

IDIOLEK PADA KONTEN *FOOD VLOGGER* INDONESIA DI MEDIA SOSIAL

(KAJIAN SOSIOLINGUISTIK)

SKRIPSI



OLEH:

DESYTA RINA MARTA GURITNO

03020420026

PROGRAM STUDI SASTRA INDONESIA

FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desyta Rina Marta Guritno

NIM : 03020420026

Program Studi : Sastra Indonesia

Fakultas : Adab dan Humaniora

Universitas : UIN Sunan Ampei

menyatakan bahwa proposal skripsi yang berjudul:

Idiolek pada Konten *Food vlogger* Indonesia di Media Sosial

(Kajian Sociolinguistik)

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat atau saduran dari skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiat atau saduran dari skripsi lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Nganjuk, 14 Maret 2024

Yang membuat Pernyataan



Desyta Rina Marta Guritno

NIM. 03020420026

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

IDIOLEK PADA KONTEN *FOOD VLOGGER* INDONESIA DI MEDIA SOSIAL

(KAJIAN SOSIOLINGUISTIK)

oleh

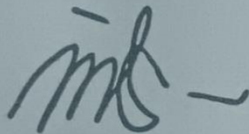
Desyta Rina Marta Guritno

NIM. 03020420026

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji di depan dewan penguji pada
program studi Sastra Indonesia Fakultas Adab dan Humaniora
UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 26 Februari 2024

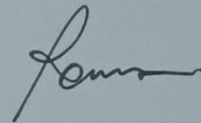
Pembimbing 1



Prof. Dr. H. Mas'an Hamid, M.Pd.

NIP. 195512121982031005

Pembimbing 2

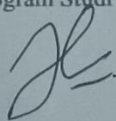


Rizki Endi Septiyani, M.A.

NIP. 198809212019032009

Mengetahui,

Ketua Program Studi Sastra Indonesia



Haris Shofiyuddin, M.Fil.I

NIP. 198204182009011012

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **Idiolek pada Konten Food vlogger Indonesia di Media Sosial (Kajian Sociolinguistik)** yang disusun oleh Desyta Rina Marta Guritno (NIM. 03020420026) telah dipertahankan di depan Dewan Penguji sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sastra (S.S.) pada Program Studi Sastra Indonesia Fakultas Adab dan Humaniora UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 1 April 2024


Dewan Penguji:

Penguji I



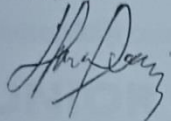
Prof. Dr. H. Mas'an Hamid, M.Pd
NIP. 195512121982031005

Penguji II




Rizki Endi Septiyani, M.A.
NIP. 198809212019032009

Penguji III



Guntur Sekti Wijaya, S.S., M.A.
NIP. 198605242019031004

Penguji IV



Haris Shofiyuddin, M.Fil.I
NIP. 198204182009011012

Mengetahui,

Dekan Fakultas Adab dan Humaniora

UIN Sunan Ampel Surabaya



M. Mohammad Kurjum, M.Ag
NIP. 196909251994031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Desyta Rina Marta Guritno
NIM : 03020420026
Fakultas/Jurusan : Adab dan Humaniora/Sastra Indonesia
E-mail address : martaguritno@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Idiolek pada Konten Food Vlogger Indonesia di Media Sosial (Kajian Sociolinguistik)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 April 2024

Penulis



(Desyta Rina Marta Guritno)

ABSTRAK

Guritno, D. *Idiolek pada Konten Food vlogger Indonesia di Media Sosial (Kajian Sociolinguistik)*. Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Sunan Ampel Surabaya. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. Mas'an Hamid, M.Pd.. (II) Rizki Endi Septiyani, M.A.

