

Penggunaan Variasi Bahasa dalam Aplikasi TikTok pada Akun @ Fujiian

¹Resty Izzati

¹Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Tridinanti
Palembang

E-mail: ¹restyizzati61@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan variasi bahasa dalam aplikasi TikTok pada akun @Fujiian merupakan metode yang efektif untuk meningkatkan pemahaman terhadap penggunaan variasi bahasa ini. Penelitian ini mengkaji penggunaan variasi bahasa dalam aplikasi TikTok untuk memperkuat pemahaman mengenai variasi bahasa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Objek dalam penelitian ini ialah variasi bahasa dalam aplikasi TikTok di akun @Fujiian. Data yang dianalisis dalam penelitian ini berupa kata, ucapan dan komentar mengenai variasi bahasa. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi, dilanjutkan dengan Teknik lanjutan yaitu menyimak dan catat. Teknik analisis data menggunakan analisis agih, sedangkan teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Temuan penggunaan variasi bahasa dalam aplikasi Tiktok akun @Fujiian sebanyak 15 temuan. Masing-masing hanya mencari 5 temuan saja.

Kata kunci: Variasi bahasa, Aplikasi, TikTok

ABSTRACT

The use of language variations in the TikTok application on the @Fujiian account is an effective method to improve understanding of the use of this language variation. This study examines the use of language variations in the TikTok application to strengthen understanding of language variations. This research method uses a qualitative approach and descriptive method. The object of this study is language variations in the TikTok application on the @Fujiian account. The data analyzed in this study are words, utterances and comments regarding language variations. The data collection technique uses documentation techniques, followed by advanced techniques, namely listening and taking notes. The data analysis technique uses distribution analysis, while the data validity technique in this study uses triangulation techniques. The findings of the use of language variations in the @Fujiian account TikTok application are 15 findings. Each only looks for 5 findings.

Keywords : Language variations, apps, TikTok

1.PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia, terutama bagi generasi muda yang dikenal sebagai generasi digital native. Salah satu platform media sosial yang berkembang pesat dan memiliki daya tarik tinggi di kalangan masyarakat global, termasuk Indonesia, adalah TikTok. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk membuat dan membagikan video pendek dengan berbagai efek suaravisual, dan fitur interaktif lainnya. Popularitas TikTok tidak hanya mencerminkan kecanggihan teknologi digital, tetapi juga membuka ruang baru bagi ekspresi diri, kreativitas, serta praktik komunikasi yang unik dan menarik untuk dikaji, khususnya dari sudut pandang kebahasaan.

Di tengah arus konten yang terus mengalir di TikTok, bahasa memegang peran sentral sebagai media utama dalam membangun pesan, identitas, dan hubungan antara kreator dan audiens. Setiap konten video yang dibuat oleh pengguna TikTok sering kali menampilkan variasi bahasa yang mencerminkan latar belakang sosial, budaya, usia, bahkan emosi pembuatnya. Variasi ini dapat berupa penggunaan bahasa baku dan tidak baku, bahasa gaul, serapan asing, campur kode, alih kode, dialek daerah, hingga slang yang sedang tren. Dalam konteks ini, TikTok menjadi ruang komunikasi digital yang sangat kaya akan fenomena kebahasaan kontemporer.

Salah satu akun TikTok yang menarik perhatian publik karena kekhasan bahasanya adalah akun @fujiiian. Pemilik akun ini dikenal karena gaya komunikasinya yang jenaka, ekspresif, dan dekat dengan keseharian audiens. Dalam berbagai video yang diunggah, ia memanfaatkan kekuatan bahasa untuk membangun persona yang unik, menyampaikan humor, hingga menyentuh isu-isu ringan dalam kehidupan sosial. Gaya berbahasanya yang khas sering memadukan bahasa Indonesia tidak baku, istilah kekinian, logat khas, hingga ekspresi yang berlebihan secara fonetik dan intonasi menjadi identitas tersendiri yang membedakan akun ini dari kreator lainnya. Hal ini menarik untuk diteliti karena mencerminkan bagaimana bahasa dipakai secara kreatif di ruang digital, tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai sarana hiburan, persuasi, dan pembentukan citra diri.

