

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah individu yang bersifat sosial (Listia, 2015), (Hantono & Pramitasari, 2018), (Iffah & Yasni, 2022) dengan kata lain setiap individu memiliki keterikatan satu sama lain dalam berbagai bentuk dan keperluan yang menunjang keberlangsungan hidup. Dalam konteks ini, manusia tidak terlepas dari bahasa sebagai alat penyambung lidah antar individu. Bahasa digunakan untuk menyampaikan tujuan, gagasan, ide, dan informasi dari satu individu kepada individu lainnya (Mailani dkk., 2022). Bahasa dapat disampaikan secara lisan dan tulis (Ismiani dkk., 2020). Bahasa yaitu sebuah komunikasi yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat berwujud lambang bunyi yang tercipta dari alat ucapan manusia (Keraf, 1997), (Waridah, 2016). Sejalan dengan pendapat tersebut, maka bahasa lisan yakni bahasa yang disampaikan menggunakan alat ucapan manusia berupa suara, nada, bunyi, dan intonasi dalam bentuk tuturan (Fuad, 2005) , (Setyawan dkk., 2014). Bahasa lisan merupakan bentuk komunikasi yang umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti berbicara, ceramah, dan pidato (Aisah & Noviadi, 2018).

Mesthrie dkk. (2009), mengatakan variasi bahasa sebagai pola tutur berbeda yang terkait dengan situasi sosial dari suatu masyarakat tutur. Penggunaan bahasa yang dilakukan oleh setiap individu memiliki perbedaan. Perbedaan itu terjadi karena variasi bahasa terjadi pada setiap pengguna bahasa. Setiap manusia memiliki ciri variasi bahasanya masing-masing yang menjadi pembeda antar individu, sehingga setiap insan memiliki ciri otentiknya tersendiri (Noermanzah, 2019). Kevariasian tersebut dapat dipengaruhi oleh daerah

pengguna bahasa yang memiliki ciri khas tertentu sehingga bahasa memiliki variasi yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut berdampak pada timbulnya variasi penggunaan bahasa oleh masyarakat dalam berkomunikasi. Variasi bahasa memiliki bentuk bahasa yang dipengaruhi oleh pengguna bahasa dan lingkungan pengguna bahasa. Menurut Purnanto (2020), bentuk-bentuk variasi bahasa adalah idiolek, dialek, tingkat tutur (*speech level*), ragam bahasa, dan register. Idiolek merupakan bentuk variasi bahasa yang bersifat perorangan atau individual (Sari Tanhar dkk., 2022), (Simanjuntak, 2023). Konsep idiolek yakni setiap pengguna bahasa memiliki ciri khas variasi bahasa sendiri. Ciri khas tersebut disebabkan faktor fisik maupun faktor psikis. Misalnya, warna suara, gaya bahasa, dan kepemilikan alat altikulatoris yang berbeda sehingga menimbulkan perbedaan variasi bahasa yang khas.

Bahasa berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi namun juga sebagai sebuah keahlian profesional yang menjanjikan. Salah satu keterampilan berkomunikasi yang dapat menjadi sebuah keahlian profesional yakni keterampilan berbicara. Keterampilan berbicara sangat diperlukan di era komunikasi digital dan global. Hal ini seolah menjadi kewajiban dan keperluan setiap individu untuk melengkapi aktivitasnya sehari-hari. Kegiatan komunikasi yang telah merambah kepada teknologi digital juga menjadi peran utama pentingnya memiliki keterampilan berbicara yang baik. Seseorang yang memiliki kemahiran dalam berbicara tak jarang menjadi *influencer* yang memiliki beragam konten menarik dan informatif dimedia sosial.

Media sosial merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk berinteraksi satu sama lain. Karena berlangsung secara *online*, masyarakat dapat

berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial juga telah menjadi topik penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Masyarakat tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi, namun juga seolah mempunyai kewajiban untuk membagikan kehidupan pribadinya didunia maya. Media sosial memungkinkan masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi melalui konten dalam bentuk teks, foto, maupun video yang diunggah. Pendapat tersebut sejalan dengan Widjajanto (2013) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sebuah sarana dalam berkomunikasi yang dirancang supaya memudahkan dalam memberikan sebuah pesan interaksi sosial dan didesain menggunakan teknologi yang canggih sehingga dapat memudahkan seseorang dalam mengakses informasi dan berskala besar.

