

@kata.cerdas secara rinci, dengan fokus pada struktur dan fungsi kalimat yang muncul dalam komunikasi digital. Pendekatan deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi unsur-unsur sintaksis seperti subjek, predikat, objek, pelengkap, dan keterangan, serta jenis struktur kalimat kalimat tunggal, majemuk setara, dan majemuk bertingkat serta menelaah fungsi komunikatif kalimat untuk mengungkap bagaimana bentuk kalimat mendukung tujuan komunikasi secara kontekstual.

Pengumpulan data dilakukan dengan memilih teks caption dari unggahan akun Instagram @kata.cerdas yang dipublikasikan antara tahun 2023 hingga 2024. Dari setiap tahun, dipilih secara acak tiga konten yang memenuhi kriteria, yakni caption yang menonjolkan teks sebagai elemen utama, bukan sekadar pelengkap visual; memiliki variasi tema seperti motivasi, refleksi kehidupan, dan kutipan inspiratif untuk memastikan keberagaman struktur kalimat; serta memuat kalimat utuh dengan unsur minimal subjek dan predikat agar layak dianalisis secara sintaksis. Teknik purposive sampling ini dipilih agar data yang diperoleh relevan dan representatif terhadap tujuan penelitian yang berfokus pada kajian kebahasaan.

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara sistematis melalui tiga tahap utama yang diperkaya pendekatan teoritis. Tahap pertama adalah identifikasi unsur kalimat (subjek, predikat, objek, pelengkap, keterangan) dengan teknik *open coding* berdasarkan analisis konten kualitatif (Ahmadi, 2014). Tahap kedua melibatkan klasifikasi struktur kalimat (tunggal, majemuk setara, majemuk bertingkat) yang diperkuat dengan analisis wacana kritis untuk menggali nilai sosial yang tersirat. Tahap ketiga menganalisis fungsi komunikatif melalui pendekatan naratif, guna mengungkap strategi persuasi dalam konten motivasi. Seluruh proses dianalisis dengan prinsip analisis konversasional untuk memahami pola tuturan khas media sosial. Validitas data dijaga melalui triangulasi metode, *member checking*, dan *audit trail*, sehingga meskipun temuan bersifat kontekstual untuk akun @kata.cerdas, interpretasi tetap mendalam dan minim bias (Susanto, 2023).

Pembahasan

Bagian ini menyajikan temuan-temuan dari analisis struktur sintaksis pada konten Instagram akun @kata.cerdas, yang diperoleh berdasarkan data unggahan selama periode tahun 2023 hingga 2025. Analisis difokuskan pada identifikasi struktur kalimat, jenis

kalimat, serta peninjauan fungsi komunikatif dari setiap bentuk kalimat yang digunakan dalam caption.

A. Konten Tahun 2023

1. Konten 1

Salah satu contoh kalimat yang dianalisis dalam penelitian ini adalah kutipan: "*Jadi baik itu tidak ada ruginya, kamu berbuat baik kepada orang yang baik itu bagus, tapi lebih baik lagi dan mulia jika kamu masih berbuat baik kepada orang yang tidak baik kepadamu tapi kamu masih berbuat baik kepadanya.*"

Kalimat di atas merupakan kalimat majemuk campuran yang terdiri dari beberapa klausa independen dan dependen.

a. Klausa 1 (Independen)

Jadi baik itu tidak ada ruginya,

S P

Klausa tersebut dapat dikatakan sebagai klausa independen karena dapat berdiri sendiri menjadi kalimat tunggal dan sudah memenuhi syarat kalimat yaitu dengan minimal subjek dan predikat.

b. Klausa 2 (Independen)

kamu berbuat baik kepada orang yang baik itu bagus

S P Pel

Klausa tersebut dapat dikatakan sebagai klausa independen karena dapat berdiri sendiri menjadi kalimat tunggal dan sudah memenuhi syarat kalimat yaitu dengan minimal subjek dan predikat.

c. Klausa 3 (Campuran)

tapi kamu lebih baik lagi dan mulia (frasa
(implisit) sejajar)

konjungsi S P

*jika kamu masih berbuat kepada orang yang tidak baik
baik kepadamu*

konjungsi S P O

Klausa tersebut dapat dikatakan sebagai klausa campuran karena pada contoh yang pertama, klausa tersebut dapat berdiri sendiri sebagai kalimat dan memiliki makna utuh di dalamnya. Sedangkan contoh yang kedua, klausa tersebut termasuk ke dalam klausa

dependen atau harus terikat dengan klausa sebelumnya atau sering disebut klausa bertingkat yang ditandai dengan konjungsi *jika*.

d. Klausa 4 (Independen)

tapi kamu masih berbuat baik kepadanya

konjungsi S P Pel

Klausa tersebut dapat dikatakan sebagai klausa independen karena dapat berdiri sendiri menjadi kalimat tunggal dan sudah memenuhi syarat kalimat yaitu dengan minimal subjek dan predikat.