Fenomena variasi bahasa yang digunakan oleh akun @fujiiian juga tidak lepas dari konteks sosial budaya masyarakat Indonesia saat ini yang multibahasa dan multikultural. Keberadaan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional yang hidup berdampingan dengan ratusan bahasa daerah serta pengaruh bahasa asing terutama bahasa Inggris menciptakan dinamika kebahasaan yang kompleks. TikTok menjadi media di mana kompleksitas tersebut terefleksi secara nyata, dan pengguna seperti @fujiiian berperan sebagai aktor linguistik yang secara sadar maupun tidak sadar mengolah dan mengeksplorasi bahasa untuk menciptakan efek tertentu kepada penontonnya.

Variasi Bahasa ini sangat menarik untuk diteliti. Hal ini sejalan dengan beberapa peneliti sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ningtyas, 2023) dalam artikel Variasi Bahasa dalam Instagram pada Akun Arief Muhammad (@armuh) dan (Nurrahman, R. 2021) dalam artikel Variasi Bahasa dalam Percakapan Antar Tokoh Film Ajari Aku Islam yang didalamnya juga sama dengan penelitian yang saya teliti, Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Ardhana, 2021) dalam artikel Penggunaan Variasi Bahasa di Media Sosial Twitter: Kajian Sociolinguistik yang didalamnya terdapat 1) Wujud Variasi Bahasa, 2) Fungsi Variasi Bahasa dan 3) Latar Belakang Terjadinya Bahasa. Namun disini peneliti hanya meneliti ragam santai, ragam usaha dan ragam akrab saja.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk-bentuk variasi bahasa yang digunakan dalam video TikTok akun @fujiiian, serta menjelaskan faktor-faktor sosial dan kultural yang melatarbelakangi penggunaan variasi tersebut. Penelitian ini tidak hanya penting secara akademik sebagai kontribusi terhadap kajian sociolinguistik digital, tetapi juga secara praktis dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana generasi muda memaknai dan menggunakan bahasa di ruang media sosial sebagai cerminan dari identitas, nilai, dan dinamika sosial mereka.

2. LANDASAN TEORI

1. Variasi Bahasa

Variasi Bahasa menurut (Lindayani, 2024) merupakan salah satu pokok bahasan dalam sociolinguistik. Sociolinguistik adalah ilmu yang mempelajari tentang hubungan antara bahasa dan masyarakat penutur bahasa itu sendiri. Variasi bahasa muncul dalam masyarakat yang multilingual atau masyarakat yang tidak homogen secara bahasa. Sedikit sama menurut (Nasarudin, 2024) Variasi bahasa merupakan interaksi yang dilakukan oleh masyarakat atau kelompok yang tidak homogen / beragam, Ini sebabkan oleh 2 faktor yaitu keragaman sosial dan keragaman fungsi. Berbeda dengan pendapat (Eriyanti, 2020) bahwa Ragam Bahasa adalah variasi bahasa menurut pemakaian, yang berbeda-beda menurut topik yang dibicarakan, menurut hubungan pembicara, kawan bicara, orang yang dibicarakan, serta menurut medium pembicara. Ragam bahasa yang oleh penuturnya dianggap sebagai ragam yang baik (mempunyai prestise tinggi), yang biasa digunakan di kalangan terdidik, di dalam karya ilmiah (karangan teknis, perundang-undangan), di dalam suasana resmi, atau di dalam surat menyurat resmi (seperti surat dinas) disebut ragam bahasa baku atau ragam bahasa resmi.