Salah satu media sosial yang digemari semua kalangan usia baik orang tua, dewasa, remaja, hingga anak-anak adalah aplikasi *tiktok*. *Tiktok* menjadi wadah berselancar bagi para penggunanya melalui cuplikan video. Banyak konten kreator yang meniti karir hingga sukses melalui aplikasi *tiktok*. *Tiktok* menawarkan banyak informasi yang diperlukan oleh para penggunanya mulai dari video tutorial, video *review*, materi pelajaran, hingga *live streaming online shop*. Salah satu konten yang digemari oleh para pengguna yakni video *review* makanan (*food vlogger*). Untuk menjadi seorang konten kreator makanan, tidak hanya memerlukan modal uang untuk membeli makanan, namun juga memerlukan keterampilan berbicara yang baik dan menarik agar para pengikutnya berkeinginan untuk datang mencicipi makanan yang sama. Dari keahlian tersebut para kreator kerap kali mendapatkan tawaran kerjasama oleh para pemilik usaha makanan atau jajanan sebagai upaya mereka dalam mempromosikan dagangan

melalui sosial media. Hal ini tidak hanya menguntungkan pelaku usaha saja namun juga memberi nilai tambah bagi kreator karena semakin sering mereka mengulas, maka keahlian berbicara mereka pun semakin meningkat (Beta, 2019). Salah satu kreator kuliner yang terkenal di Kota Jambi adalah **@NANDAGABUT_**.

Jika diketik nama tersebut dipencarian *google* maka hasilnya akan muncul berbagai video *review* makanan yang telah diunggah oleh akun tersebut. Videonya kerap kali viral dan menjadi sorotan para peselancar media sosial sehingga menimbulkan efek positif bagi produk, jasa ataupun layanan yang telah diulas. Hal ini menjadikan ia sebagai salah satu *influencer* terkenal dikalangan pengguna media sosial khususnya *tiktok* di Kota Jambi.



Gambar 1. 1 Postingan akun @NANDAGABUT_

Pada gambar di atas, terlihat bahwa video tersebut baru diunggah sekitar 4 jam yang lalu dan berhasil meraih 2.191 *like*, 54 komentar, 623 disimpan sebagai favorit dan 1.238 dibagikan ke akun lain.

Pada akun [@NANDAGABUT_](#) ini ditemukannya beberapa kata baru yang muncul dan dipakai oleh pemilik akun sebagai sebuah identitas bagi dirinya, kata-kata ini merupakan permainan kata, penggabungan kata atau bahkan hasil pengubahan dari hasil kreatifitas pengguna yang secara kebahasaan memiliki tatanan bahasa yang salah.



Gambar 1. 2 Kesalahan Berbahasa dalam Postingan akun

@NANDAGABUT

Kata-kata unik yang digunakan tersebut kini menjadi ciri khas yang membangun identitas tersendiri bagi akun *tiktok* [@NANDAGABUT](#) dalam penyampaian informasi disetiap unggahannya.

Apabila diperhatikan lebih dalam, fenomena yang berkembang dalam media sosial *tiktok* yakni tak jauh dari tontonan yang menarik dan unik yang akan menjadi viral dan mendapatkan jumlah tayangan dan *like* yang fantastis. Dalam hal ini akun [@NANDAGABUT_](#) dapat dikatagorikan ke dalam akun yang memiliki keunikan dan identitas yang kuat dari pemilihan kata dalam penyampaian informasinya, bukan sekedar guyon atau hal-hal konyol. Sejalan

dengan teori yang mengatakan bahwa setiap individu memiliki ciri khas kebahasaannya tersendiri yang disebut sebagai idiolek (Chaer & Agustina, 2014), (Permatasari & Indrawati, 2021), (Sari, 2020).

Penelitian ini penting untuk dilakukan, karena banyak ditemukannya kata-kata baru yang mucul. Kemunculan kata tersebut tidak didasari dengan alasan yang jelas dan penggunaan kata tersebut tidak terorganisir dengan baik. Apabila dibiarkan secara terus menerus maka masyarakat akan terbiasa menggunakan kata-kata yang tidak memiliki arti atau dasar tujuan yang jelas sehingga dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam komunikasi.