Secara komunikatif, struktur kalimat ini digunakan untuk tujuan persuasif, yakni mendorong pembaca agar tetap berbuat baik tanpa memandang sikap orang lain terhadap dirinya, mencerminkan nilai moral yang tinggi dan universal dalam komunikasi motivasional.

2. Konten 2

Salah satu contoh kalimat yang dianalisis dalam penelitian ini adalah kutipan: "*Bisa jadi yang bikin capek adalah perasaan sendiri yang pengen punya langkah yang sama kayak manusia lainnya, padahal aslinya ngerti kemampuannya udah jelas beda.*"

Kalimat di atas merupakan kalimat majemuk campuran yaitu gabungan dari klausa independen dan dependen.

a. Klausa 1 (Campuran)

Bisa jadi yang bikin capek adalah perasaan sendiri

konjungsi S P

Klausa tersebut dapat dikatakan sebagai klausa independen karena dapat berdiri sendiri menjadi kalimat tunggal dan sudah memenuhi syarat kalimat yaitu dengan minimal subjek dan predikat. Namun ada klausa relatif terikat dan komparatif setelah klausa independen di atas. Analisisnya sebagai berikut.

yang pengen punya langkah yang sama kayak manusia lainnya (komparatif)

S P

b. Klausa 2 (Independen)

padahal aslinya kamu (implisit) ngerti kemampuannya udah jelas beda

konjungsi Ket S P O (komplemen)

Konjungsi "padahal" berfungsi sebagai penanda hubungan pertentangan antarklausa, yang mengisyaratkan bahwa terdapat hal yang tidak sesuai antara yang diketahui dengan yang dilakukan. Kata "*aslinya*" berperan sebagai keterangan, tepatnya adverbial yang menyiratkan realitas atau keadaan sebenarnya. Subjek dalam kalimat ini bersifat implisit, yakni tidak disebutkan secara langsung, tetapi bisa diasumsikan sebagai "*kamu*" atau "*dia*", tergantung pada konteks pembicaraan. Selanjutnya, "*ngerti*" adalah predikat yang berupa verba atau kata kerja yang menyatakan pemahaman atau kesadaran terhadap suatu hal. Sementara itu, bagian "*kemampuannya udah jelas beda*" berfungsi sebagai komplemen dari predikat "*ngerti*". Komplemen ini berupa klausa dependen yang menjadi objek pemahaman, menjelaskan apa yang dimengerti oleh subjek.

Tujuan komunikatif dari struktur ini bersifat **reflektif**, yakni mengajak pembaca untuk mengevaluasi kembali sikap membandingkan diri dengan orang lain yang sering kali melelahkan secara batiniah.

3. Konten 3

Salah satu contoh kalimat yang dianalisis adalah kutipan: "*Waktumu itu berharga. Valuemu itu tinggi. Energimu itu mahal.*"

Kalimat di atas termasuk dalam kalimat tunggal, yang disusun dengan pola subjek dan pelengkap (S–P). Dikatakan sebagai kalimat tunggal karena kalimat tersebut berdiri tanpa adanya klausa di dalamnya.

a. Kalimat 1

Waktumu itu berharga

S P

b. Kalimat 2

Valuemu itu tinggi

S P

c. Kalimat 3

Energimu itu mahal

S P

Setiap kalimat menyampaikan makna yang berdiri sendiri namun saling menguatkan secara makna. Subjek kalimat-kalimat tersebut adalah "*waktumu itu*", "*valuemu itu*", dan "*energimu itu*", dengan predikat masing-masing adalah "*berharga*", "*tinggi*", dan "*mahal*".

Klausa pertama, "*Kenapa ya overthinking selalu dianggap salah?*" berfungsi sebagai pertanyaan retorik yang mengungkapkan rasa ingin tahu dan sedikit keheranan. Dalam klausa ini, subjeknya adalah "overthinking", predikatnya adalah "selalu dianggap salah", dan keterangan tambahan "Kenapa" dan "Ya" memberikan nuansa emosional dan menunjukkan kata tanya penyebab.

S **P** **Ket. Pelengkap**

Konjungsi	S	P	Ket. Tambahan
-----------	---	---	---------------

<i>Lebih baik</i>	<i>Jangan terlalu dipikirin</i>	<i>kadang</i>	<i>Biar hidup nggak makin ribet</i>
P	Pel	Ket. Waktu	Ket. Tujuan

Tujuan komunikatif kalimat ini adalah untuk menggugah pembaca agar merenung tentang kecenderungan berpikir berlebihan yang terkadang tidak memberikan dampak positif, dan menyarankan agar kita mengurangi pemikiran yang berlarut-larut agar hidup menjadi lebih mudah.