Adapun menurut (Kushartanti, 2025) bahwa Variasi bahasa berdasarkan pemakainya dapat dilihat melalui perbedaan tuturan, penggunaan unsur tata bahasa, atau pemakaian kata oleh para pemakai bahasa. Beda juga halnya dengan pendapat (Meisuri, 2025) bahwa Variasi bahasa merujuk pada perbedaan penggunaan bahasa yang terjadi karena faktor geografis, sosial, dan situasional. Variasi ini terjadi karena bahasa merupakan sistem yang fleksibel dan dapat beradaptasi dengan kebutuhan komunikatif penggunaannya. Sedangkan menurut (Lutfi, 2024) menyatakan bahwa Variasi bahasa adalah salah satu aspek kajian yang paling sering dilibatkan. Variasi bahasa adalah bentuk-bentuk berbeda dari suatu bahasa yang tetap memiliki pola-pola bahasa induknya. Beda halnya juga

dengan pendapat (Muhlis, A. 2021) bahwa Ragam bahasa dapat dimaknai sebagai variasi bahasa dalam perspektif pemakaiannya yang berbeda, tema atau topik pembicaraan, relasi pembicara, objek pembicara, individu yang dibicarakan, dan bisa juga dari medium pembicara. Sedangkan menurut (Wachyudi, 2025) bahwa Variasi bahasa merupakan variasi penggunaan bahasa dalam sebuah masyarakat sehingga menimbulkan dialek, register, dan idiolek. Dan menurut pendapat (adnyani, 2021) bahwa Ragam (style) bahasa merupakan variasi bahasa dilihat dari penggunaannya. Ragam ini membedakan gaya berbicara atau pilihan kosakata tulisan pada satu individu dengan individu lainnya. Terdapat ragam sopan, ragam santai, formal/informal. Dapat pula digunakan berdasarkan konteks, bila digunakan untuk mengajar akan berbeda ragamnya jika digunakan untuk kehidupan sehari-hari.

1. Tik Tok

TikTok menurut (Supriadi, 2024) merupakan aplikasi jejaring sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, yang pertama kali tersedia untuk umum pada bulan September 2016. Aplikasi ini dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk membuat video musik singkat mereka sendiri. Adapun menurut (Wijaya, 2022) bahwa TikTok adalah aplikasi jejaring sosial dan video musik resmi Tiongkok yang turut memajukan industri digital di Indonesia. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan Tiongkok, ByteDance. Perusahaan pertama kali merilis aplikasi berdurasi pendek yang disebut Douyin. Dalam kurun waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar penayangan video setiap hari. Popularitas tinggi Douyin menjadi alasan utama untuk melakukan ekspansi ke luar Tiongkok dengan nama TikTok. Sama halnya juga menurut (Yulian, 2024) bahwa TikTok merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah video dengan durasi 15-60 detik, biasanya disertai dengan musik latar atau dialog. TikTok awalnya adalah aplikasi berbagi video, namun kini TikTok juga dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Bahkan, TikTok juga sudah menyediakan TikTok Shop yang memungkinkan penggunaannya untuk menjual dan membeli barang. Tiktok menurut (Pandrianto, 2023) merupakan aplikasi yang menyajikan efek spesial, unik, dan menarik yang dapat digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek. Aplikasi yang diluncurkan pada September 2016 ini merupakan jejaring sosial dan platform video musik yang berasal Tiongkok. Aplikasi ini sangat digemari oleh banyak orang dari berbagai kalangan, dari orang dewasa sampai anak-anak di bawah umur. Sama halnya dengan (Alam, 2023) bahwa TikTok adalah jejaring sosial dengan media audio visual yang dapat mengekspresikan kreativitas pengguna melalui banyak video unik yang berbeda. TikTok menjadi tempat bagi merek untuk bereksperimen dengan layanannya. Aplikasi ini mempunyai peranan yang sangat penting di masyarakat oleh karena itu aplikasi ini menyediakan fitur-fitur untuk masyarakat berdasarkan usianya. Sama halnya juga dengan pendapat (Suriadi, 2024) Tik Tok merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan menonton video pendek yang biasanya berdurasi 15 hingga 60 detik. Aplikasi ini telah menjadi sangat populer di kalangan pengguna muda dan telah menciptakan tren global dalam berbagai bidang, termasuk musik, tarian, komedi, dan banyak lagi. Sedikit sama dengan pendapat (Erwin, 2023) bahwa TikTok merupakan

