

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Mobile Site*

Mobile site adalah sebuah *web* yang dirancang untuk dapat diakses dan ditampilkan dengan baik. Umumnya *mobile site* memiliki layar lebih kecil, seperti *smartphone*. Sebagian besar internet yang digunakan sekarang menggunakan media *smartphone*. Sehingga kebutuhan *layout* layar kecil semakin meningkat. Hal ini meliputi penyesuaian tata letak, tipografi, tampilan visualisasi, dan navigasi. Sehingga pengguna dapat menggunakannya dengan mudah dan melalui layar sentuh seperti media *browser* melalui riset (Codica, 2020).

2.1.1 Fungsi *Mobile Site*

Fungsi dasar *mobile site* adalah untuk memudahkan akses informasi dan layanan secara lebih praktis dan fleksibel. Berikut merupakan fungsi utama dari *mobile site* antara lain,

1. Media Edukasi Interaktif

Melalui penelitian (Kriel, 2025), fungsi utama dari *mobile site* adalah untuk memberikan konten-konten pada *mobile site*. Diperlukannya penjelasan definisi, contoh yang sesuai, sejarah, dan ataupun informasi lain yang mendukung kelengkapan konten tersebut. Sehingga pengguna dapat mengakses berbagai informasi dan menerima edukasi dengan fitur-fitur interaktif di *mobile site*.

2. Sumber Informasi Terstruktur

Menurut (Nasrullah et al., 2024), penjelasan mengenai istilah-istilah bahasa gaul yang diterapkan pada *mobile site* memerlukan kejelasan data dan struktur penjabaran bahasa yang lengkap. Sehingga, *mobile site* yang dirancang diharapkan bisa menjadi solusi bagi Generasi Alpha. Dengan demikian, informasi-informasi yang telah tertera pada *mobile site* yang dirancang dapat memiliki struktur baik sehingga pengguna paham ketika mengakses informasi dengan baik dan benar.

3. Meningkatkan Pemahaman Pengguna

Dengan adanya *mobile site* yang dirancang, diharapkan dapat membantu mengedukasi Generasi Alpha. Melalui riset (Sofyaningrum & Putri, 2024), pentingnya kemampuan untuk membedakan konteks diperlukan agar komunikasi yang terjalin dapat berkualitas dan efektif

4. Platform Edukasi Bahasa Gaul

Menurut penelitian Cabello et al., 2021; Wahyono et al., 2024), edukasi yang dapat meningkatkan motivasi dan ketertarikan belajar pada siswa-siswa terdapat pada fitur gamifikasi. Sehingga fungsi *mobile site* yang bertujuan untuk mengedukasi memerlukan fitur gamifikasi.

Secara kesimpulan, perancangan *mobile site* diperlukan untuk memenuhi kebutuhan target perancangan. Pemahaman mengenai fitur-fitur dan informasi *mobile site* dibutuhkan, agar dapat mengatasi permasalahan Generasi Alpha mengenai penggunaan bahasa gaul.

2.1.2 Klasifikasi *Website*

Pada dasarnya, klasifikasi-klasifikasi *mobile site* meliputi fungsi dan tujuannya yang berguna untuk menjadi solusi bagi kebutuhan target perancangan. Sehingga berikut merupakan penjabarannya.

1. *Mobile Site* Edukatif

Melalui pendekatan (Sulthon, 2023) klasifikasi pertama berupa *mobile site* yang bertujuan untuk memberikan edukasi dan informasi kepada pengguna, sehingga diperlukannya fitur-fitur yang mendukung proses pembelajaran sehingga dapat terpenuhi. Fitur-fitur yang dibutuhkan meliputi fitur-fitur yang dapat membuat murid merasa termotivasi dan tertarik.

2. *Mobile Site* Informatif

Melalui penelitian (Team EMB, 2023) berbeda dengan *mobile site* edukatif, *mobile site* informatif lebih didasari pada isi ataupun konten yang dihadirkan. Sehingga pengguna dapat mengakses informasi yang tertera tanpa adanya fitur-fitur khusus pembelajaran.

3. *Mobile Site* Interaktif

Mobile site interaktif melalui (Raw.Studio, 2024) adalah *mobile site* yang memiliki Interaktivitas tinggi dengan elemen-elemen yang memiliki tampilan visual interaktif tinggi. Sehingga pengguna dapat berinteraksi dengan konten-konten yang dihadirkan pada *mobile site*.

4. *Mobile Site* Responsif

Menurut (MediaPlus Digital, 2025), pada umumnya *mobile site* dirancang agar bersifat responsif, sehingga pengguna yang memberikan *input* terhadap konten. Dapat menerima *feedback*. Fitur-fitur yang dapat memberikan respon terhadap pengguna juga memiliki interaktivitas yang tinggi.

2.1.3 Elemen Desain

Elemen-elemen desain yang dihadirkan pada *mobile site* membentuk sebuah kesatuan desain yang dirancang dan dikhususkan bagi target perancangan. Sehingga, berikut merupakan penjelasan dari elemen desain.

1. *Mobile Layout*

Menurut (Oyibo, 2020), *layout* membantu perancangan sebuah konten pada *mobile site* agar terstruktur dan memiliki keterbacaan yang jelas bagi pengguna. Pada umumnya *layout* disesuaikan dengan layar *user*.



Gambar 2. 1 Contoh *Layout Mobile Site*

Sumber: <https://www.upwork.com/...>

Tata letak *mobile site* pada umumnya memiliki struktur yang rapi dengan tampilan format yang dirancang untuk mendukung tampilan konten pada *mobile site*. Selain itu, informasi yang diberikan memerlukan keterbacaan yang jelas dengan *layout* yang terstruktur rapi. Menurut (Yadav & Singh, 2024), penggunaan *layout* yang rapi dan terstruktur dapat memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dan hilangnya tantangan dalam

memahami konten yang dihadirkan. Didukung pula oleh penelitian (The Education Hub, 2021) agar pengguna dapat terhindar dari permasalahan kognitif akibat terlalu banyak konten yang tidak rapi dan terstruktur, sehingga *layout* pada *mobile site* dibutuhkan agar tujuan *mobile site* dapat tercapai.

2. Warna

Melalui penelitian (Teye et al, 2023), warna adalah sebuah sinyal yang memberikan informasi dan dapat membantu pengguna dalam membedakan konten dan alur navigasi pada *mobile site*. Sehingga penggunaan warna pada perancangan *mobile site* diperlukan dan penting.



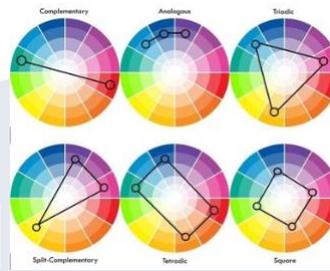
Gambar 2. 2 Warna
Sumber: <https://id.pinterest...>

Selain itu, melalui penelitian (Smith, 2024), disebutkan juga bahwa warna-warna cerah dapat menciptakan suasana belajar yang lebih menyenangkan. Sehingga pemilihan warna pada *mobile site* ditujukan terhadap target perancang berupa Generasi Alpha. Agar mereka dapat merasa termotivasi ketika melihat warna yang dihadirkan pada *mobile site*. Melalui riset (MoldStud.com, 2024) pula, disebutkan bahwa Generasi Alpha cenderung lebih tertarik terhadap warna-warna cerah digital. Selain itu kontras yang cukup antar teks dan latar belakang penting agar keterbacaan dan akses dapat terpenuhi dengan baik (World Wide Web Consortium, 2023).

