

## KARAKTERISTIK BAHASA DALAM KONTEN @NANAKOOT

Yulia Nur Hasanah<sup>1</sup>, Fathia Indah Zahra El I.<sup>2</sup>, Astri Juliarahma Pangesti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

<sup>1</sup>yulia.nurhasanah21@mhs.uinjkt.ac.id, <sup>2</sup>fathia.indah21@mhs.uinjkt.ac.id,

<sup>3</sup>astri.pangesti21@mhs.uinjkt.ac.id

### Abstrak

Karakteristik bahasa adalah ciri atau tanda suatu bahasa sebagai pembeda, sehingga menciptakan keunikan dalam ujaran. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan karakteristik bahasa yang terkandung dalam ujaran pada konten vlog makanan di TikTok melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Peneliti mengkaji bahasa yang bersumber dari konten video bertema kuliner pada akun Tiktok dengan nama pengguna @nanakoot. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak dan catat. Sumber data berupa video diamati kemudian ditranskripsi dengan mencatat seluruh ujaran. Data transkripsi direduksi sehingga hanya terkumpul data yang terfokus pada pemecahan masalah. Dalam menganalisis data, peneliti mengelompokkannya ke dalam jenis variasi bahasa serta faktor pengaruh penggunaan bahasa. Hasil penyelidikan ini menunjukkan bahwa terdapat enam ciri karakter bahasa yang dipengaruhi oleh latar belakang serta konteks sosial penuturan. Adapun keenam karakteristik bahasa dalam ujaran pada konten vlog makanan milik @nanakoot meliputi penggunaan ragam bahasa daerah, ragam bahasa asing, ragam sosial, ragam akrab, campur kode, serta pengucapan dialek Jawa.

**Kata Kunci:** Karakteristik bahasa; Konten; Vlog makanan; TikTok.

### Abstract

*Characteristics of language are mark or sign as differentiator of a language to creating uniqueness in speech. The goal of this research is to describe the characteristics of language in speech of culinary vlog content on TikTok through qualitative descriptive method. The researchers examines the language sources from culinary-themed video content on TikTok account with username @nanakoot. Data collection was carried out by observing and noting techniques. Transcription data is reduced so that only data that focused on problem solving is collected. The researchers grouped them into types of language variation and the influence factor of language uses. The results of the research show that there are six language character traits that are influenced by the background and social context of the narrative. The six language characteristics in speech in @nanakoot food content include the use of regional languages, foreign languages, social language, familiar languages, code mixing, and Javanese dialect.*

**Keywords:** Language characteristics; Content; Food vlogger; TikTok.



Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

## PENDAHULUAN

Manusia menggunakan bahasa sebagai sarana untuk melakukan interaksi. Sebagai insan yang hidup saling berdampingan, manusia memerlukan alat guna menuangkan ekspresi dan pikirannya untuk mengungkapkan situasi atau kondisi yang dirasakan. Pemanfaatan bahasa dalam berkomunikasi harus memenuhi ciri tertentu agar kata yang dihasilkan tetap komunikatif. Widjono (2007: 14) menyatakan bahwa sistem-sistem lambang bunyi merupakan hakikat sebuah bahasa. Ditinjau dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan jika bahasa terdiri atas simbol bunyi yang bermakna. Dengan sifatnya yang arbitrer atau manasuka, manusia menciptakan bahasa berdasar konvensi sekelompok masyarakat (Kridalaksana, 1993: 21). Ini dimaksudkan agar terwujud interaksi komunikatif melalui bahasa. Perbedaan antara bahasa dengan alat komunikasi lainnya terletak pada ciri dan karakteristik yang dimiliki (Chaer, 2012: 33). Keberagaman bahasa menghasilkan berbagai variasi bentuk kebahasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Bentuk-bentuk bahasa yang dihasilkan dipengaruhi oleh penutur maupun konteks tuturan. Pembentukan bahasa sedemikian rupa bertujuan untuk mempermudah mitra tutur dalam memahami pesan penutur. Selain itu, ujaran dengan ciri khas tertentu mampu menarik atensi pendengar. Bentuk bahasa berkarakteristik dapat ditemukan dalam berbagai lingkup komunikasi, tidak terkecuali pada ungkapan lisan maupun tulisan di media elektronik.