aplikasi berbasis media sosial yang digunakan untuk mengedit dan mengunggah video dengan durasi singkat. Salah satu yang terbaru datang dari aplikasi TikTok yang menawarkan fitur tren terbaru, TikTok menghadirkan berbagai macam fitur menarik. Salah satu fitur unggulannya yaitu fitur belanja bernama TikTok Shop.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Pendekatan ini berusaha menjelaskan Variasi Bahasa dalam aplikasi Tiktok pada akun *@Fujiiian*. Menurut (Anggito, A, 2018) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia keberagaman usia, beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna. Sedangkan menurut pendapat (Gainu, 2016) bahwa metode deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar. Metode deskriptif merupakan penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Metode deskriptif dalam bidang pendidikan dan kurikulum pengajaran merupakan hal yang cukup penting, mendeskripsikan fenomena-fenomena kegiatan pendidikan, pembelajaran, implementasi kurikulum pada berbagai jenis, jenjang dan satuan pendidikan. Tujuan metode deskriptif adalah: (1) menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu, (2) menyajikan dasar akan suatu hubungan, (3) menyimpan informasi data mengenai subjek.

Objek penelitian ini melalui salah satu media sosial yaitu Tiktok *@Fujiiian* seorang selebritis muda yang dikenal melalui media sosial salah satunya Tiktok yang followernya mencapai 36,9Jt followers. *@Fujiiian* merupakan seseorang inspiratif yang aktif diberbagai kegiatan sosial. Ia juga seorang konten kreator yang sering membagikan kegiatan kesehariannya di Tiktok.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu dokumentasi. Peneliti menggunakan metode dokumentasi karena dokumen ini bisa berbentuk tulisan dan gambar, metode dokumentasi ini memperkuat dan mendukung informasi-informasi yang telah didapatkan. Menurut (Sajudin, 2021) dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, komentar, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data lanjutan, peneliti menggunakan teknik baca dan catat. Peneliti membaca secara berulang untuk membaca dan melihat Variasi Bahasa dalam aplikasi Tiktok pada akun *@Fujiiian*, kemudian mencatat hasil yang ditemukan. Menurut (Ghunu, 2023) keterampilan menyimak merupakan keterampilan berbahasa yang kompleks karena meliputi beberapa hal, yakni mendengarkan, memahami, menafsirkan, memaknai, dan merespons bunyi yang didengarnya. Saat menyimak, seseorang tidak hanya pasif, tetapi juga berperan aktif untuk menyusun ulang pesan yang disampaikan oleh sumber suara, teknik menyimak yang digunakan dalam penelitian ini berfungsi untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan Variasi Bahasa dalam aplikasi Tiktok

pada akun @Fujiiian tersebut. Sedangkan teknik catat adalah peneliti sebagai instrumen kunci melakukan pencatat data atau menuliskan apa yang sudah ditulis atau diucapkan orang lain, cara yang dilakukan peneliti untuk mencatat data-data yang ada hubungannya dengan judul penelitian.