A. Kombinasi Warna

Melalui teori Won dan Westland (2021) teori kombinasi warna mengacu pada *Color Theory*. Hal tersebut mengaitkan warna dengan pengaruh persepsi visual. Konsep utamanya berupa *Color Wheel*. Selain itu disebutkan juga kombinasi warna dapat memberikan efektifitas yang baik. Dijelaskan pula mengenai *complementary colors* yang merupakan warna pendamping dan memiliki kontras tinggi. *Analogous colors* yang menciptakan warna

yang selaras. Dan *triadic colors* yang menyeimbangkan tiga warna yang saling berkaitan. Menurut Won dan Westland (2021) penggunaan warna yang baik, dapat meningkatkan ketertarikan pengguna dalam visual yang dihadirkan pada media.



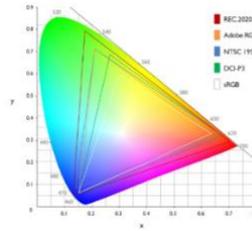
Gambar 2. 3 *Color Wheel*
Sumber: <https://id.pinterest...>

Pemilihan warna sangat berpengaruh terhadap pengguna, khususnya dalam aksesibilitas dan persepsi pengguna dalam konten media. Melalui American Psychological Association (2020) disebutkan warna dapat meningkatkan keterbacaan desain digital. Penggunaan kontras warna juga berperan penting dalam meningkatkan kemampuan pengguna dalam mengakses informasi dengan lebih mudah.

B. Warna Pada Layar

Melalui penelitian Hong dan Liu (2025) warna-warna seperti *Red, Green, Blue* atau yang lebih dikenal dengan *RGB*. Kombinasi tiga warna dasar ini memungkinkan berbagai variasi warna yang terlihat di layar. Untuk memastikan konsistensi warna di berbagai perangkat. Melalui standar *sRGB* atau yang lebih dikenal dengan *Standard Red Green Blue* dikembangkan oleh *Hewlett Packard* dan *Microsoft* pada tahun 1996.

Standar ini menjadi acuan bagi banyak media digital untuk menggunakan warna dengan lebih akurat. Sehingga warna yang ditampilkan jelas menjadi standar penggunaan umum. Berikut merupakan tampilan dari *display color*.



Gambar 2. 4 *Display Color*
 Sumber: <https://en.wikipedia...>

Selain itu, adanya standar lain seperti *Adobe RGB*, yang memiliki cakupan warna lebih luas dibandingkan *sRGB* dan lebih sering dipakai pada fotografi profesional dan desain cetak. Adapula DCI-P3 atau yang lebih dikenal dengan sebutan *digital cinema initiatives* dan lebih sering digunakan di *cinematography*.

3. Tipografi

Melalui (Chen et al., 2023), tipografi memiliki tujuan untuk memberikan penggunaannya persepsi sebuah brand dari produk yang dibuat. Jenis tipografi seperti seperti *serif*, *sans-serif*, *fancy* memiliki kegunaan, dan juga *use-case* terbaiknya.

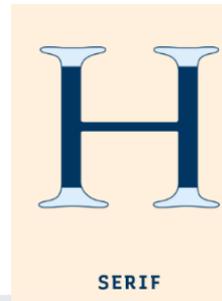


Gambar 2. 5 Contoh *Font*
 Sumber: <https://pressbooks...>

Sehingga, berikut merupakan penjelasan tipografi berupa *serif*, *sans-serif*, dan *fancy*. Meliputi fungsinya dan tujuan digunakannya tipografi tersebut pada konten media digital.

a) *Serif*

Melalui (Richardsons, 2022), tipografi *serif* bisa dibedakan dengan adanya tambahan *stroke* dekoratif di bentuk hurufnya. Hal tersebut bertujuan untuk menambahkan visual ciri khas terhadap teks. Dan berfungsi untuk membuat pembaca membaca kata ke kata. Sehingga tipografi *serif* sering digunakan untuk materi bacaan seperti buku, koran, dan juga dokumen.

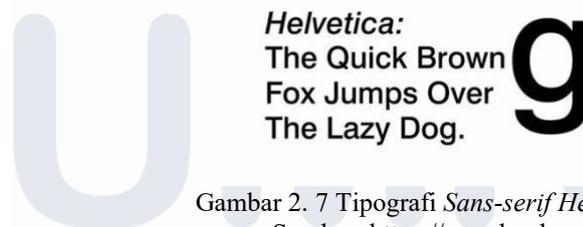


Gambar 2. 6 Jenis Tipografi *Serif*
Sumber: <https://typogram...>

Melalui (Richardsons, 2022) pula, disebutkan bahwa jenis tipografi *serif* dapat membuat keterbacaan lebih tinggi dan sering dipakai pada publikasi akademik, dan juga pada identitas brand yang tergolong mahal.

b) *Sans-serif*

Selain itu, menurut (Richardsons, 2022) juga menjelaskan bahwa tipografi *sans-serif* mirip dengan *serif*. Perbedaannya terdapat pada *stroke* di bagian akhir yang bersifat dekoratif. Tipografi *serif* lebih bersifat modern dan mudah dibaca pada layar digital seperti *smartphone* dan juga komputer.



Gambar 2. 7 Tipografi *Sans-serif Helvetica*
Sumber: <https://pressbooks...>

Dijelaskan oleh (Richardsons, 2022), bahwa kategori dari tipografi *sans-serif* mencakup tipografi seperti *Helvetica*, *Arial*, dan juga *Geometric sans-serif*. Sehingga secara singkat tipografi *sans-serif* merupakan elemen desain modern yang sering dipakai karena desain tipografinya jelas, dan juga *adaptable*.

c) *Fancy*

Dijelaskan bahwa tipografi *fancy* merupakan tipografi dekoratif dan mirip tulisan tangan. Jenis tipografi ini memiliki ciri

khas tulisan yang indah, dan ekspresif serta dinamis secara visual. Seringkali digunakan dalam *branding*, surat undangan, dan juga desain yang artistik (Craft Supply, n.d).



Gambar 2. 8 Jenis Tipografi *Fancy*
Sumber: <https://id.pinterest...>

Secara kesimpulan tipografi *curly* adalah tipografi yang serbaguna dan juga ekspresif. Tipografi ini bisa ditemukan pada *branding*, surat undangan, dan desain-desain *artistic* lainnya. Melalui (Raw.Studio, 2024), disebutkan bahwa dalam pembuatan *mobile site* yang berfokus di dalam edukasi, *font sans-serif* seringkali digunakan. karena modern, bersih, dan mudah dibaca di layar digital. Ukuran huruf diatur agar nyaman dibaca, dengan variasi ketebalan untuk menunjukkan hierarki informasi. Dengan demikian, ukuran dan spasi baris yang tepat dapat mendukung perancangan *mobile site* (MediaPlus Digital, 2025). Selain itu juga bertujuan mengurangi kelelahan mata saat pengguna berinteraksi dengan materi (Alsswey & Al-Samarraie, 2022).

4. Ikon

Melalui (Mayer, 2021), Ikon pada *mobile site* memiliki peran yang penting dalam meningkatkan pengalaman *user*. Hal tersebut dikarenakan Generasi Alpha lebih terbiasa dengan tampilan-tampilan visual yang menarik dibandingkan teks panjang dibandingkan teks panjang.

Ikon yang intuitif dan mudah dikenali digunakan untuk mewakili berbagai fungsi atau kategori, membantu pengguna memahami navigasi dengan lebih cepat. Jika terdapat ilustrasi atau karakter, gaya visualnya

biasanya mengikuti tren desain modern, seperti flat design atau kartunis yang simpel. Gaya ini dinilai sesuai dengan preferensi estetika Generasi Alpha karena menghadirkan tampilan yang bersih, jelas, dan menarik secara visual. Terutama yang pada edukasi dan interaksi yang efisien (Mayer, 2021).