Salah paham dapat menimbulkan berbagai dampak negatif yang merugikan. Dalam hubungan personal, kesalahpahaman sering memicu konflik, merusak kepercayaan, dan menimbulkan ketidaknyamanan emosional. Di tempat kerja, hal ini dapat menyebabkan penurunan produktivitas, kesalahan dalam pengambilan keputusan, dan bahkan kerugian finansial. Dalam skala yang lebih luas, kesalahpahaman dapat menciptakan ketidakpercayaan publik, kepanikan, atau konflik sosial, terutama ketika informasi penting tidak disampaikan dengan jelas. Kesalahpahaman dalam penafsiran pesan seringkali disebabkan oleh pembawa pesan yang tidak memahami latar belakang budaya penerima pesan atau salah dalam memilih saluran komunikasi (Meilani dkk., 2024). Kemiripan budaya dalam persepsi memungkinkan pemberian pemaknaan kata serupa terhadap suatu objek atau peristiwa (MZ Palito, 2022). Oleh karena itu, penting untuk selalu memastikan pesan disampaikan dan diterima dengan tepat, untuk menghindari dampak-dampak negatif tersebut. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat paham tentang tujuan penggunaan kata-kata baru yang

menjadi identitas personal seseorang baik dalam media sosial maupun dalam dunia nyata.

Salah satu contoh kasus fenomena sosial yakni kasus *food vlogger* “Cadeblu”.



Gambar 1. 3 Berita terkait fenomena sosial

Dalam ulasan makanan yang viral *ditiktok* dan *youtube*, *food vlogger* Codeblu menggunakan kata-kata atau gaya komunikasi yang sarkastik, melebih-lebihkan, dan bernada sensasional, seperti:

- “Kok bisa jual makanan kayak begini?”
- “Ini parah banget, masa kue dikasih ke panti dalam keadaan kayak gini?”
- “Nastar rasa aib.”

Kata-kata tersebut bukan hanya viral dimedia sosial, tapi juga menyulut emosi warganet, menciptakan kehebohan dan juga menimbulkan kesalahpahaman publik terhadap reputasi pemilik usaha. Kata-kata viral yang awalnya digunakan untuk menarik perhatian dan hiburan dalam konten makanan, kini berubah

menjadi senjata opini yang bisa merusak reputasi, terutama jika digunakan tanpa pertanggungjawaban dan fakta yang jelas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiolinguistik untuk mengkaji idiolek yang digunakan dalam unggahan akun *tiktok* @NANDAGABUT_. Sosiolinguistik dan variasi bahasa memiliki keterikatan yang erat, sebab variasi bahasa muncul akibat adanya interaksi sosial yang dibahas dalam keilmuan sosiolinguistik.

Dari fakta unik tersebut maka penelitian terkait variasi bahasa yang biasa digunakan oleh akun *tiktok* @NANDAGABUT_ dalam postingan video vlog kuliner serta faktor-faktor yang mempengaruhinya itu menarik untuk dibahas dengan judul sebagai berikut, “**Idiolek dalam Vlog Kuliner Tiktok @NANDAGABUT_ Periode Juli-Oktober 2024**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka teridentifikasi masalah dalam penelitian ini ialah terkait idiolek. Kridalaksana (1980) mendefinisikan idiolek sebagai keseluruhan ciri kebahasaan pada diri seseorang. Ciri itulah yang kemudian membentuk identitas yang melekat pada diri tiap manusia. Idiolek tiap orang berkenaan dengan tiga hal, yaitu warna suara, pilihan kata, dan gaya bahasa (Chaer & Agustina, 2014). Dalam penelitian ini, objek kajian idiolek yang dimaksud hanya pada pilihan kata, sedangkan warna suara dan gaya bahasa tidak dibahas, dikarenakan keterbatasan waktu penelitian.

Menurut Chaer (2010), timbulnya ragam bahasa atau variasi bahasa disebabkan penutur bahasa dalam masyarakat tutur bukan merupakan kumpulan

manusia yang homogen, sehingga wujud bahasa yang konkret, yang disebut parole menjadi tidak seragam. Terjadinya keragaman atau kevariasian bahasa ini bukan hanya penuturnya yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam (Sari, 2020).