Teknik keabsahan data yang digunakan peneliti adalah teknik triangulasi. Dapat diartikan bahwa triangulasi (gabungan) adalah melihat data dengan berbagai teori yang berbeda-beda, terutama menggunakan teori yang kontradiktori untuk melihat satu set data yang sama. Jika, data tersebut menghasilkan konsep yang sama, walaupun sudah ditinjau dengan berbagai teori yang kontradiktif sekalipun, maka konsep tersebut sudah kuat dan sudah (Rosyada, 2020). Teknik keabsahan data yang dibuat dibaca kembali dan meminta bantuan dosen ahli dibidang kebahasaan untuk melakukan verifikasi, peneliti juga mempergunakan Kamus Besar Bahasa Indonesia untuk melihat kebenaran makna kata yang ditemukan peneliti.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan Teknik analisis isi. Menurut (Pratama, 2021) bahwa analisis isi tidak hanya berhenti pada masalah sebagai sebuah teknik yang sama saja akan tetapi pemahaman tentang analisis isi juga perlu ditambah lebih dalam dengan memahami tentang membangun sebuah alat ukur yang sama dan valid. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan Langkah-langkah sebagai berikut. 1) Membaca secara berulang-ulang postingan dan komentar dalam Tiktok. 2) Mencatat penggalan atau kutipan yang menyatakan Variasi Bahasanya 3) Mendeskripsikan hasil penelitian. 4) Menarik kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Berdasarkan teori (Lindayani, 2024) dalam (Martin Joos) yang membedakan variasi bahasa dalam lima bentuk, yaitu ragam beku (frozen), ragam resmi (formal), ragam usaha (konsultatif), ragam santai (casual), dan ragam akrab (intimate).

1. Ragam Usaha

Ragam usaha yang ditemukan pada akun Tiktok @fujiiian pada saat ia mempromosikan produk-produk berupa makanan pakaian, alat kecantikan dan lain-lain. Dan ia memberikan pengalaman atau testimoni pada saat menggunakan dan memakan produk tersebut.

Data 1

Gambar 1

Gambar 2

Pada gambar (1) ini termasuk kedalam ragam usaha karena video tersebut terlihat @fujiiian mempromosikan suatu snack dari Lemonilo Brownis Crispy di akun Tik Tok guna dapat mempersuasi pengikutnya agar turut membeli snack tersebut, ia mempromosikan suatu produk berupa snack yang sangat disukainya yang menjadi makanan favorit bersama Galasky keponakannya. Ia menyebutkan bahwa makanan tersebut enak, manis dan wangi, bermacam rasa seperti strowbery, coklatn dan keju. Lalu ia juga menjelaskan cara makan yang enak ialah dengan menambah es cream lalu di taburi topping makanan snack Lemonilo Bwonis Crispy tersebut. Dapat dilihat dari kalimat @fujiiian bahwa *kalian harus*

cobain nih kalimat tersebut menakutkan penonton untuk mencoba snack tersebut.

Pada gambar (2) merupakan komentar dari salah satu pengikut @fujiiian yang menyatakan bahwa *Emang paling enak Lemonilo brownis crispy* yang bermaksud ia menyatakan berupa testimoninya bahwa ia sudah pernah makan snack tersebut dan benar-benar paling enak.

Data 2

Gambar 1

Gambar 2

Pada gambar (1) ini termasuk kedalam ragam usaha karena video tersebut terlihat @fujiiian mempromosikan suatu produk dari Natur-e di akun TikTok guna dapat mempersuasi pengikutnya agar turut membeli produk tersebut, ia mempromosikan suatu produk berupa suplemen yang bagus untuk mencerahkan kulit dan membantu melembabkan kulit dan ia juga menyebutkan aman dikonsumsi dan halal baik dari dalam diri maupun dari luar. Dapat dilihat dari kalimat @fujiiian bahwa *ini juga bisa melindungi kulit kita dari sinar UVA sama UVB* kalimat tersebut menakutkan penonton untuk mencoba produk tersebut.

Pada gambar (2) merupakan komentar dari salah satu pengikut @fujiiian yang menyatakan bahwa *Aq juga minum Nuatur-e white... biuhhhh bikin kulit bening sehat kenyal* yang bermaksud ia menyatakan berupa testimoninya bahwa ia sudah pernah menggunakan produk tersebut dan membuat kulit bening sehat dan kenyal.