Konten merupakan sarana informasi yang dibuat oleh satu atau sekelompok orang dengan tujuan menghibur, mengedukasi, dan mempromosikan (Kalinin, 2019: 16). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konten didefinisikan sebagai informasi mengenai suatu hal yang dikemas untuk dimasukkan ke dalam media elektronik. Seiring perkembangan teknologi di era digitalisasi, media informasi mengalami perubahan ke dalam bentuk digital sebagai upaya mengefisienkan produktivitas masyarakat (Respati, 2014: 40). Perkembangan teknologi memunculkan istilah konten digital, di mana kreator dapat membagikan konten secara digital melalui berbagai platform. Kehadiran konten digital mempermudah masyarakat dalam mengeksplorasi pengetahuan atau informasi yang diperlukan. Isi konten dapat berupa teks atau tulisan, skema dan gambar, serta berformat video dengan pemanfaatan audio visual. Berbagai jenis konten dapat ditemukan oleh masyarakat melalui situs web, media sosial, dan media berbasis aplikasi lainnya. TikTok sebagai aplikasi penyedia tempat bagi para kreator untuk membagikan konten secara digital memiliki algoritma yang menyesuaikan minat serta ketertarikan pengguna, sehingga aplikasi ini selalu memunculkan preferensi video bergantung pada konten yang disukai. TikTok sangat bersahabat dengan kreator karena mempermudah untuk memviralkan konten yang telah dibuat, oleh karena itu *platform* ini cocok dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran atau pengiklanan.

TikTok menyajikan beragam konten yang banyak disukai masyarakat Indonesia (Hasiholan, dkk., 2020: 71). Nana Koot merupakan satu dari sekian *food vlogger* di Indonesia yang namanya cukup dikenal masyarakat, merujuk pada jumlah pengikut pada akun TikTok miliknya yang mencapai 5,2 juta per Mei 2023. Pemilik akun @nanakoot ini menyajikan beragam konten kuliner dengan tujuan menghibur dan memberikan informasi. Kepopuleran Nana Koot dimanfaatkan beberapa *brand* makanan untuk mempromosikan produknya. Tiap kreator harus memiliki keunikan atau daya tarik dalam kontennya agar mudah diingat oleh masyarakat (Milenika, 2021: 23). Salah satu ciri khas atau karakteristik nampak pada bahasa yang digunakan. Penggunaan bahasa pada kreator dengan konten spesialis kecantikan akan berbeda terhadap pembuat konten kuliner bertema makanan. Istilah khusus dalam suatu bidang menjadi pemicu karakteristik bahasa

yang digunakan. Latar belakang individu sebagai kreator juga mempengaruhi ciri khas penggunaan bahasa. Nana Koot adalah seorang *food vlogger* asal Surabaya yang melakukan *review* makanan menggunakan bahasa Indonesia dengan aksen Jawa cukup kental sehingga terdengar medok. Tidak jarang Nana Koot menyelipkan kosa kata bahasa Jawa dalam ucapannya. Dalam video yang diunggah pada akun TikTok, seringkali muncul anak perempuannya yang akrab dengan panggilan Inces untuk ikut masuk dalam konten yang dibuat.

Ragam bahasa dapat terindikasi sebagai situasi berbahasa dengan mementingkan tujuan, aturan, dan penggunaan bahasa (Warsiman, 2014: 32). Individu mempergunakan bahasa dalam berkomunikasi dengan memperhatikan situasi tuturan. Pemakaian bahasa dapat menjadi ciri atau kekhasan pada individu. penggunaan bahasa Telah ada penelitian terdahulu yang mengangkat bahasan mengenai penggunaan bahasa berkarakteristik dalam lingkup ragam bahasa tulis mau pun lisan. Seperti yang telah dilakukan oleh Irawan, dkk (2020); Prayudi dan Nasution (2020); Oktavia dan Hayati (2020); Wirduna, dkk (2020); Mulyani dan Suhendarti (2020); Kurniawati dan Herdiana (2021); Abid (2021); Junieles dan Arindita (2021); Sari, dkk (2021); serta Kusumawati, dkk (2023) yang mengkaji ciri kebahasaan dalam pemakaiannya.

Irawan, dkk (2020) melalui penyelidikannya berusaha mengungkap bagaimana kreativitas remaja menciptakan pelbagai ragam bahasa gaul dalam mengomentari sesuatu. Hasil menunjukkan bahwa ragam bahasa gaul yang diciptakan mengandung fungsi direktif, fatis, informatif, serta sebagai bahan mengekspresikan diri. Kemudian Prayudi dan Nasution (2020) mencoba melakukan analisis melalui ranah sosiolinguistik dalam upaya mengkaji ragam bahasa lisan melalui akun media sosial Twitter dengan nama pengguna @andihidayat yang menghasilkan ragam bahasa sosial berdasar aspek zeroisasi, diftongisasi, perubahan leksikal, penambahan grafi, perubahan grafi, onomatope, pelepasan, dan campur kode. Selanjutnya Oktavia dan Hayati (2020) mencoba menyelidiki penggunaan ragam istilah yang tercipta sebagai akibat dari pandemi Covid 19. Hasil dari penelitian ini menghasilkan pola-pola karakteristik bahasa yang dirincikan menjadi 14 kata dengan ragam bahasa Inggris, 9 kata terbentuk sebagai sinonim, 10 kata dengan bentuk singkatan, dan 5 kata berakronim. Lalu Wirduna, dkk (2020) mencari ciri khas atau karakteristik bahasa melalui ragam lisan pedagang kaki lima di kota Sabang yang menghasilkan strategi pengucapan meliputi penghormatan, keengganan, penghindaran, perayuan, serta penghargaan. Kemudian Mulyana dan Suhendarti (2020) menggunakan iklan melalui akun belanja *online* di Instagram sebagai bahan penyelidikan dengan hasil berupa ditemukannya kata atau kalimat penggugah, berisi informasi, persuasif, serta kepenulisan keterangan bertenaga gerak. Sementara Kurniawati dan Herdiana (2021) mempergunakan tiga sampel akun bisnis untuk dianalisis kecenderungan karakteristik bahasa melalui segi sarana serta penggunaannya. Hasil didapatkan karakteristik bahasa berdasar sarana meliputi ragam lisan yang dituliskan, bersifat informal, mengandung keefektifan bahasa, serta adanya pemendekan kata. Sedangkan ciri berdasar pemakaian diperoleh satu indikator berupa register dengan rincian fungsi: instrumental, regulasi, representasi, dan heuristik.