Menurut konsepsi sosiolinguistik, struktur masyarakat yang selalu bersifat heterogen (tidak pernah homogen) mempengaruhi struktur bahasa. Adapun struktur masyarakat disini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti siapa yang berbicara (*who speaks*), dengan siapa (*with whom*), di mana (*where*), kapan (*when*), dan untuk apa (*to what end*) (Wijana, 2022). Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini tentu saja tidak ada istilah *single style speaker*. Hal ini terlihat dari salah satu prinsip yang digariskan oleh Bell dalam Sholihatin (2023) yaitu, tidak ada satu gaya penutur suatu bahasa karena setiap individu mengontrol dan menggunakan berbagai gaya linguistik dan tidak ada seorang pun yang berbicara dengan cara yang persis sama dalam semua keadaan.

Sejalan dengan itu, Ervin Tripp dalam Trianto (2025) mengidentifikasi empat faktor utama sebagai penanda pemilihan bahasa penutur dalam interaksi sosial, yaitu (1) latar (waktu dan tempat) dan situasi; (2) partisipan dalam interaksi, (3) topik percakapan, dan (4) fungsi interaksi. Faktor pertama dapat berupa hal-hal seperti makan pagi dilingkungan keluarga, rapat di keluarahan, selamatan kelahiran disebuah keluarga, kuliah, dan tawar-menawar barang di pasar. Faktor kedua mencakup hal-hal seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, status sosial ekonomi, dan perannya dalam hubungan dengan mitra tutur. Hubungan dengan mitra tutur dapat berupa hubungan akrab dan berjarak. Faktor ketiga dapat berupa topik tentang pekerjaan, keberhasilan anak, peristiwa-peristiwa aktual, dan

topik harga barang di pasar. Faktor keempat berupa fungsi interaksi seperti penawaran, menyampaikan informasi, permohonan, kebiasaan rutin (salam, meminta maaf, atau mengucapkan terima kasih) (Marpaung, 2022). Pendapat tersebut diperkuat oleh pernyataan Chaer dan Agustina dalam Hayati (2021) yang menyatakan bahwa variasi bahasa dipengaruhi oleh aspek waktu, lokasi, lingkungan sosial budaya, kondisi komunikasi, serta media yang digunakan.

Dengan keterbatasan waktu yang dimiliki, oleh karena itu objek penelitian ini dibatasi dengan periode unggahan yakni dari bulan Juli-Oktober 2024.

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang merujuk pada teori Kridalaksana (1980), (Chaer & Agustina, 2014), dan Ervin Tripp dalam Trianto (2025) di atas maka dapat ditentukan fokus masalah penelitian ini. Penelitian terkait idiolek dalam vlog kuliner tiktok @NANDAGABUT_ periode Juli-Oktober 2024 akan difokuskan kepada bentuk idiolek, yakni pilihan kata yang sebagaimana dijelaskan Ngafenan dalam Sujaji (2022) bahwasanya bentuk linguistik adalah kesatuan yang mengandung arti, baik arti leksikal maupun arti gramatikal, Muslich dalam Sujaji (2022) juga mengatakan bahwa bentuk linguistik (*linguistic form*) adalah satuan-satuan ucapan yang diikuti dengan arti. Sejalan dengan itu Chaer dan Agustina dalam Hayati (2021), menjelaskan bahwa variasi bahasa dipengaruhi oleh aspek waktu, lokasi, lingkungan sosial budaya, kondisi komunikasi, serta media yang digunakan. Faktor sosial budaya berperan dalam membedakan bahasa yang digunakan oleh berbagai kelompok dalam masyarakat. Dalam hal ini bentuk idiolek diperkuat oleh pendapat Linton dalam Ratna (2007) menyatakan bahwa setiap unsur kebudayaan terdiri atas bentuk (*form*), makna

(*meaning*), penggunaan (*use*), dan fungsi (*function*). Selanjutnya difokuskan pula pada faktor yang mempengaruhi pemilihan variasi bahasa penutur yakni, (1) latar (waktu dan tempat) dan situasi; (2) lingkungan sosial budaya, (3) topik percakapan atau kondisi komunikasi, dan (4) media yang digunakan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan penelitian yang telah diungkapkan sebelumnya, maka diperoleh pertanyaan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut.