Data 3

Gambar 1

Gambar 2

Pada gambar (1) ini termasuk kedalam ragam usaha karena video tersebut terlihat @fujiiian mempromosikan suatu produk dari Feali Shampo di akun TikTok guna dapat mempersuasi pengikutnya agar turut membeli produk tersebut, ia mempromosikan suatu produk berupa Feali shampo yang wangi, lembut, dan dapat mengurangi rambut rontok. Dapat dilihat dari kalimat @Fujiiian bahwa *kalian harus check out ini shampoo feali menurut aku ini bagus* kalimat tersebut menakutkan penonton untuk mencoba produk tersebut.

Pada gambar (2) merupakan komentar dari salah satu pengikut @fujiiian yang menyatakan bahwa *Akhirnyaaa aku samaan kaya fujii pake feali emang bagus bgt* yang bermaksud ia menyatakan berupa testimoninya bahwa ia sudah pernah menggunakan produk tersebut hasilnya bagus.

Data 4

Gambar 1

Gambar 2

Pada gambar (1) ini termasuk kedalam ragam usaha karena video tersebut terlihat @fujiiian mempromosikan suatu produk berupa Cake Marble di akun TikTok guna dapat mempersuasi pengikutnya agar turut membeli cake tersebut, ia menyebutkan bahwa cake tersebut enak, manis, lumer di mulut dan terdapat rasa original, coklat, macca, keju dan milky. Dapat dilihat dari kalimat @Fujiiian bahwa *enak, kalian harus cobain sih* kalimat tersebut menakutkan penonton untuk mencoba produk tersebut. Pada gambar (2) merupakan komentar dari salah satu pengikut @fujiiian yang menyatakan bahwa *jujur emang enak gess,*

apalagi cake ulang tahunnya enak bgtt dcika bakery ini yang bermaksud ia menyatakan berupa testimoninya bahwa ia sudah pernah membeli cake bahkan kue ulang tahun yang memang benar-benar enak.

Data 5

Gambar 1

Gambar 2

Pada gambar (1) ini termasuk kedalam ragam usaha karena video tersebut terlihat @fujiiian mempromosikan suatu produk merupakan Liftin Omg di akun TikTok guna dapat mempersuasi pengikutnya agar turut membeli liftin omg tersebut, ia menyebutkan bahwa liftin tersebut cantik, ringan dan bikin glossy yang terdapat 9 shide. Dapat dilihat dari kalimat @Fujiiian bahwa *ini kalau kalian mau langsung check out sebelum kehabisan ada di keranjang kuning jangan pikir panjang* kalimat tersebut menakutkan penonton untuk mencoba produk tersebut.

Pada gambar (2) merupakan komentar dari salah satu pengikut @fujiiian yang menyatakan bahwa *aku juga sukaa banget yg shide 05 cantikk poll kaya ombre* yang bermaksud ia menyatakan berupa testimoninya bahwa ia sudah pernah menggunakan liftin omg dengan shide 05 yang hasilnya cantik.

2. Ragam Santai

Biasa digunakan dalam situasi yang tidak resmi seperti berbincang-bincang dengan keluarga ketika berlibur, berolahraga, berekreasi, dan sebagainya. Bahasa yang digunakan ini berupa bahasa santai.

Data 1

Gambar 1

Pada video tersebut terlihat bahwa akun @Fujiiian sedang bermain jawab cepat dengan menggunakan bahasa yang santai, dalam video tersebut bahwa ia menyebut kata yang nonformal seperti *gue, next, kayak*, dan ia terdapat juga menggunakan bahasa asing (Bahasa Inggris).

Data 2

Gambar 1

Pada video tersebut terlihat bahwa akun @Fujiiian memposting ia sedang makan, dalam video tersebut bahwa ia menggunakan bahasa yang santai, ia menggunakan kata yang nonformal seperti *mukbang, insecure, guys*, dan ia juga terdapat menggunakan bahasa asing (Bahasa Inggris).