Penelitian lain diselidiki oleh Abid (2021) dengan mempergunakan teks SMS melalui kolom “Lapor Cik” dalam harian rakyat Bengkulu guna mengkaji karakteristik penggunaan bahasa. Hasil yang didapat menunjukkan adanya ragam formal, pemakaian bahasa asing, penyingkatan kata dengan penggunaan klipring, serta penggunaan majas pertentangan; perbandingan; pertautan. Junieles dan Arindita (2020) mempergunakan bahasa dalam iklan bisnis layanan aplikasi *chatting* di YouTube sebagai objek kajian

dengan menganalisis karakteristik serta fungsi bahasa yang terkandung di dalamnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga karakteristik bahasa yang ditemukan berdasarkan fungsi penggunaannya, meliputi: bahasa daerah, bahasa gaul, dan bahasa asing. Fungsi dari keberagaman bahasa yang digunakan dalam iklan tersebut di antaranya sebagai peranan informatif, ekspresif, direktif. Kemudian Sari, dkk (2021) mengkaji bahasa dalam berita utama surat kabar Suara Merdeka tahun 2021 sebagai objek kajian untuk dianalisis karakteristik bahasa jurnalistik di dalamnya. Hasil menunjukkan bahwa karakteristik bahasa jurnalistik dalam objek kajian meliputi penggunaan bahasa komunikatif, spesifikasi kalimat, pemilihan kata dengan kejelasan makna, penghematan kata, dan keselarasan kata. Adapun penggunaan bahasa komunikatif menjadi ciri yang paling banyak ditemui dengan penghematan dan keselarasan kata sebagai ciri paling jarang ditemukan. Lalu Kusumawati, dkk (2023) melakukan kajian terhadap bahasa dalam iklan belanja *online* di Shopee dan Tokopedia guna membandingkan karakteristik pemakaian bahasa di dalamnya. Hasil didapatkan bahwa penggunaan kalimat dalam iklan kedua aplikasi belanja *online* ditemukan kalimat informatif, menggugah, persuasif, dan komunikatif.

Berdasarkan penelitian terkait sebelumnya, peneliti belum menemukan riset yang menganalisis bentuk karakteristik bahasa pada konten berbasis vlog makanan di media sosial. Oleh karena itu, topik penelitian ini dapat menjadi kebaruan yang melengkapi kajian terdahulu mengenai karakteristik bahasa. Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis jenis variasi bahasa serta faktor yang mempengaruhi penggunaan bahasa dalam konten TikTok @nanakoot. Chaer dan Agustina (2004: 3) menyatakan bahwa bahasa sebagai objek sosiologi tidak hanya dilihat melalui kacamata bahasa, namun dapat diamati peranannya dalam interaksi manusia. Hal ini dikarenakan manusia adalah makhluk sosial yang tidak akan pernah lepas dari berbagai interaksi kehidupan. Dengan mengangkat topik mengenai karakteristik bahasa dalam konten bertema kuliner, diharapkan mampu memberikan pemahaman lebih terhadap aspek-aspek keberagaman bahasa yang digunakan masyarakat khususnya pada konten tertentu.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian pada artikel ini menggunakan rancangan kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dengan tujuan pengamatan atau dalam artian kata-kata tersebut harus dapat diamati. Penelitian deskriptif didasarkan pada fakta yang ada atas fenomena yang memang secara empiris hidup dalam penuturan sehingga dihasilkan bahasa apa adanya (Sudaryanto, 1993 : 62). Metode penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, melainkan didokumentasikan dengan berbagai teknik pengumpulan data kualitatif (Gunawan, 2013: 49). Dalam mengumpulkan data temuan, peneliti menggunakan teknik simak dan catat. Sumber data berupa 30 konten video berbasis vlog pada akun TikTok dengan nama pengguna @nanakoot diamati kemudian dilakukan transkripsi untuk mencatat kalimat berkarakteristik sebagai data penelitian.