3. Konten 3

Kutipan yang dianalisis dalam konten ini adalah, "*Orang ngiranya gue bodoh, polos, gak tau apa-apa, gampang diboongin. Padahal mah gue tau semuanya, Cuma ya gue mager aja nanggepin drama gak penting.*" Kalimat ini terdiri dari dua klausa yang menunjukkan pertentangan antara pandangan orang lain terhadap pembicara dan kenyataan yang ada. Klausa pertama, "*Orang ngiranya gue bodoh, polos, gak tau apa-apa, gampang diboongin,*" memiliki subjek "orang", predikat "ngiranya", dan objek yang mencakup beberapa predikat yaitu "gue bodoh", "polos", "gak tau apa-apa", dan "gampang diboongin". Klausa ini menggambarkan anggapan orang terhadap pembicara yang menganggapnya kurang pintar atau mudah dibohongi.

a. Klausa 1 (Dependen)

<i>orang</i>	<i>ngiranya</i>	<i>Gue bodoh, polos, gak tau apa-apa dan gampang diboongin</i>
S	P	O

Klausa kedua, "*Padahal mah gue tau semuanya, cuma ya gue mager aja nanggepin drama gak penting,*" terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama, "*Padahal mah gue tau semuanya,*" menyatakan kenyataan yang berlawanan dengan klausa pertama, dengan subjek "gue", predikat "tau", dan objek "semuanya", yang menunjukkan bahwa pembicara sebenarnya mengetahui segalanya. Bagian kedua, "*Cuma ya gue mager aja nanggepin drama gak penting,*" memiliki subjek "gue", predikat "mager", dan objek "nanggepin drama gak penting", yang menggambarkan sikap pembicara yang lebih memilih untuk tidak terlibat dalam hal-hal yang dianggapnya tidak penting.

b. Klausa 2 (Independen)

<i>gue</i>	<i>tau</i>	<i>semuanya</i>
S	P	O

c. Klausa 3 (Dependen)

<i>gue</i>	<i>mager</i>	<i>nanggepin drama ga penting</i>
S	P	O

Tujuan komunikatif kalimat ini adalah untuk menegaskan bahwa meskipun orang lain mungkin memandangnya sebagai orang yang tidak tahu banyak, pembicara lebih memilih untuk tidak terlibat dalam drama yang tidak bermanfaat.

Simpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa konten Instagram @kata.cerdas menunjukkan pola bahasa khas dalam menyampaikan pesan motivasi. Analisis sintaksis memperlihatkan dominasi kalimat majemuk bertingkat yang efektif dalam menyampaikan argumen kompleks secara ringkas, seperti dalam kalimat “Kadang kita terlalu pusing mikirin dunia, sampai kita lupa kalau kita lagi ngantri buat ninggalin dunia.” Meskipun menggunakan gaya kolokial dan informal, seluruh kalimat tetap mengandung unsur sintaksis dasar (subjek dan predikat). Struktur kalimat terbukti berhubungan erat dengan fungsi komunikatif: kalimat majemuk bertingkat umumnya bersifat persuasif-reflektif, sedangkan kalimat tunggal digunakan untuk pesan afirmatif dan ekspresif. Pola bahasa ini mencerminkan adaptasi kreatif sintaksis bahasa Indonesia di ruang digital, di mana kaidah baku dipadukan dengan gaya tutur sehari-hari guna menciptakan kedekatan dengan audiens muda. Hasil penelitian tidak hanya memperkaya kajian linguistik digital, tetapi juga menawarkan model komunikasi efektif yang dapat diadopsi oleh kreator konten motivasi lainnya dalam menyampaikan pesan inspiratif di media sosial secara relevan dan menarik.

Daftar Rujukan

- Ahmadi, R., & Rose, K. R. (2014). Metodologi penelitian kualitatif.
- Alwi, Hasan. Dkk. (2017). Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka
- Bahtiar, Ahmad dan Fatimah. (2014). Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi. Bogor: In Media.
- Asriadi. (2020). Komunikasi Efektif Dalam Organisasi. Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, 39.
- Butler, C. S. (2022). Systemic functional grammar. In *Handbook of Pragmatics: Manual. Second edition* (pp. 1364-1370). John Benjamins Publishing Company.
- Chaer, Abdul. (2014). Linguistik Umum. Jakarta: Rineka Cipta KBBI, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ambigu>