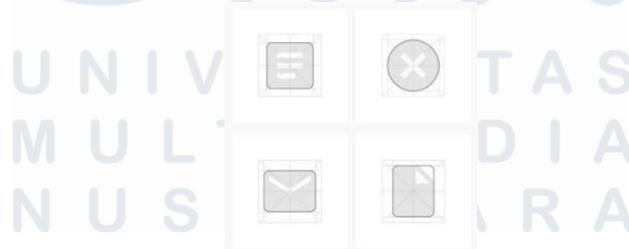


Gambar 2. 9 Contoh Ikon
Sumber: <https://www.scb.se...>

Selain meningkatkan daya tarik, ikon juga berfungsi untuk membuat pengguna mudah dalam mengakses informasi. Menurut pedekatan (Alsswey & Al-Samarraie, 2022), visual yang tepat dapat menciptakan pengalaman yang lebih ringan dan menyenangkan bagi *user*. Pemilihan ikon dan ilustrasi tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi tetapi juga pada desain navigasi digital yang efektif untuk bisa berhasil menarik perhatian.

5. Ikon Pada *Grid*

Ikon pada *grid* berperan penting dalam menciptakan media, terutama *mobile site* agar memiliki struktur tampilan visual yang rapi sehingga dapat diakses oleh pengguna. Menurut (Lujie et al., 2024), jika Ikon dirancang dengan baik maka dapat membantu pengguna untuk mengakses informasi yang diberikan. Selain itu, ikon pada *grid* dapat membantu kerapian dan keseimbangan desain yang dihadirkan pada media yang dirancang.



Gambar 2. 10 Ikon pada *Grid*
Sumber: <https://id.pinterest...>

Secara kesimpulan, ikon pada *grid* berguna untuk memberikan kejelasan akan struktur dan kerapian ikon pada tampilan konten *mobile site*

yang ingin dirancang. Selain itu, pengguna dapat menjangkau informasi yang diakses jauh lebih mudah.

6. *Flow*

Menurut (Yadav & Singh, 2024), navigasi atau yang lebih dikenal dengan sebutan *flow* adalah konsep penting pada *Human-Computer Interaction*. Dikarenakan sistem navigasi adalah sebuah *system* yang memberikan akses pada pengguna untuk bergerak ke halaman yang lain. Sistem navigasi yang baik adalah navigasi yang memberikan akses *flow* yang tinggi kepada pengguna.



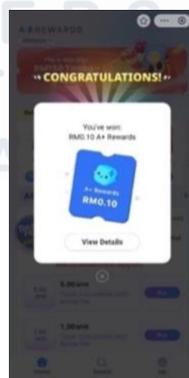
Gambar 2. 11 Contoh Navigation Bar

Sumber: <https://getbootstrap...>

Menurut (Raw.Studio, 2024), Generasi Alpha terbiasa dengan interaksi digital yang cepat, sehingga navigasi pada *mobile site* harus terasa mudah dan membuat bingung. Diperlukannya desain yang bersifat interaktif dan responsif bagi Generasi Alpha. Hal tersebut dikarenakan Generasi Alpha sangat terhubung dengan dunia digital, sehingga membutuhkan *flow* yang mudah digunakan (Nasution et al., 2024).

7. Elemen Interaktif dan Gamifikasi

Menurut (Wahyono et al., 2024; Cabello et al., 2021), elemen desain yang interaktif adalah elemen seperti kuis atau aktivitas mencocokkan, serta tombol-tombol dengan *feedback* secara visual.



Gambar 2. 12 Gamifikasi pada Aplikasi *Touch&Go*

Sumber: Aplikasi *Touch&Go*

Menurut (Touchstone Research, 2025), Generasi Alpha tumbuh dengan *game*, sehingga cenderung terbiasa dengan platform edukasi. Sehingga elemen-elemen gamifikasi yang terdapat pada perancangan *mobile site* penting agar dapat memfasilitasi pembelajaran.

8. Grid

Menurut (Haynes Thornburg, 2024) *Grid* adalah sistem yang penting pada *UI/UX*, karena *grid* memberikan struktur dan konsistensi pada sebuah desain. *Grid* adalah sebuah garis yang bisa membantu desainer konten lebih rapi dalam ukuran layar yang berbeda-beda. Jenis *grid* memiliki jenis-jenis seperti garis vertikal dan horizontal.



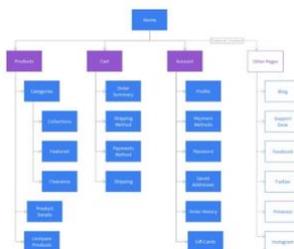
Gambar 2. 13 Grid

Sumber: <https://id.pinterest...>

Beberapa jenis *grid* dibagi menjadi *Hierarchical grid* yang merupakan *grid* yang bisa membuat konten lebih menonjol. *Baseline grid* yang dapat menjadikan teks lebih mudah dibaca. Setiap elemen *grid* diharapkan dapat menciptakan tampilan visual yang terstruktur dan berguna.

9. Sitemap

Menurut penelitian (Lujie et al., 2024), *sitemap* adalah proses penting yang diperlukan. Dikarenakan navigasi dan konten-konten yang terdapat pada *mobile site* didasarkan pada perencanaan konsep *sitemap*. Berikut merupakan contoh dari tampilan *sitemap*.



Gambar 2. 14 Contoh Sitemap

Sumber: <https://id.pinterest...>

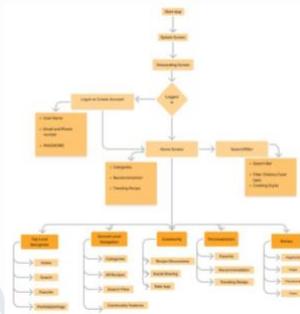
Pada dasarnya sitemap berguna bagi penulis untuk merancang alur navigasi yang baik dan alur *flow* dalam menggunakan media yang dirancang, terutama *mobile site*. Struktur konten yang terdapat pada *mobile site* bertujuan untuk memberikan informasi mengenai alur *mobile site* dan menghindari hambatan ataupun frustrasi pada *user* ketika menggunakan media *mobile site*.

Secara kesimpulan *sitemap* diperlukan bagi penulis sebelum merancang tahap *high-fidelity* ataupun *low-fidelity*. Hal tersebut berguna untuk memastikan kejelasan arah konten media yang dirancang. Sehingga, diperlukannya perancangan *sitemap* pada perancangan *mobile site*.

10. Information Architecture

Menurut (Lujie et al., 2024) *information architecture* merupakan struktur dari konten-konten utama yang terdapat pada perancangan, terutama *mobile site*. Hal tersebut dikarenakan *information architecture* memberikan kejelasan informasi mengenai alur konten dan strategi dalam perancangan *web*.

Sehingga *user* dapat mencapai *goals* mereka dalam menggunakan media *UI/UX* yang dirancang tanpa mengalami hambatan. Dengan demikian, berikut contoh tampilan *information architecture*.



Gambar 2. 15 Contoh *Information Architecture*

Sumber: <https://id.pinterest...>

Secara kesimpulan, *information architecture* adalah sebuah strategi yang dirancang beserta dengan *sitemap* agar penulis dapat menyusun struktur-struktur alur pada konten yang dirancang.

Hal tersebut bertujuan agar perancangan finalisasi desain memiliki kejelasan alur navigasi, konten, dan konsep strategi yang lengkap dalam aksesibilitas pengguna ketika menggunakan media perancangan.

2.1.4 Prinsip Desain

Prinsip-prinsip desain diperlukan agar perancangan desain yang dilakukan dapat berhasil dengan konsep desain sebagai berikut.

1. *User-Centered Design*

Melalui (Ponce et al., 2020), diperlukannya *user-centered design* agar penulis dapat menciptakan solusi bagi Generasi Alpha. Karena target perancangan merupakan Generasi Alpha, sehingga penulis perlu mengerti akan kebutuhan dan solusi yang bisa ditawarkan pada Generasi Alpha. Sehingga *mobile site* yang dirancang memiliki relevansi dengan generasi tersebut.