Hasil transkripsi yang terkumpul akan dianalisis hingga hanya terkumpul data yang difokuskan pada pemecahan masalah. Dalam tahap ini, data yang dipilah merupakan kata atau kalimat yang mengandung ciri atau karakteristik bahasa pada ujaran penutur. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks dan tabel dengan mendeskripsikan setiap aspek-aspek pembahasan. Penelitian ini menganalisis data temuan berdasarkan

jenis variasi bahasa serta faktor yang mempengaruhinya. Data yang sudah diverifikasi akan disimpulkan berdasar hasil pembahasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data yang ditemukan dalam konten video Nana Koot merujuk pada teori mengenai karakteristik bahasa akan dijabarkan pada bagian ini. Adapun penyajian data serta pembahasan dijabarkan per variasi yang ditemukan. Penemuan variasi bahasa berkarakteristik pada ujaran Nana Koot dalam kontennya meliputi penggunaan dialek Surabaya, pemilihan kosa kata dari beberapa ragam bahasa, serta adanya peristiwa campur kode. Ragam bahasa yang ditemukan mencakup ragam bahasa daerah, ragam bahasa asing, ragam sosial, dan ragam akrab.

### Dialek Surabaya

Keragaman yang dimiliki Indonesia salah satunya adalah kehadiran dialek pengucapan bahasa daerah. Bahasa Jawa dengan dialek Surabaya dikenal dengan sebutan basa Suroboyoan. Ciri kekhasan dialek Surabaya dapat ditinjau melalui segi wujud, cakupan makna, serta ragam pengucapan. Penggunaan dialek Surabaya dapat terlihat melalui tuturan Nana Koot. Dialek Surabaya yang kerap muncul adalah penggunaan kata “arek” atau “rek” sebagai kata panggilan yang ditujukan kepada penonton vlog. “Arek” merupakan bahasa Jawa dengan arti “bocah” dan termasuk ke dalam dialek Surabaya. Selain itu, partikel khusus dalam dialek Surabaya yang tampak pada tuturan Nana Koot adalah penggunaan partikel “seh” yang biasanya hadir di akhir kalimat, adapun data temuannya yaitu “pokok seh” dan “opo seh”. Ciri lain yang terlihat pada penuturan Nana Koot adalah pemakaian kata “mari” yang merujuk pada arti “selesai”, Nana Koot menggunakan kata “mari” dalam tuturan ketika menjelaskan tutorial memasak. Tuturan yang ditemukan adalah sebagai berikut:

*“Mari gitu kita tumis bawang putih, bawang merah, bawang bombay sampai lemes.”*

*“Mari gita kita taro adonan nasinya, dan digulung-gulung.”*

*“Mari gitu tanbahin bumbu dengan garam, lada hitam, dan tepung maizena”*

*“Mari gitu siram ke potongan mangga, rek.”*

Berdasar penuturan yang ditemukan, ciri kebahasaan dalam tuturan Nana Koot terlihat pada penggunaan kata “mari gitu” dengan acuan makna “setelah itu” yang merujuk pada ucapan dalam menginformasikan cara atau tutorial pembuatan sebuah makanan. Selain berisi video *review* makanan, Nana Koot memang kerap membagikan video tutorial atau cara pembuatan berbagai masakan. Dialek Surabaya yang muncul pada penuturan Nana Koot juga terlihat pada penambahan bunyi huruf /e/ di akhir sebuah kata. Adapun data yang ditemukan berupa “bau e”, “cocok e”, “asem e”, “salmon e”, “bumbu e”, “pasar e”, “untung e” dan “amis e”. Ungkapan yang menjadi ciri kebahasaan tuturan Nana Koot dalam kontennya adalah ia mempergunakan kata “wenak pol” dan “sueger pol” sebagai bentuk ekspresi terhadap cita rasa makanan yang disantap. Dialek Surabaya yang muncul juga nampak pada pengucapan bunyi huruf /u/ yang terdengar seperti huruf /o/, ini terlihat dalam tuturan kalimat “pasare totop kabeh”. Kata “totop” merupakan asal kata dari “tutup” yang diucapkan dengan logat Surabaya.

## Ragam bahasa daerah

Tabel 1 Ragam Bahasa Daerah dalam Konten @nanakoot

Bahasa Jawa	Terjemahan
Tiwas tak pikir anggur beneran	Udah aku pikir anggur beneran
Tuku nang ndi? Pasare totop kabeh	Beli di mana? Pasarnya tutup semua
Iki bukan manisan rek	Ini bukan manisan
Koyo debt colector	Seperti debt colector
Nah sing larang itu ongkir 60 mewu rek	Nah yang mahal itu ongkir 60 ribu
Koyo swiwine gitu ya	Seperti sayap gitu ya
Rasa e langu	Rasanya agak bau dan aneh di mulut
Masem e dikit, amis e ada	Rasanya sedikit asam, ada rasa manisnya
Pakai endog sama saus wijen sangrai	Pakai telur dan saus wijen sangrai
Cuma pakai toping endog dan mix vages	Cuma pakai toping telur dan sayur