1. Bagaimana idiolek yang digunakan dalam vlog kuliner @NANDAGABUT_ periode Juli-Oktober 2024?
2. Apa saja faktor yang menyebabkan adanya idiolek yang digunakan dalam vlog kuliner @NANDAGABUT_ periode Juli-Oktober 2024?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan yang menjelaskan apa yang ingin dicapai melalui suatu penelitian. Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan, berikut pemaparan tujuan penelitiannya.

1. Menjelaskan bagaimana idiolek yang digunakan dalam vlog kuliner @NANDAGABUT_ periode Juli-Oktober 2024.
2. Menjelaskan faktor apa yang menyebabkan adanya idiolek yang digunakan dalam vlog kuliner @NANDAGABUT_ periode Juli-Oktober 2024.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian terkait idiolek dalam vlog kuliner @NANDAGABUT_ periode Juli-Oktober 2024, diharapkan secara maksimal dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat tertuju pada ranah teoretis dan praktis.

1.6.1 Manfaat Teoretis

Adapun manfaat teoretis dari penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

1. Temuan dalam hasil penelitian ini diharapkan bisa menghadirkan kebermanfaatan terkait perkembangan teori dalam ranah pembelajaran ilmu kebahasaan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau pedoman bagi penelitian selanjutnya dengan objek kajian yang berbeda.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis. Adapun manfaat praktis dari penelitian ini ialah sebagai berikut.

- 1) Untuk para pembaca, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memahami konsep bahasa idiolek dan bagaimana variasi bahasa ini muncul dalam konteks vlog kuliner.
- 2) Untuk para peneliti yang hendak melakukan pengembangan kajian di masa mendatang, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pondasi untuk melakukan penelitian terbaru dengan melibatkan pendekatan atau sudut pandang yang berbeda.

1.7 Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada ringkasan pengertian yang menggambarkan arti dari judul penelitian, bertujuan agar mudah dimengerti. Penjelasan definisi operasional ini menjadi penting untuk menghindari kebingungan dan perbedaan penafsiran terkait dengan istilah-istilah yang dipakai dalam judul penelitian. Dalam konteks ini, penelitian ini berjudul “Idiolek dalam Vlog Kuliner Tiktok @NANDAGABUT_ Periode Juli-Oktober 2024,” definisi operasional melibatkan penjelasan mendalam terkait variasi bahasa idiolek yang terdapat dalam video vlog kuliner tersebut. Hal ini mencakup:

1. Variasi Bahasa disebabkan oleh adanya kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat atau kelompok yang sangat beragam dan dikarenakan oleh para penuturnya yang tidak homogen (Logita & Juidah, 2022);
2. Idiolek sebagai keseluruhan ciri kebahasaan pada diri seseorang Kridalaksana (1980). Ciri itulah yang kemudian membentuk identitas yang melekat pada diri tiap manusia. Variasi idiolek tiap orang berkenaan dengan tiga hal, yaitu warna suara, pilihan kata, dan gaya bahasa (Chaer & Agustina, 2014). Karena itulah terkadang kita bisa mengenali seseorang hanya dengan mendengar suaranya;
3. Vlog merupakan salah satu media digital yang berisikan monolog individual tentang opini ataupun pengalaman pribadi (Sugiono & Irvansyah, 2019);
4. Kuliner adalah sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas masak-memasak, karena masakan merupakan hasil olahan dari kegiatan masak-memasak maka masakan juga dapat dianggap sebagai kuliner (Siga, 2022);

5. *Food vlogger* adalah orang-orang yang menggunakan platform video medkosnya untuk posting aktivitas *review* makanan, punya ciri khas dan kreativitas mengemas video, interaktif dengan warganet, saling berkolaborasi sesama mereka, dan konsisten (Irawan dkk., 2024);
6. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015);
7. *Tiktok* adalah salah satu *platform* media sosial yang perkembangannya paling cepat didunia. *Tiktok* memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi *tiktok* juga digemari oleh berbagai kalangan di Indonesia, termasuk figur publik. Namun, tidak banyak orang mengetahui asal mula kehadiran *tiktok* yang menjadi candu ini (Wulan dkk., 2024).