Data 3

Gambar 1

Pada video tersebut terlihat bahwa akun @Fujiiian memposting kegiatannya sebelum pergi, dalam video tersebut bahwa ia menggunakan bahasa yang santai, ia menggunakan kata yang nonformal seperti, *satset dan lets go*.

Data 4

Gambar 1

Pada video tersebut terlihat bahwa akun @Fujiiian memposting ia sedang makeup, dalam video tersebut bahwa ia menggunakan bahasa yang santai, ia menggunakan kata yang nonformal seperti *hai guys*, *gabut*, *scrool*, *bye*, dan ia juga terdapat menggunakan bahasa asing (Bahasa Inggris).

Data 5

Gambar 1

Pada video tersebut terlihat bahwa akun @Fujiiian memposting video ia sedang bercerita santai, dalam video tersebut bahwa ia menggunakan bahasa yang santai, ia menggunakan kata yang nonformal seperti, *hai guys*, *circle*, *influnce*, *tantrum* dan ia juga menggunakan bahasa asing (Bahasa Inggris).

3. **Ragam Akrab**

Ragam akrab digunakan oleh penutur dan petutur yang memiliki hubungan sangat akrab dan dekat seperti dengan anggota keluarga atau sahabat karib. Ragam ini ditandai dengan penggunaan bahasa yang tidak lengkap, pendek-pendek, dan artikulasi tidak jelas. Pembicaraan ini terjadi antar partisipan yang sudah saling mengerti dan memiliki pengetahuan yang sama. Sama halnya juga yang terdapat di komentar-komentar akun @Fujiiian

Data 1

Gambar 1

Pada komentar “masyaallah uti cantik, psti mau ke ultah vilmei” pada komentar tersebut terlihat bahwa kata *uti* menunjukkan ke akraban bahwasannya nama nya Fuji bukan uti.

Data 2

Gambar 1

Pada komentar “@titi; kalo ada yang komen ngehujat magrib dll please banget jangan di bales yagesya!!!! Diemin aja. Mending kita komen yg positif2 banyakin. Yuk bisa yuk kerjasamanya” pada komentar tersebut terlihat bahwa kata *titi* menunjukkan ke akraban bahwasannya nama nya Fuji bukan titi.

Data 3

Gambar 1

Pada komentar “sehat selalu ti semoga makin bersinar terang” pada komentar tersebut terlihat bahwa kata *ti* menunjukkan ke akraban bahwasannya namanya Fuji bukan ti.

Data 4

Gambar 1

Pada komentar “my prety little baby” yang artinya bayi kecilku yang cantik pada komentar tersebut terlihat bahwa kata *baby* menunjukkan ke akraban bahwasannya ia menyapa Fuji dengan sebutan Baby.

Data 5

Gambar 1

Pada komentar “makin cantik aja neng” pada komentar tersebut terlihat bahwa kata *neng* menunjukkan ke akraban bahwasannya ia menyapa Fuji dengan sebutan neng.

1. Pembahasan

Penelitian ini didasari oleh teori (Lindayani, 2024) dalam (Martin Joos) yang membedakan variasi bahasa dalam lima bentuk, yaitu ragam beku (frozen), ragam resmi (formal), ragam usaha (konsultatif), ragam santai (casual), dan ragam akrab (intimate). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat penggunaan variasi bahasa di akun TikTok @Fujiian sebanyak 15 temuan. Penggunaan ragam santai sebanyak 5 temuan, penggunaan ragam akrab sebanyak 5 temuan dan ragam usaha sebanyak 5 temuan. Dimana penelitian ini hanya meneliti ragam santai, ragam usaha dan ragam akrab saja, sebab ragam formal dan ragam beku tidak terdapat di dalam akun TikTok @Fujiian tersebut maka dari itu peneliti hanya menemukan ragam santai, ragam akrab dan ragam usaha saja.