Penggunaan bahasa Jawa pada penuturan Nana Koot disebabkan oleh faktor pengaruh latar belakang penutur sebagai pemakai bahasa. Dalam kontennya, Nana Koot kerap memakai ragam bahasa daerah pada penuturannya. Nana Koot juga kerap menyelipkan penggunaan bahasa Jawa dalam ujarannya, terutama ketika menyebutkan bahan makanan serta cita rasa dalam makanan pada konten tersebut. Dalam video yang di analisis, penyebutan kata dalam bahasa Jawa ditemukan pada beberapa kalimat seperti pada tabel 1. Nana Koot menyebutkan beberapa kata bahan makanan dalam bahasa Jawa, yaitu seperti “swiwine” yang berarti sayap dan “endog” yang berarti telur. Bentuk ekspresi terhadap santapan juga ditemukan dalam bahasa Jawa, seperti saat Nana Koot hendak mendeskripsikan cita rasa makanan melalui penggunaan kata “langu” untuk menjelaskan sensasi rasa makanan di mulut. Selain itu, ungkapan mengenai cita rasa juga diucapkan dalam bahasa Jawa seperti pada kata “masem e” dan “amis e” yang mengacu pada rasa asam dan manis.

## Ragam bahasa asing

Penggunaan kata atau istilah dalam bahasa asing ditemukan pada pengucapan bahasa oleh Nana Koot. Kecenderungan pemakaian ragam bahasa asing merujuk pada nama dagang serta istilah dalam bidang kuliner. Dalam mengungkapkan gagasannya, Nana Koot juga kerap kali menggunakan kata asing. Konten TikTok bertema kuliner memiliki karakteristik bahasa dengan fungsi informatif dan ekspresif. Penggunaan kata atau istilah asing dipilih Nana Koot ketika mengungkapkan cita rasa serta sebagai bentuk ekspresi terhadap *review* makanan yang disantap. Selain itu, ditemukan kata asing dengan fungsi informatif merujuk pada tata cara atau tutorial memasak. Ciri yang tampak dalam konten tutorial milik Nana Koot adalah penggunaan kalimat “Happy Cooking” yang diucapkan tiap akhir video tutorialnya. Rincian ragam bahasa asing dalam akun @nanakoot dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Ragam Bahasa Asing dalam Konten @nanakoot

Kata Asing	Istilah Bidang Kuliner	Nama Dagang
Event wedding	Live seafood	All you can eat
Signature	Crunchy	French fries
Original	Smoky	Japanese food
Most favorite	Super juicy	Korean sweet potato
All time favorite	Dessert	Tahu manca original
Outlet	Topping	Chicken briyani
Freezer	Mix vages	Chicken kafta biryani
Happy cooking	Grill	Butter chicken curry
Hidden gem	Glazy	Korean food market
Thank you	Recook	Creamy blue smoke
Flash sale	Creamy	Potato pancake
Order	Fresh oyster	
Good quality	Flavorful	
Anniversary	Golden brown	
Buy two get one free	Super crispy	

Penggunaan kata atau istilah dalam bahasa asing yang ditemukan didominasi oleh kata asing yang mengacu pada ungkapan dalam bidang makanan atau kuliner. Nana Koot selain mempergunakan bahasa Jawa untuk mendeskripsikan cita rasa, penggunaan bahasa asing juga muncul dalam penyebutan cita rasa mau pun bentuk visual makanan. Data temuan berupa penyebutan cita rasa makanan meliputi ungkapan “crunchy” untuk menyebut rasa renyah, “smoky” untuk menyebut makanan yang dipanggang atau bakar, “suoer juicy” untuk menyebut tekstur yang sangat berair seperti jus, “glazy” menyebut visual makanan, “creamy” untuk menyebut tekstur lembut, “flavorful” untuk menyebut cita rasa penuh, dan “super crispy” untuk menyebut rasa sangat renyah. Pada konten Nana Koot, ditemukan pula istilah bidang kuliner seperti: live seafood, dessert, topping, grill, fresh oyster, dan golden brown. Kata “live seafood” mengacu pada makanan laut yang dimasak dalam keadaan segar, sesuai pada kata “fresh oyster” yang memiliki arti tiram segar. Kata “dessert” merupakan istilah yang merujuk pada hidangan penutup, lalu “topping” merupakan istilah untuk penyebutan bahan baku tambahan. Kata “golden brown” merujuk pada visual makanan yang berwarna coklat keemasan, biasanya hadir untuk mendeskripsikan makanan yang digoreng.