- Fauziah, I. (2021). Pembelajaran menulis teks deskripsi menggunakan media sosial Instagram.
- Fitriana, S., Oktaviani, N. A., Setiawati, A., Safitri, D. L., Purwo, A., Utomo, Y., & Kesuma, R. G. (2023). Analisis Kalimat Tidak Efektif pada Buku Panduan Capaian Pembelajaran Elemen Jati Diri untuk Pengajar PAUD. 1(2), 173–189. <https://doi.org/10.54066/jupendis-itb.v1i2.295>
- Laili, R. K. (2021). Fenomena bahasa gaul sebagai kreativitas linguistik dalam media sosial Instagram pada era milenial. *Jurnal PENEROKA: Kajian Ilmu Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(01), 69-89.
- Lestari, M. P., Muna, A. F., Permatasari, A. L., Khansa'Khoirunnisa, O., & Darmuki, A. (2025). Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis dalam Berita Wajah Baru Cafe Susu Moeria di Kudus. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 12(1).
- Maharani, A. I., Novitasari, A., Putri, A., Ayu, R., Fatikha, R. A., Purwo, A., & Utomo, Y. (2023). Analisis Kesalahan Sintaksis pada Teks Resensi Berjudul Petualangan Bocah di Zaman Jepang sebagai Materi Pengayaan Siswa SMA (Vol. 2, Issue 4). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/majemuk>
- Muliana, H., & Dahlan, M. (2021). Struktur Fungsional pada Pribahasa Indonesia Tinjauan Sintaksis. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 7(2), 574-589.
- Nababan, W. R., Rahmadani, N., Tamba, W. O. V., & Nst, T. K. H. (2024). Tantangan Bahasa Di Era Digital Terhadap Kesalahan Berbahasa Dalam Komunikasi Media Sosial. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3).
- Nina, N., Ratnasari, A., & Fakhrunnisa, R. (2021). Analisis kalimat persuasif pada iklan penerimaan mahasiswa baru di STKIP Muhammadiyah Bogor untuk meningkatkan minat calon mahasiswa 2020/2021 pada masa pandemik covid-19. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 57-62.
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif@ tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 5(3), 3158-3169.
- Paramita, E. P., Yoniatini, D. M., & Utama, I. M. P. (2022). Analisis Kalimat Persuasif dalam Strategi Komunikasi Penjualan Online pada Media Sosial Instagram (IG). *Jurnal Ilmiah Telaah*, 7(1), 11-19.

- Putikadyanto, A. P. A., Adriana, I., & Efendi, A. N. (2021, December). Presentation culture in the digital age: online identity representation on social media. In *International Congress of Indonesian Linguistics Society (KIMLI 2021)* (pp. 45-49). Atlantis Press
- Putri, I. R. R., Us'ariasih, J., Sari, F. R. D., Hakiki, F. S., Utomo, A. P. Y., & Astuti, R. W. (2024). Analisis Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis dalam Teks Deskripsi Buku Bahasa Indonesia Kelas VII Kurikulum Merdeka. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(2), 45-72.
- Putri, W. R. (2020). Withdrawn: Penggunaan Bahasa di Media Sosial
- Ramadhan, Y. (2020). DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL FACEBOOK KOMUNITAS PEDULI SKIZOFRENIA INDONESIA.
- Rhamadany, Y., Lanta, J., & Aswadi, A. (2023). Bahasa Persuasif dalam Iklan Bisnis Online di Media Sosial. *Cakrawala Indonesia*, 8(1), 87-91.
- Riady, R.A., Rahma, N.Y., & Ramadhan, B.F. (2024). Bahasaku Bahasamu: Eksplorasi Bahasa Anak Muda Zaman Now. *Jurnal Yudistira : Publikasi Riset Ilmu Pendidikan dan Bahasa*
- Rumilah, S. (2021). Sintaksis Pengantar Kemahiran Berbahasa Indonesia.
- Saputra, G. A. W., Simanjuntak, V. H. M., Fazalani, R., & Sucipta, I. M. D. (2025). Peran Konjungsi Dalam Kalimat Majemuk Bahasa Indonesia. *SPHOTA: Jurnal Linguistik dan Sastra*, 17(1), 79-93.
- Saragi, C. N. (2024). Pengantar Linguistik. *Pengantar Linguistik: Teori, Konsep dan Penerapan*, 29.
- Shafira, Z., & Wulandari, C. (2021). FENOMENA PERGESERAN FUNGSI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (STUDI PADA AKUN@ BROKEBUTCOOL_). *JURNAL BADATI*, 3(2), 44-54.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Trismanto, T. (2016). Kalimat efektif dalam berkomunikasi. *Bangun Rekaprima*, 2(1), 3-40.
- Wahyuni, R. T. (2019). *Analisis Pola, Fungsi, Kategori, dan Peran Sintaksis pada Kalimat Tunggal dalam Surat Kabar Harian Kompas serta Relevansinya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP* (Doctoral dissertation, IKIP PGRI BOJONEGORO).

Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198-211.