2. *Simplicity and Clarity*

Agar mudah dipahami dan dioperasikan, desain *mobile site* tidak boleh kompleks, baik dalam struktur navigasi maupun cara penyajian konten. Sehingga, menurut (Raw.Studio, 2024; Sofyaningrum & Putri, 2024) solusi yang dirancang harus bersifat mudah diakses bagi target perancangan.

3. Konsistensi

Elemen-elemen desain seperti *page layout*, warna, dan pilihan tipografi akan diterapkan secara konsisten di seluruh bagian *mobile site* ini. Konsistensi di dalam desain sangatlah penting karena membuat *interface* menjadi lebih prediktif dan mudah dipelajari oleh target perancangan menurut (DesignStrategy.guide, 2020)..

4. *Feedback*

Menurut (Blue Ridge Media Company, 2023), sebuah sistem harus dirancang untuk memberikan umpan balik yang jelas dan segera terhadap setiap aksi signifikan yang dilakukan oleh pengguna. *feedback* ini penting karena membantu pengguna memahami hasil dari tindakan mereka dan membuat interaksi terasa lebih responsif.

5. *Accessibility*

Menurut (World Wide Web Consortium, 2023) Perancangan *mobile site* ini memerlukan akses yang tinggi. Dengan tujuan agar dapat dijangkau dan digunakan oleh sebanyak mungkin pengguna. Dikarenakan aksesibilitas

penting untuk memastikan bahwa semua pengguna memperoleh manfaat dari konten edukasi menurut (DO-IT, University of Washington, n.d.).

6. *Engagement and Interactivity*

Menurut (Ramotion Agency, 2025; Wahyono et al., 2024; Nasrullah et al., 2024), elemen interaktif dengan fitur gamifikasi bertujuan untuk secara aktif melibatkan pengguna dalam proses belajar. Keterlibatan aktif pengguna dalam proses pembelajaran terbukti meningkatkan pemahaman dan membantu keseluruhan pengalaman belajar menjadi lebih menyenangkan.

2.1.5 *UI - User Interface*

UI pada *mobile site* edukasi adalah keseluruhan aspek visual dan elemen-elemen interaktif yang memungkinkan penggunaannya yaitu Generasi Alpha berinteraksi secara efektif dengan sistem pembelajaran bahasa gaul.

Fokus utama desain *UI* untuk platform ini adalah menciptakan pengalaman yang intuitif, fungsional, sekaligus menarik secara visual dan efisien. *User interface* sendiri mencakup elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, ikon, gambar, dan tata letak.

1. Struktur *layout* visual.

Pengaturan informasi dan elemen interaktif pada layar perangkat seluler melalui desain *User Interface* yang dibuat menekankan hierarki visual jelas untuk dapat memandu pengguna dengan baik, penggunaan ruang kosong yang efektif memberikan *readability* yang baik melewati *gap* antar konten. Dan serta konsistensi *layout* di seluruh bagian *mobile site* (Interaction Design Foundation, 2016, *Visual Hierarchy*).

2. Implementasi Skema Warna dan Tipografi

Pilihan warna dan tipografi tidak hanya untuk estetika, tetapi juga mendukung keterbacaan, penekanan informasi, dan penciptaan suasana belajar yang menyenangkan (Smith, 2024).

3. Desain Ikonografi dan Aset Grafis

Penggunaan ikon yang mudah dipahami secara universal dan ilustrasi yang sesuai dengan gaya visual Generasi Alpha bertujuan untuk memperjelas

makna dan menambah daya tarik visual pada target perancangan yaitu Generasi Alpha (Alsswey & Al-Samarraie, 2022).

4. Perancangan Elemen yang Bersifat Interaktif

Melalui (Google, n.d., *Material Design*), disebutkan bahwa desain dengan komponen yang detail seperti fitur interaktif seperti tombol, menu navigasi, dan elemen lainnya agar responsif dan mudah digunakan.

5. Pencerminan Visual *Branding*

User Interface ini juga secara tidak langsung akan mencerminkan identitas visual dari sebuah *mobile site*. Desain yang dibuat diharapkan dapat membangun pengenalan dan rasa percaya dari pengguna.

Secara keseluruhan, tujuan perancangan UI *mobile site* edukasi ini adalah membuat interaksi pengguna dengan konten menjadi semudah dan menyenangkan mungkin, mengurangi hambatan kognitif, dan mendukung tujuan pembelajaran.

2.1.6 UX - *User Experience*

User Experience atau yang lebih dikenal dengan sebutan *UX* pada *mobile site* mencakup keseluruhan persepsi, emosi, dan respons subjektif yang dialami oleh *user* selama dan setelah berinteraksi dengan platform. *UX* sendiri merupakan sebuah konsep yang lebih luas dari sekadar tampilan *user interface*. Hal tersebut disebabkan karena adanya aspek *usability*, efisiensi, dan tingkat kepuasan emosional *user*. Sehingga, berikut merupakan penjabarannya.

1. *Usability*

Menurut (Blue Ridge Media Company, 2023; Sauro & Lewis, 2023) fondasi dari *UX* yang baik mencakup kemudahan platform untuk dipelajari, efisiensi, kemudahan untuk diingat *memorability*, pencegahan, dan pemulihan dari *error*. Serta kepuasan *user* (Al Khasawneh et al., 2022).

2. Keterlibatan Pengguna atau *Engagement*

Engagement dapat dicapai jika menghadirkan konten-konten yang relevan dengan keseharian Generasi Alpha menurut (Nasrullah et al., 2024). Serta elemen-elemen gamifikasi yang dihadirkan dengan maksud untuk memotivasi pengguna (Wahyono et al., 2024).

3. Nilai Guna atau *Value*

Nilai guna bisa diukur dengan cara melihat apakah sebuah *mobile site* yang dirancang benar-benar dapat memberikan manfaat yang bisa dirasakan oleh pengguna dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang bahasa gaul dan kemampuan penggunaannya.

4. Aksesibilitas dan Inklusivitas Desain

Upaya memastikan *mobile site* ini dapat digunakan oleh audiens yang beragam, dengan mempertimbangkan berbagai tingkat kemampuan digital dan preferensi (Raw.Studio, 2024). Desain *UX* untuk *mobile site* yang memfokuskan desain kedalam edukasi ditujukan agar merancang alur *user* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *user journey* yang mulus dan memuaskan. Hal tersebut memerlukan pemahaman mendalam terhadap target pengguna yaitu Generasi Alpha. Konteks penggunaan platform, serta tujuan akhir dari *mobile site* ini yaitu untuk menyediakan edukasi yang menyenangkan dan efektif. Diharapkan *mobile site* ini dapat menjadi alat bantu belajar yang fungsional, digemari, dan memberikan kontribusi nyata bagi penggunanya

2.2 Bahasa Gaul

Pada penelitian (Jadidah et al., 2023, h.133) bahasa gaul memiliki intensitas penggunaan yang lumayan sering dipakai oleh masyarakat Indonesia. Terutama seperti murid sekolah dasar yang terpengaruh oleh bahasa gaul. Menurut (Anggini et al., 2022, h.146), bahasa gaul adalah bahasa yang gaya bahasanya tidak mempunyai struktur yang jelas dan terdiri dari percampuran bahasa–bahasa populer yang dapat ditemukan dalam masyarakat. Kata–katanya didasarkan pada singkatan dan pelesetan dari beragam bahasa, mau bahasa Indonesia, maupun bahasa luar.