Nana Koot memiliki jumlah pengikut cukup banyak, sehingga tidak jarang isi dalam video konten terdapat iklan atau promosi dari *brand* makanan atau minuman. Maka bentuk atau ciri kebahasaan dalam ujaran Nana Koot tidak terlepas dari istilah promosi. Data temuan dalam bahasa asing yang merujuk pada ungkapan promosi yaitu: “most favorite”, “all time favorite”, “hidden gem”, “flash sale”, “order”, “good quality”, dan “buy two get one free”. Selain itu, penggunaan bahasa asing juga muncul dalam penyebutan beberapa kata benda atau kata sifat seperti “signature”, “original”, “outlet”, dan “freezer”. Semua kata tersebut merupakan benda atau ungkapan yang kerap ditemukan dalam bidang kuliner.

### Ragam sosial

Penggunaan kata atau istilah dalam ragam sosial ditemukan pada pengucapan bahasa oleh Nana Koot. Kecenderungan pemakaian ragam bahasa sosial merujuk pada nama “inces” yang merupakan panggilan dari anak Nana Koot yang sering masuk ke dalam vlog Nana Koot. Panggilan “inces” berasal dari kata “princess” dalam bahasa Inggris yang berarti putri. Biasanya, panggilan “inces” digunakan untuk merujuk kepada anak perempuan dengan makna yang serupa dengan “putri” atau “putri kecil”. Panggilan Nana Koot kepada anaknya dengan panggilan “inces” merupakan kasih sayang yang diberikan oleh Nanakoot kepada anaknya. Panggilan seperti ini sering digunakan dalam lingkungan keluarga. Dalam konteks kuliner Nanakoot, panggilan “inces” mungkin digunakan oleh Nanakoot untuk memperlihatkan kedekatan dan hubungan yang erat antara dirinya dan anaknya. Hal ini mencerminkan pendekatan yang akrab dalam membangun hubungan dalam lingkup keluarga. Nana Koot juga sering mengajak semuanya untuk ikut hadir dalam konten video, sehingga memunculkan data temuan berupa ungkapan ragam sosial “om bojo” yang merujuk pada panggilan tertuju pada suami Nana Koot. Selain itu, Nana Koot juga kerap menggunakan panggilan “daddy” kepada suaminya. Dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga ragam sosial yang ditemukan dalam ujaran Nana Koot di kontennya, ketiga ragam sosial tersebut mengacu pada panggilan yang hanya ditujukan kepada anggota keluarga yang tertuju yaitu anak dan suami Nana Koot.

### Ragam akrab

Ragam akrab pada konten kuliner Nanakoot terdapat penggunaan dua kata yaitu “gengs” dan “guys” yang merujuk kepada dua kelompok orang yang berbeda dalam komunitas Nanakoot. *Pertama*, kata “gengs” merujuk pada kelompok orang yang bergabung dalam komunitas Nanakoot. Penggunaan kata ini mencerminkan suasana akrab, kebersamaan. Biasanya, kata ini digunakan oleh orang-orang yang sudah akrab dan saling mengenal dalam komunitas tersebut. Penggunaan kata “gengs” menunjukkan adanya ikatan erat dan persaudaraan di antara anggota komunitas Nanakoot. *Kedua*, kata “guys” merujuk kepada pengunjung atau pelanggan Nanakoot secara umum, tanpa memandang jenis kelamin. Kata ini digunakan secara netral dan bersifat inklusif, mengakomodasi semua orang yang datang ke Nanakoot, baik pria maupun wanita. Penggunaan kata “guys” dalam konteks ini mencerminkan pendekatan yang santai dan ramah terhadap semua orang yang datang ke tempat tersebut.

### Campur kode

Penggunaan istilah campur kode ditemukan pada pengucapan bahasa oleh Nana Koot. Campur kode dapat terjadi karena adanya kebiasaan dan keinginan menjelaskan sesuatu dengan santai, sehingga tanpa disadari ia menghasilkan ujaran dengan campur kode. Latar belakang serta konteks sosial menjadi pengaruh dalam percampuran dua atau lebih bahasa pada tuturan seorang penutur. Nana Koot merupakan *food vlogger* asal Surabaya, sehingga tidak jarang terjadi pencampuran bahasa dalam ujarannya. Hal ini disebabkan oleh latar belakang penutur yang berasal atau bertempat tinggal di kota Surabaya. Selain itu, Nana Koot juga kerap memunculkan pencampuran dua bahasa antara bahasa Indonesia dengan bahasa asing. Biasanya penyebutan kata atau kalimat dalam bahasa asing merujuk pada pemakaian istilah masa kini yang selaras dengan tema konten kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik akun terbiasa untuk melakukan



campur kode ketika menjelaskan tentang makanan dalam kontennya. Adapun kalimat ujaran yang dikategorikan sebagai ragam campur kode adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Campur Kode dalam Konten @nanakoot