Bertolak dengan hasil analisis yang dilakukan. Temuan ini memiliki perbedaan dengan hasil penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan (Ningtyas, 2023) yang didalamnya terdapat 1 temuan ragam santai, 1 temuan ragam usaha dan 1 temuan ragam akrab. Sedikit sama dengan penelitian yang dilakukan (Nurrahman, 2021) berdasarkan ragam usaha terdapat 2 temuan, ragam santai terdapat 2 temuan, dan ragam akrab terdapat 2 temuan. Berbeda halnya juga dengan penelitian yang dilakukan (Ardhana, 2021) pada Wujud variasi bahasa terdapat 4 temuan, fungsi variasi bahasa terdapat 12 temuan, dan latar belakang variasi bahasa sebanyak 4 temuan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat penggunaan variasi bahasa di akun TikTok @Fujiian sebanyak 15 temuan. Penggunaan ragam santai sebanyak 5 temuan, penggunaan ragam akrab sebanyak 5 temuan dan ragam usaha sebanyak 5 temuan.

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam pembelajaran khususnya pada materi penggunaan variasi bahasa. Siswa dapat menyimak video-video di Tiktok akun @Fujiian. Selain mendapat kesenangan dalam menonton dan menyimak video di Tiktok siswa juga dapat mengetahui dan menemukan penggunaan variasi bahasa yang digunakan oleh akun TikTok @Fujiian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, K.E. (2021). *Antologi Kajian Linguistik Dan Sastra Jepang*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Alam, W.Y. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara.
- Anggito, A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Ardhana, M.R. (2021). Penggunaan Variasi Bahasa di Media Sosial Twitter: Kajian Sociolinguistik. *Adjektiva Educational Languages and Literature Studies*, 2-9.
- Eriyanti, W. (2020). *Linguistik Umum*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Erwin. (2023). *Bisnis Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ghainu, M.B. (2016). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT KANISIUS.
- Ghunu, Y. . (2023). *Teknik Menulis dengan Model Pembelajaran Terpadu Bahasa Indonesia untuk SMP/MTS*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.

- Kushartanti, B. (2025). *Pesona Bahasa - Langkah Awal Untuk Memahami Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lindayani, L.R. (2024). *Pengantar Ilmu Bahasa*. Yogyakarta: Garudhawaca.
- Lutfi, M. (2024). *Pengantar Linguistik Umum*. Guepedia .
- Meisuri. (2025). *Antropolinguistik*. Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Muhlis, A. (2021). *Sosiolinguistik Dasar*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Nasarudin. (2024). *Pengantar Sosiolinguistik*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Ningtyas, A.S. (2023). Variasi Bahasa dalam Instagram pada Akun Arief Muhammad (@armuh). *Wicara*, 92-97.
- Nurrahman, Reisa. (2021). Variasi Bahasa dalam Percakapan Antar Tokoh Film Ajari Aku Islam. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 178-186.
- Pandrianto, N. (2023). *Budaya Pop Komunikasi dan Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pratama, B. I. (2021). *Metode Analisis Isi*. Malang: Unisma Press.
- Rosyada, D. (2020). *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Kencana..
- Sajudin. (2021). *Pengembangan Model Pembelajaran Matematika Berbasis Reward dan Punishment*. Banyumas, Jawa Tengah : Wawasan Ilmu.
- Supriadi. (2024). *Mengajar di Era TikTok: Strategi Jitu Media Pembelajaran Untuk Generasi Gen Z*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Suriadi. (2024). *Teknologi Sosial Era Disrupsi*. Jawa Barat: PT. Adab Indonesia.
- Wachyudi, K. (2025). *Pengantar Linguistik*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Wijaya, S. (2022). *Pajak Penghasilan Tiktokers*. Guepedia.
- Yulian, H. (2024). *Memfaatkan CEO, Konten, Dan Media Sosial Untuk Sukses Digital Marketing*. Yogyakarta: DIVA Press.