Mengacu pada kutipan (Fadilla et al., 2023, h.2), bahasa gaul merupakan bahasa dengan makna konvensional yang dipakai dan diciptakan oleh komunitas sosial dalam maksud mengekspresikan diri mereka sebagai sebuah identitas kelompok. Melalui (Rafiqoh, 2023, h.2), bahasa gaul sudah menjadi sebuah kebiasaan dalam hal berkomunikasi. Bahasa gaul bisa memberikan perasaan luar biasa gembira, karena beragam kata dan kata–kata yang dipakai sangat menarik secara verbal dan nonverbal. Namun bahasa gaul membawa dampak yang bisa

mengganggu hubungan murid dalam berkomunikasi di lingkungan sekolah, karena kurangnya kemampuan berbahasa Indonesia yang baik dengan kosakata benar.

2.2.1 Asal Bahasa Gaul

Perkembangan bahasa gaul di Indonesia menunjukkan sebuah evolusi linguistik yang menarik, dengan jejak awalnya dapat ditelusuri hingga era 1980-an melalui fenomena "bahasa prokem" yang pada masanya bersifat lebih terbatas pada kelompok tertentu (Syaharani et al., 2024; Situmorang et al., 2024). Seiring berjalannya waktu, khususnya memasuki era digital, dinamika penyebarannya mengalami transformasi fundamental.

Jika pada periode sebelumnya media konvensional seperti televisi dan radio memainkan peran dalam diseminasi istilah populer secara lebih linear (Rafiqoh, 2023), kini platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan X telah mengambil alih sebagai katalisator utama. Ruang digital ini menyediakan arena bagi generasi muda, terutama Generasi Alpha, untuk secara aktif terlibat dalam penciptaan, modifikasi, dan penyebaran variasi bahasa.

Interaksi yang dinamis ini tidak hanya mengakselerasi sirkulasi istilah-istilah baru, tetapi juga berkontribusi pada pergeseran makna kata, peningkatan penggunaan singkatan, serta integrasi elemen visual sebagai komponen esensial dalam komunikasi kontemporer. Meskipun bahasa gaul memiliki fungsi penting dalam memfasilitasi ekspresi diri dan konstruksi identitas sosial, terdapat pula diskursus mengenai potensinya dalam memengaruhi penggunaan Bahasa Indonesia baku (Situmorang et al., 2024; Rafiqoh, 2023).

Karakteristik bahasa gaul yang digunakan oleh Generasi Alpha sangat dipengaruhi oleh ekosistem digital yang menjadi latar pertumbuhan mereka. Tren internet, figur selebritas daring, dan budaya meme merupakan sumber inspirasi dominan bagi inovasi linguistik generasi ini (Wahyudi et al., 2023). Ekspresi kebahasaan mereka tidak hanya bersifat leksikal, melainkan juga kaya akan unsur visual seperti emoji, GIF, dan stiker, serta bentuk-bentuk linguistik digital lainnya, termasuk singkatan misalnya, "pov", akronim "YTTA", dan neologisme yang muncul dari platform spesifik (Atabik, 2013). Media sosial

berfungsi sebagai laboratorium bagi mereka untuk bereksperimen, melahirkan apa yang dapat disebut sebagai "bahasa performatif digital", di mana aspek visual dan cara penyampaian pesan turut membentuk makna (Atabik, 2013). Ketergantungan pada tren viral, yang seringkali dipercepat oleh mekanisme algoritma media sosial (Inayah, 2024), turut memengaruhi siklus hidup slang yang cenderung lebih pendek. Selain itu, fitur-fitur yang disediakan oleh platform media sosial juga berkontribusi aktif dalam pembentukan ekspresi-ekspresi kebahasaan baru (Atabik, 2013).

Adopsi istilah-istilah global seperti *rizz* yang berarti berkarisma dan *fanum tax* yaitu istilah humor untuk mengambil sebagian kecil makanan teman oleh generasi muda di Indonesia. Hal tersebut mengindikasikan kuatnya pengaruh budaya pop global dan platform digital dalam membentuk kosakata lintas batas negara. Istilah-istilah ini, yang dipopulerkan oleh figur *streamer* seperti Kai Cenat dan Fanum, menunjukkan peran signifikan kreator konten sebagai penentu tren linguistik. Penyebaran melalui meme dan penggunaan istilah tersebut sebagai penanda partisipasi dalam budaya internet global serta subkultur daring yang menjadi ciri menonjol. Fenomena ini menandakan adanya pergeseran otoritas dalam inovasi linguistik, dari institusi formal ke arah komunitas daring dan tokoh-tokoh internet. Dengan demikian, slang tidak hanya berfungsi sebagai refleksi realitas sosial, tetapi juga turut aktif dalam membingkai dan menginterpretasikan fenomena sosial dalam lanskap digital.

2.2.2 Peran Bahasa Gaul

Syahwardi et al. (2024, h. 438) menjelaskan bahwa penggunaan bahasa gaul di masyarakat, terutama pada anak-anak usia dini, sebaiknya diawasi dan dikendalikan. Jika digunakan terlalu sering, bahasa gaul bisa memengaruhi kemampuan anak dalam berbahasa, terutama dalam situasi yang membutuhkan bahasa formal.

Oleh karena itu, bimbingan seorang guru dan orang tua sangat penting agar bisa menggunakan bahasa dengan seimbang. Namun, di zaman digital yang serba cepat seperti sekarang, istilah-istilah baru dari media sosial terus

bermunculan dan sulit untuk diawasi sepenuhnya, apalagi jika anak-anak sudah terbiasa mengakses internet sendiri.

Di sisi lain, bahasa gaul juga punya sisi positif, khususnya bagi remaja. Menurut Syahwardi et al. (2024, h. 446), bahasa gaul sudah menjadi bagian dari cara mereka berkomunikasi sehari-hari. Fadilla et al. (2023, h. 2) menyampaikan bahwa penggunaan bahasa gaul dapat menunjukkan rasa kebersamaan dan kekompakan dalam komunitas anak muda. Jadi, walaupun ada dampak yang perlu diwaspadai, kita juga perlu memahami bahwa bahasa gaul bisa berperan baik dalam membangun hubungan sosial di kalangan generasi muda seperti Generasi Alpha dan Gen-Z.

2.2.3 Pengaruh Bahasa Gaul

Penelitian (Anggini et al., 2022, h.146) menyebutkan mengenai perkembangan kemampuan bahasa Indonesia kalangan muda yang dipengaruhi oleh bahasa gaul. Bahasa gaul memberikan dampak yang positif pada aspek pergaulan dan variasi kosakata bahasa Indonesia. Namun pengaruh bahasa gaul terhadap kemampuan berbahasa Indonesia para Generasi muda patut dikhawatirkan. Melalui kutipan Febrianti et al., (2021), bahasa gaul sangat berdampak pada kebiasaan dan kemampuan masyarakat lokal sehingga pemakaian bahasa gaul tidak akan bisa dicegah sepenuhnya. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah bimbingan terhadap kaum muda di Indonesia untuk melestarikan dan membanggakan penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, Terutama dalam konteks formal.

Pengaruh bahasa gaul juga berdampak buruk terhadap kemampuan tata berbahasa dan struktur kosakata Bahasa Indonesia generasi muda. Khususnya Generasi Alpha pada percakapan sehari-hari (Fadilla et al., 2023, h.2). Penelitian yang diujikan berbasis bahasa gaul terhadap generasi muda juga menunjukkan mengenai pemahaman akan bahasa gaul yang lebih gampang diadaptasi dan dipakai dalam interaksi sosial yang melibatkan hubungan pertemanan dibandingkan keluarga (h.5). Bahasa gaul memiliki pengaruh yang dapat mengakibatkan kesenjangan sosial yang semakin parah dan perpecahan sosial dalam kelompok sosial.