No	Kalimat Ujaran
1.	Semuanya fresh tapi yang penting no pork jadi muslim friendly
2.	Tapi lucu loh crunchy-crunchy
3.	Iki bukan manisan rek
4.	Koyo debt collector, ngejar terus
5.	Nah sing larang itu ongkir 60 mewu rek
6.	Yowes seringlah, kumaha naon teteh
7.	Ada promo pembelian any pizza dapat free minuman
8.	Jadi best seller di festival
9.	Next ada hot dog by Moekbang
10.	Special live performance dan kpop dance cover di weekends
11.	Back to ayam gorengnya
12.	Salmonnya tuh fresh banget
13.	Ini aku bikin yang super simple
14.	Cuman pakai topping endog dan mix vages
15.	Ini grill nya di api kecil ya
16.	Biar lebih glazy
17.	Make sure gulungnya rapi ya
18.	Mie opo ae boleh yz
19.	Ini tuh creamy-creamy pedes terus ada wangi wijennya
20.	Buat bocil yang ke sini akan dapat free Japanese snack
21.	Tiwas tak pikir anggur beneran
22.	Koyo swiwine gitu ya
23.	Pakai endog sama saus wijen sangrai
24.	Karena ini signature menu mereka wajib di order

Pada data nomor 1, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 19, 20, dan 24 merupakan campur kode antara bahasa Indonesia dengan bahasa asing. Penggunaan kata “fresh”, “no pork”, dan “muslim friendly” mengacu pada informasi makanan yang berbahan dasar segar dan halal untuk dikonsumsi umat muslim. Kemudian penggunaan kata “crunchy-crunchy” merujuk pada tekstur makanan yang digambarkan ada krenyes-krenyes nya. Pemakaian istilah “best seller”, “free”, “signature menu”, dan “order” merupakan kata yang muncul sebagai akibat dari fungsi ujaran untuk menginformasikan serta mempromosikan.

Pada data nomor 3, 5, 18, 21, 22, dan 23 merupakan campur kode yang terjadi antara bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa. Penggunaan kata “iki”, “rek”, “sing larang”, “yowes”, “tiwas tak pikir”, dan “koyo” merupakan penggunaan kata yang merujuk pada ungkapan atau tuturan sehari-hari dalam bahasa Jawa. Nana Koot dalam kontennya mempergunakan ragam lisan yang santai sehingga bahasa ujarannya cenderung bersifat keseharian.

Khusus pada data nomor 4 dan 14, terjadi campur kode tiga bahasa. Dalam kalimat “koyo debt collector, ngejar terus” mengandung bahasa Jawa yaitu “koyo”, bahasa asing yaitu “debt collector”, serta “ngejar terus” yang merupakan bahasa Indonesia. Kemudian dalam data nomor 14 dengan kalimat “cuman pakai topping endog dan mix vages” mengandung dua jenis kata asing meliputi “topping” dan “mix vages”, lalu penggunaan kata dalam bahasa Jawa yaitu “endog”, serta ungkapan bahasa Indonesia yaitu “cuman pakai”. Pencampuran kode antara beberapa bahasa disebabkan oleh penutur yang merupakan seorang multibahasa.

Peninjuan ciri bahasa dapat dilakukan dengan melihat bahasa sebagai simbol bunyi, pembentukan lambang bahasa, kandungan makna dalam lambang bunyi, serta bagaimana bahasa berfungsi dalam situasi dan konteks sosial (Kridalaksana, 1993: 21). Karakteristik bahasa adalah ciri atau tanda yang membedakan suatu bahasa sehingga timbul variasi dalam penggunaannya. Sebagai lembaga kemasyarakatan, bahasa berperan menjadi pembeda antar golongan dalam penutur. Ragam bahasa merujuk pada keunikan bahasa penutur dalam berinteraksi, sehingga variasi bahasa yang timbul merupakan hal normal. Karakteristik yang muncul menghadirkan pembeda dalam penggunaan bahasa ditinjau dari cara pengucapan, pemilihan kata, serta struktur kalimat yang diujarkan oleh penutur (Waridah, 2015: 86). Individu sebagai pemakai bahasa memiliki keunikan atau ciri khas dalam mengucapkan bahasa ujaran, bergantung pada latar pemengaruhnya. Seperti pendapat Sugono (dalam Hutahean, 2004: 23) yang mengklasifikasikan dasar atau kriteria ragam bahasa dengan melihat penggunaan media, latar belakang individu sebagai penutur, serta persoalan bahasa berdasar konteks interaksi. Karakteristik bahasa yang ditemukan dalam penuturan Nana Koot tidak terlepas dari faktor latar belakang serta pengaruh lingkungan penutur. Dialek Surabaya dalam pelafalan tuturan Nana Koot disebabkan karena status penutur yang memiliki keturunan Jawa dengan bertempat tinggal di Surabaya. Kemunculan ragam bahasa asing masih berkaitan terhadap konteks yang dituturkan. Dalam hal ini, ditemukan kosa kata atau kalimat berbahasa asing yang masuk dalam kategori kuliner. Konten Nana Koot berisi berbagai hal seputar kuliner, sesuai dengan pekerjaannya sebagai food vlogger. Penggunaan ragam bahasa akrab atau santai berkaitan dengan kepribadian penutur yang ramah dan terbuka khususnya terhadap para penontonnya. Nana Koot merupakan seorang multibahasawan karena mampu mengucapkan lebih dari satu bahasa, hal inilah yang mengakibatkan terjadinya peristiwa campur kode dalam tuturannya.

## **SIMPULAN**

Pembuat konten kuliner dengan nama akun @nanakoot berasal dari Surabaya, sehingga ditemukan ciri kebahasaan yang mempergunakan bahasa daerah diikuti aksen Jawa dalam pengucapannya. Ragam ini dipengaruhi oleh latar belakang penutur sebagai masyarakat yang tinggal di daerah berbahasa Jawa. Ditemukan pula ragam bahasa asing dalam penggunaan bahasa. Tema kuliner menjadikan ciri khas pemakaian bahasa tidak terlepas dari unsur makanan, seperti penggunaan istilah tertentu dalam bahasa asing. Ditinjau melalui aspek kesopanan, karakteristik bahasa pada konten @nanakoot bersifat informal dengan kecenderungan pembawaan yang santai dan akrab. Dalam membuat konten, Nana Koot kerap kali menghadirkan anggota keluarga sehingga muncul ragam kebahasaan yang hanya berlaku dilingkup keluarga atau disebut sebagai ragam sosial. Nana Koot merupakan dwibahasawan yang mengakibatkan pemunculan campur kode dalam ucapannya. Tercampurnya dua bahasa antara bahasa Jawa dan bahasa Indonesia dapat menjadi ciri kebahasaan dalam penggunaan bahasa oleh Nana Koot.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abid, S. (2021). Karakteristik Bahasa Teks SMS Kolom “Lapor Cik” Harian Rakyat Bengkulu. *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, dan Asing*, 4(2), 427-442.
- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A. dan Agustina, L. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasiholan, TP., dkk. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Coomuniverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.
- Hutahean, S. (2004). Analisis Bahasa Iklan pada Majalah Kartini. *Jurnal Ilmu Bahasa*, 1(1), 21-35.
- Irawan, dkk. (2020). Karakteristik Bahasa Gaul Remaja sebagai Kreativitas Berbahasa Indonesia pada Komentar Status *Inside Lombok* di Instagram. *Jurnal Bastrindo*, 1(2), 201-213.
- Junieles, R. dan Arindita, SF. (2020). Karakteristik dan Fungsi Bahasa Iklan Bisnis Layanan Aplikasi *Chatting* di YouTube. *Konfiks: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajaran*, 28-37.
- Kalinin, CB. (2019). *Implementasi Content Marketing Framework Oleh Hi Jack Sandals dalam Mengkomunikasikan Brand Essence*. S1 Thesis, UAJY.
- Kridalaksana, H. (1993). *Kamus Linguistik Edisi Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawati dan Herdiana. (2021). Karakteristik Bahasa Komunitas Jual Beli *Online* di Media Sosial Instagram. *Jurnal Diksatrasi*, 5(1), 130-145.
- Kusumawati, DP., dkk. (2023). Perbandingan Karakteristik Bahasa Iklan pada Situs Belanja *Online* Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Membaca: Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(1), 19-26.
- Milenika, D. (2021). *Penerapan Ekonomisasi Religiusitas dan Managerial dalam Content Aishwa Nahla Channel Sebagai Salah Satu Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika dan Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Palembang)*. S1 Thesis, UIN Raden Falah Palembang.
- Mulyani, S. dan Suhendarti, N. (2021). Karakteristik Laras Iklan pada Akun *Online Shop* di Platform Media Sosial Instagram. *Jurnal Literasi*, 5(2), 310-316.
- Oktavia, W. dan Hayati, N. (2020). Pola Karakteristik Ragam Bahasa Istilah pada Masa Pandemi Covid 19 (*Corona Virus Disease 2019*). *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(1), 1-15.
- Prayudi, S. dan Nasution, W. (2020). Ragam Bahasa dalam Media Sosial Twitter: Kajian Sosiolinguistik. *Jurnal Metamorfosa*, 6(2), 269-280.
- Respati, W. (2014). Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia. *Jurnal Humaniora*, 5(1), 39-51.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan aneka teknik analisis bahasa: Pengantar penelitian wahana kebudayaan secara linguistik*. Duta Wacana University Press.
- Sari, dkk. (2021). Karakteristik Bahasa Jurnalistik dalam Berita Utama Surat Kabar *Suara Merdeka* Tahun 2021. *Jurnal Sasindo: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 173-179.

- Waridah. (2015). Penggunaan Bahasa dan Variasi Bahasa dalam Berbahasa dan Berbudaya. *Jurnal Semiotika*, 1(1), 84-92.
- Warsiman. (2014). *Sosiolinguistik: Teori dan Aplikasi dalam Pembelajaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Widjono, Hs. (2008). Bahasa Indonesia. Jakarta: Grasindo.
- Wirduna, dkk. (2020). Karakteristik Bahasa Pedagang Kaki Lima Pasar Pagi Kota Sabang. *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah*, 10(2), 71-84.