2.2.4 Penggunaan Bahasa Gaul

Dirujuk pada penelitian (Jadidah et al., 2023, h.136), percampuran bahasa yang terkandung dalam percakapan sehari-hari siswa sekolah dasar kerap terjadi karena didasarkan pada kesan gaul dan keren dalam berinteraksi. berdasarkan (Fadilla et al., 2023, h.2) penggunaan bahasa gaul dapat berpengaruh terhadap kemampuan menelaah seseorang terhadap situasi penggunaan bahasa formal dan kasual sesuai situasi yang pantas.

Kembali mengutip dari (Anjani et. al, 2025), kurangnya pengetahuan tentang situasi yang cocok untuk menggunakan bahasa gaul mempengaruhi kualitas komunikasi dari Generasi Alpha. Situasi tersebut dapat menciptakan kesenjangan komunikasi diantara generasi muda dan tua.

Kesenjangan tersebut akan lebih terlihat pada pengguna media sosial yang kerap menggunakan bahasa gaul sebagai cara mengekspresikan ide dikarenakan Bahasa Gaul di media sosial beraksi sebagai laboratorium bagi penggunanya. Bahasa Gaul sering dipakai di media sosial untuk menemukan cara berkomunikasi dengan cepat, singkat dan, visual, membuat Bahasa Gaul kerap disukai.

2.2.5 Kosakata Bahasa Gaul

Kosakata bahasa gaul Generasi Alpha sendiri memiliki arti yang telah dimodifikasi dan terbentuk dari beragam fenomena budaya pop, tren meme atau bahkan selegram, menurut penelitian dari Sofyaningrum dan Putri (2024, h.872). Kosakata bahasa gaul yang kerap digunakan oleh Generasi Alpha pada zaman modern ini terbentuk dari bahasa asing yang terdapat dalam video-video viral di *tiktok*.

Pemakaian bahasa dalam bergaul Generasi Alpha pada umumnya lebih singkat dan ringkas, hal tersebut disebabkan berbagai macam modifikasi yang telah dilakukan oleh generasi tersebut menurut Sofyaningrum dan Putri (2024, h.873). Dengan demikian, berikut merupakan tabel kosakata bahasa gaul yang berisikan mengenai makna dan contoh kalimat pemakaian bahasa gaul yang kerap dipakai oleh Generasi Alpha (h.879).

Tabel 2. 1 Contoh dan Penggunaan Bahasa Gaul

1.	<i>Bet</i>	Bermakna kesepakatan ataupun persejutuan.	“Yakin selesai dalam satu malam aja? <i>Bet</i> ”
2.	<i>Cap</i>	Bermakna kebohongan.	“Dia sepertinya <i>cap</i> deh”
3.	<i>Lore</i>	Bermakna sebuah latar belakang sebuah topik.	“ <i>Lore</i> cerita ini keren banget!”
4.	<i>Basic</i>	Bermakna sesuatu yang umum dan tidak unik.	“level kamu di game ini <i>basic</i> banget”.
5.	<i>Bussin</i>	Bermakna lezat dan enak.	“Bakso ini <i>bussin!</i> ”
6.	<i>Ate</i>	Merupakan pujian atas keterampilan seseorang.	“tarian kamu tadi <i>Ate</i> banget!”
7.	<i>Sus</i>	Merupakan sebuah singkatan dari bahasa Inggris <i>suspicious</i> .	“Tas dia <i>sus</i> banget, jangan-jangan ada bola?”
8.	<i>Fanum Tax</i>	Bermakna sindiran bagi seseorang yang mencuri makanan.	“Dia mencuri coklat aku! <i>Fanum Tax</i> sih”
9.	<i>Sigma</i>	Adalah julukan pada seseorang dengan	“Dia sukses tanpa bantuan

		sifat indenpenden dan percaya diri.	siapa-siapa, dia itu <i>sigma</i> sejati!”
10.	<i>Bop</i>	Merupakan pujian untuk lagu yang enak di dengar.	“lagu aku <i>bop</i> semua nih!”
11.	<i>Skibidi</i>	Bermakna jahat dan buruk.	“Polisi udah ketemu dua <i>skibidi</i> itu!”
12	<i>Rizz</i>	Merupakan singkatan dari kata <i>charisma</i> dalam bahasa Inggris.	“ <i>Rizz</i> dia bikin aku klepek-klepek!”
13.	<i>Ohio</i>	Bermakna aneh.	“Jangan temenan sama dia, orangnya <i>ohio</i> parah”
14.	<i>Gyatt</i>	Bermakna kejutan dan kegembiraan.	“ <i>oh my gyatt</i> ”
15.	<i>GOAT</i>	Memiliki kepanjangan <i>greatest of all time</i> , yang merupakan sebuah pujian kepada seseorang dengan prestasi tinggi.	“Selesai sih ini, dia <i>goat</i> banget parah!”
16.	<i>Looksmaxmogger</i>	Merupakan pujian atas pencapaian	“kamu <i>looksmaxgger</i>

		penampilan fisik seseorang yang maksimal.	ya? Beda banget sama dulu”
17.	<i>Delulu</i>	Merupakan singkatan dari bahasa Inggris <i>delusional</i> yang artinya delusi.	“Aku emang suka <i>delulu</i> dari dulu!”
18.	<i>Drip</i>	Merupakan sebuah pujian kepada pakaian dan gaya seseorang yang menarik.	“ <i>Drip</i> kamu hari ini luar biasa banget sih!”
19.	<i>Cringe</i>	Bermakna menjijikkan.	“Jangan dekat-dekat aku ya, kamu <i>cringe</i> banget sih!”
20.	<i>Cheugy</i>	Bermakna kuno atau ketinggalan zaman.	“selera dia <i>cheugy</i> banget!”
21.	<i>Finna</i>	Merupakan sebuah singkatan dari bahasa Inggris <i>fixing to</i> , dalam konteks rencana dan aksi.	“Gabisa pergi dulu, <i>finna</i> bantuin mama nih”
22.	<i>Extra</i>	Bermakna sesuatu yang berlebihan, terutama dalam hal tindakan.	“kalau mau ketemu pacarnya, dia

			<i>extra</i> sih emang”
23.	<i>Glow up</i>	Merupakan istilah yang dipakai untuk seseorang yang telah menjadi menarik.	“Dulu kamu gak secantik ini deh, <i>glow up</i> banget!”
24.	<i>Fire</i>	Bermakna pujian pada sesuatu yang keren.	“Nyanyian dia <i>fire</i> parah!”
25.	<i>Gucci</i>	Bermakna pujian pada sesuatu yang berkualitas	“Kemampuan dia <i>gucci</i> sih, apalagi pas ujian kemarin.”
26.	<i>Flex</i>	Merupakan istilah dengan arti pamer.	“orangnya suka <i>flex</i> , ya gimana ada yang suka?”
27.	<i>Lit</i>	Merupakan pujian pada suasana yang memiliki kesan.	“Acara ini pasti <i>lit</i> kalau dia yang atur.”
28.	<i>Ghosting</i>	Bermakna seseorang yang menghilang tanpa kabar.	“Dia jahat banget karena uda <i>ghosting</i> aku.”
29.	<i>Ick</i>	Merupakan sebuah ekspresi jijik terhadap sesuatu.	“ <i>Ick</i> , jangan deket-deket aku.”

30.	<i>Peep</i>	Bermakna mengamati.	“Adikmu suka <i>peep</i> orang lain ya?”
31.	<i>Low-vibrational</i>	Merupakan suasana hati atau situasi yang tidak memiliki energi baik.	“Teman aku kenapa <i>low-vibrational</i> banget ya hari ini?”
32.	<i>Mood</i>	Bermakna emosi yang menunjukkan perasaan.	“ <i>mood</i> aku pengen makan yang seger-seger.”
33.	<i>Mid</i>	Memiliki arti biasa saja.	“Aku pikir suara dia sangat enak didengar, ternyata <i>mid</i> aja.”
34.	<i>Slay</i>	Merupakan pujian untuk seseorang yang hebat.	“laporan aku <i>slay</i> banget emang!”
35.	<i>Salty</i>	Bermakna marah dan kesal.	“jangan <i>salty</i> kalau kamu kalah ya”

Dengan demikian, bahasa gaul yang menyebar dan digunakan dalam durasi waktu yang singkat melalui media sosial oleh komunitas modern. Bahasa gaul juga memiliki 35 jenis kosakata-kosakata yang kerap digunakan oleh Generasi Alpha dalam bergaul menurut Sofyaningrum dan Putri (2024, h.871). Hubungan sosial yang terdapat dalam generasi-generasi Alpha dapat

dipererat apabila penggunaan bahasa gaul dan juga tren dipakai dalam gaya hidup khas mereka. Disebutkan pula mengenai terciptanya istilah–istilah gaul ini terlahir karena sebuah fenomena tertentu yang disebabkan oleh meme, influencer ataupun tren–tren yang sedang berlangsung (h.872).

2.2.6 Bahasa Gaul Pada Generasi Alpha

Merujuk dari Cindana dan Sutarini (2022, h.44), Generasi Alpha adalah generasi yang lebih pintar ketimbang generasi–generasi lainnya. Karena keahliannya dalam menggunakan perangkat elektronik seperti *handphone*, melebihi kemampuan orang tuanya dalam teknis dunia digital. Didukung oleh (Putri et al., 2024, h.321) yang menyebutkan sifat Generasi Alpha dalam kemahirannya memakai media internet dan memanfaatkan perangkat teknologi. Generasi Alpha menggunakan kemampuannya belajarnya yang singkat dan memiliki karakteristik yang kreatif dalam berimajinasi. Namun, hal tersebut tak melepaskan dampak lain dari internet, seperti berkembangnya bahasa baru dengan wujudnya yang akronim dan munculnya kosakata asing yang dipakai ketika generasi Alpha berinteraksi dengan teman (h.53).

Bahasa gaul pada Generasi Alpha kerap dijadikan sebagai sarana komunikasi yang dimana menurut penelitian (Maulida, 2022, h.39), makna tersebut tidak etis untuk dipublikasikan. Hal tersebut juga dapat berdampak pada pergeseran arti dalam interaksi verbal. Perkembangan dunia digital yang tidak terpisahkan dengan kehidupan Generasi Alpha sangat memengaruhi gaya percakapan dan gaya hidup Generasi alpha (h.40). Dengan demikian, pengakuan sebagai seorang individu yang mengikuti tren dan dan tidak ketinggalan zaman dari publik, merupakan sebuah alasan dibalik gaya berkomunikasi para Generasi Alpha (h.47).

2.3 Bahasa Indonesia

Mengacu pada kajian (Gereda, 2020, h.1), bahasa Indonesia adalah bahasa nasional dan bahasa resmi negara Indonesia yang dimiliki dan didapatkan oleh masyarakat Indonesia sejak kecil. Di sisi lain, dinyatakan juga bahwa bahasa Indonesia merupakan bahasa yang dipakai dalam berinteraksi

sehari-hari antar masyarakat (Abidin, 2019, h.23). Bahasa memiliki berbagai macam fungsi seperti alat untuk berimajinasi, memengaruhi orang lain, dan masih banyak lainnya, namun fungsi utama bahasa merupakan media komunikasi, informatif, reseptif, dan produktif (h.22).

Derajat bahasa Indonesia disebut sama dengan bendera negara Indonesia karena bahasa Indonesia ditunjuk sebagai lambang identitas nasional negara. Melalui aspek fungsinya, masyarakat dituntut untuk bisa mengembangkan serta membina bahasa Indonesia sehingga memiliki perbedaan dengan bahasa lain dan memiliki ciri khasnya tersendiri. Merujuk pada perkembangan aspek seni sastra, dan dunia perfilman. Bahasa Indonesia dapat pula dinyatakan fungsinya dalam mengungkapkan perasaan dan melalui kemampuan kompetensi berbahasa bangsa Indonesia dapat merasa bangga (Gereda, 2020, h.10). bukan hanya berkomunikasi, bahasa yang diterapkan dalam pengembangan budaya, teknologi, dan ilmu pengetahuan yang tak lain adalah bahasa nasional, yaitu bahasa Indonesia. (Abidin, 2019, h.26).

2.3.1 Asal Bahasa Indonesia

Pada dasarnya, bahasa Melayu merupakan bahasa yang telah dipakai oleh sebagian besar masyarakat di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Khususnya sebelum bahasa Indonesia. Pada zaman dahulu, bangsa-bangsa luar yang datang ke Indonesia untuk berdagang seperti bangsa Portugis, Prancis, dan Belanda. Berkomunikasi memakai bahasa Melayu dan bukan bahasa negara mereka, sehingga disebut dengan sebutan *lingua franca* yakni bahasa perdagangan. Kemudian, bahasa Melayu juga dipakai oleh bangsa-bangsa Nusantara dalam merebut kemerdekaannya di Indonesia sebelum diangkat pada ikrar Sumpah Pemuda di DKI Jakarta dan lahirnya bahasa persatuan masyarakat Indonesia (Abidin, 2019, h.25).

Jati diri bangsa Indonesia akan bahasa Indonesia diawali pada tanggal 28 Oktober 1928, dalam ikrar ketiga Sumpah Pemuda yang menyatakan bahwa “kami putra dan putri Indonesia menjunjung bahasa persatuan, bahasa Indonesia”. Melalui pidato Soekarno, tiga bulan sebelum Sumpah Pemuda yang tepatnya tanggal 15 Agustus 1928. Disampaikan

bahwa persatuan Indonesia tidak akan dihalangi oleh bahasa yang berbeda dalam suku bangsa di Indonesia. Dengan demikian, pernyataan-pernyataan yang dilahirkan pada tanggal 25-28 Juni 1938. Berupa bahasa resmi bahasa Indonesia dan dijadikan sebagai bahasa pengantar yang terdapat di dalam badan perwakilan dan perundang-undang (Gereda, 2020, h.6).

Bahasa Indonesia yang ada pada politik bahasa nasional, menjadi tanggung jawab pemerintah dalam kebijakannya. Seperti yang tercantum pada undang-undang dasar 1945, pasal nomor 36 yang menyatakan bahwa bahasa negara adalah bahasa Indonesia dan telah ditandatangani pada tanggal 18 Agustus 1945. Bahasa Indonesia mempunyai sejarah panjang dan dicapai melalui api perjuangan yang terus menyala berjuang melawan penjajah-penjajah yang ingin menjajah Indonesia. Serta semangat bersatunya masyarakat Indonesia yang pantang menyerah dengan kebulatan tekad yang kuat dan kesadaran untuk maju terus membawa hasil kemerdekaan bagi seluruh rakyat Indonesia (Gereda, 2020, h.6).

2.3.2 Peran Bahasa Indonesia

Masyarakat Indonesia merupakan sebuah alur yang penting dalam peran bahasa Indonesia. Melalui pola komunikasi dan bahasanya dalam struktur kehidupan sehari-hari. Peranan dan fungsi bahasa Indonesia sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia untuk kebutuhan interaksi sehari-hari (Pamungkas, 2024, h.20). Peran bahasa Indonesia pada tingkat perguruan tinggi memiliki syarat-syarat yang wajib dipenuhi. Seperti penulisan yang lugas dan jelas, singkat dan padat, serta dalam penulisan yang memenuhi kaidah kebahasaan dan sebuah kesatuan. Peran lain bahasa Indonesia dalam penulisan laporan akademik juga memiliki ketentuan-ketentuan yang memerlukan penyusunan secara logis, sistematis, dan menggunakan bahasa yang bersifat lugas agar tidak berbelit-belit dan serta dapat memperlihatkan pokok pembahasan (Gereda, 2020, h.22).

Bahasa Indonesia dalam perannya pada generasi muda adalah pengembangan karakter-karakter muda, kecerdasan, dan kepribadian.

Secara kemampuan, individu tersebut terorganisir dan dapat secara aktif ataupun pasif dapat mengekspresikan dirinya secara sistematis, lugas, dan logis. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Murdiyati, 2020, h.27).

Dikutip oleh (Jadidah et al., 2023, h.135) dinyatakan juga mengenai peran bahasa Indonesia dalam penggunaannya ketika berpikir, mengekspresikan diri, dan proses adaptasi sosial yang termasuk ke dalam kedudukan-kedudukan bahasa Indonesia. Bahasa nasional yang merupakan identitas negara Indonesia dan berhubungan dengan terbentuknya Sumpah Pemuda pada 1928, memainkan peran penting dan dinyatakan sebagai lambang kebanggaan nasional masyarakat Indonesia (Abidin, 2019, h.27).

2.3.3 Jenis Bahasa Indonesia

Ragam bahasa Indonesia merupakan dialek atau yang lebih dikenal dengan sebutan logat daerah yang menyebar luas ke berbagai pelosok wilayah di Indonesia. Secara umum, ciri khas bahasa Indonesia yang digunakan oleh masyarakat Indonesia berkaitan erat dengan sikap, daerah, dan pendidikan penuturnya. Salah satu ciri khas logat daerah yang terkenal seperti logat Bali, mempunyai pelafalan yang bunyi panjang dan pendeknya dengan tekanan nada yang berbeda dengan dialek lain. Sehingga aksentasi setiap penutur masyarakat Indonesia berbeda-beda karena memiliki hubungan erat dengan bahasa ibunya (Pamungkas, 2024, h.28).

Melalui penelitian Mantri dan Ganesha (2021, h.74), dinyatakan bahwa ada sekitar 700 bahasa daerah di Indonesia. Salah satu contohnya adalah bahasa Sunda yang merupakan bahasa yang penuturnya paling banyak di Indonesia kedua setelah bahasa Jawa di Indonesia. Bahasa rakyat Indonesia pada zaman nenek moyang dulu, merupakan bahasa Melayu yang sering ditemukan dalam pendidikan dan lebih kerap dikenal dengan sebutan melayu tinggi pada zaman itu. Dengan demikian, pemakaian bahasa Indonesia yang benar diukur melalui standar ragam bahasa yang memiliki kaidah pembentukan kata yang bersifat baku (h.31).

Jenis bahasa Indonesia secara formal dan non-formal tentu tidak sama dan memiliki situasi penggunaan yang berbeda. Seperti contohnya penggunaan bahasa formal pada surat-surat resmi, kegiatan belajar mengajar, pidato kenegaraan, dan sebagainya. Serta penggunaan bahasa non-formal pada situasi santai atau situasi yang tidak mengharuskan formalitas (Pamungkas, 2024, h.35). Bahasa yang sering digunakan dalam situasi yang tidak bersifat formal atau tidak resmi yang lebih dikenal dengan sebutan bahasa non-formal. Ciri khas bahasa non-formal seperti kurang adanya penggunaan subjek oleh komunikator dan pola kalimat sederhana pada interaksi *daily*. Generasi muda pada era digital ini lebih menyesuaikan komunikasi melalui penciptaan kosakata tersendiri (h.36).

2.3.4 Penggunaan Bahasa Indonesia

Dalam riset yang dikutip dari Arianita dan Aini (2022, h.34), menyebutkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia dalam aturannya adalah menggunakan kaidah kebahasaan seperti ejaan, tata cara berbahasa, dan penciptaan istilah dapat terpenuhi. Adapula penggunaan-penggunaan bahasa Indonesia secara lisan yang dimana hal tersebut dikategorikan sebagai pemakaian bahasa langsung seperti intonasi, ekspresi, dan penyampaiannya dapat terlihat langsung secara jelas. Penggunaan bahasa Indonesia tidak langsung yang berbentuk seperti tulisan merupakan sebuah bentuk komunikasi yang dapat menimbulkan kesalahpahaman pada orang lain. Disebutkan juga dalam (h.38), penggunaan bahasa yang positif ataupun negatif bisa memiliki pengaruh yang signifikan sehingga penting untuk memerhatikan pemakaian bahasa Indonesia yang benar tergantung situasi dan kondisi penggunaan.

Pada era globalisasi di Indonesia, maraknya identitas asing yang kerap bermunculan memengaruhi penggunaan berbahasa masyarakat Indonesia. Khususnya kalangan muda. Hal tersebut dapat menyebabkan lunturnya identitas dan citra bangsa sehingga penutur bahasa Indonesia dapat terkesan negatif. Perkembangan teknologi canggih di zaman ini juga memengaruhi aspek kepercayaan diri Generasi Alpha apabila tidak

digunakannya bahasa asing dalam berkomunikasi. Sehingga penggunaan bahasa Indonesia yang berfungsi dalam faktor pemersatu bangsa harus dikembangkan lagi (Murdiyati, 2020, h.27).

2.3.5 Pendidikan Bahasa Indonesia

Melalui Tercatat dalam undang–undang tahun 2003, pasal 30 nomor 20, yang menyatakan bahwa pendidikan adalah sebuah usaha terencana dan sadar melalui proses pembelajaran bagi seorang individu supaya bisa berkembang dan menjadi pribadi yang bertanggung jawab, mandiri, kreatif, berilmu sehat, dan memiliki karakter yang mulia (Putri, 2020, h.23). Edukasi bahasa Indonesia pada zaman modern membawa perubahan pada pendidikan berbahasa di Indonesia. Seperti memberikan kenyamanan dan serta akses yang lebih praktis kepada murid tanpa adanya hambatan jarak dengan media pembelajaran *e-learning* serta pemeriksa ejaan otomatis yang terdapat dalam kamus digital. Kemajuan yang dicapai di era *daring* menghadirkan transformasi dalam proses pembelajaran dan menghadirkan beragam manfaat. Namun pada sisi lain, kesenjangan antar murid dapat terjadi dikarenakan perangkat teknologi dan internet yang stabil tidak dimiliki oleh seluruh murid. Kualitas konten pembelajaran yang tidak diikuti dengan pengajaran efektif hanya akan menjadikan teknologi sebagai alat tanpa adanya dampak dalam kemajuan pendidikan Bahasa Indonesia menurut Purba dan Saragih (2023, h.44).

Merujuk pada (Murdiyati, 2020, h.28), pembelajaran bahasa Indonesia yang baik dapat mengembangkan karakter–karakter yang berkualitas pada generasi muda. Penguasaan bahasa aktif seperti berbicara, menulis, dan bahasa pasif berupa pendengaran serta membaca wajib dimiliki dalam pendidikan dini untuk murid. Didukung oleh (Pamungkas, 2024, h.24), yang menyatakan bahwa bahasa Indonesia dalam metode pembelajaran perlu di terapkan secara tertulis dan lisan dalam pembelajaran, khususnya konteks formal dan non-formal. Dengan demikian, murid–murid dapat berbahasa Indonesia dengan baik dan bisa mempraktikannya pada pergaulan ataupun komunikasi sehari–hari.

Dirujuk oleh (Kurniawan et al., 2020, h.66), yang dimana dijelaskannya mengenai pembelajaran bahasa Indonesia bagi murid-murid memerlukan cara belajar yang tepat, terutama dalam mengenal kata-kata yang tepat beserta maknanya yang sesuai. Tujuannya adalah agar efektifitas dalam berkomunikasi dan mengekspresikan ide dapat terwujud.