Hadirnya media sosial merupakan salah satu tanda berkembangnya teknologi, media sosial juga turut menciptakan berbagai profesi baru, salah satunya adalah *vlogger*. *Vlogger* kini menjadi pekerjaan yang paling banyak diminati, khususnya *food vlogger* yang semakin banyak jumlahnya. Dengan terciptanya profesi baru di dalam media sosial yang salah satunya adalah *food vlogger*, tercipta pula ciri khas atau idiolek dari setiap *food vlogger*. Fokus permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah meneliti idiolek yang ada di dalam konten-konten yang diunggah oleh *food vlogger* Indonesia di media sosial. Dengan adanya idiolek pada konten *food vlogger* yang terdapat dalam berbagai media sosial, seperti Instagram, Youtube, dan TikTok tersebut, terdapat adanya rumusan masalah yang akan dijawab melalui penelitian ini, yakni:

- (1) Bagaimana bentuk idiolek yang digunakan oleh *food vlogger* Indonesia di media sosial?
- (2) Bagaimana fungsi idiolek yang digunakan oleh *food vlogger* Indonesia di media sosial?
- (3) Apa faktor yang menyebabkan adanya idiolek yang digunakan oleh *food vlogger* Indonesia di media sosial.

Kemudian, atas rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dengan dituliskannya penelitian ini adalah:

- (1) Mengetahui bagaimana bentuk idiolek yang digunakan oleh *food vlogger* Indonesia di media sosial.
- (2) Mengetahui bagaimana fungsi idiolek yang digunakan oleh *food vlogger* Indonesia di media sosial.
- (3) Mengetahui apa faktor yang menyebabkan adanya idiolek yang digunakan oleh *food vlogger* Indonesia di media sosial.

Untuk meneliti permasalahan di atas, peneliti menggunakan metode pendekatan sociolinguistik yang di dalamnya terdapat pembahasan mengenai variasi bahasa dan idiolek. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, tujuannya adalah untuk dapat mendeskripsikan dengan jelas serta sistematis fenomena yang dipelajari. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, metode deskriptif terhadap analisis tekstual digunakan untuk menganalisis idiolek yang diucapkan *food vlogger* Indonesia di media sosial. Hasilnya kemudian dianalisis dengan mengidentifikasi bentuk, fungsi, dan faktor penyebab adanya idiolek tersebut.

Dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat 3 temuan yang disimpulkan, diantaranya:

- (1) Di dalam 3 media sosial yang dijadikan sebagai sumber data, yakni Youtube, Tiktok, dan Instagram ditemukan idiolek-idiolek yang digunakan oleh beberapa *food vlogger* dalam konten yang mereka buat. Idiolek-idiolek tersebut sering diucapkan dalam konten mereka sehingga menjadi ciri khas atau personal branding dari *food vlogger* itu sendiri.
- (2) Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan adanya idiolek dalam konten *food vlogger* di media sosial, yakni faktor interferensi, alih kode dan campur kode, bahasa gaul, faktor sosial, dan faktor situasional.

(3) Selain faktor penyebab, ada pula fungsi digunakannya idiolek oleh *food vlogger* dalam konten yang mereka buat di media sosial, yakni fungsi ekspresif dan memperlancar hubungan sosial.

Kata Kunci: *idiolek, food vlogger, media sosial.*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Guritno, D. *Idiolects on Indonesian Food vlogger Content on Social Media (Sociolinguistic Studies)*. Indonesian Literature Department, Faculty of Adab and Humanities, UIN Sunan Ampel Surabaya. Advisor: (I) Prof. Dr. H. Mas'an Hamid, M.Pd.. (II) Rizki Endi Septiyani, M.A.

The presence of social media is one sign of the development of technology, social media also helps create various new professions, one of which is a vlogger. Vloggers are now the most popular jobs, especially food vloggers who are increasingly numerous. With the creation of new professions in social media, one of which is a food vlogger, a characteristic or idiolect of every food vlogger is also created. The focus of the problems discussed in this study is to examine the idiolects in the content uploaded by Indonesian food vloggers on social media. With the idiolect in food vlogger content contained in various social media, such as Instagram, Youtube, and TikTok, there is a problem formulation that will be answered through this research, namely:

- (1) What is the form of idiolects used by Indonesian food vloggers on social media?
- (2) What is the function of idiolects used by Indonesian food vloggers on social media?
- (3) What are the factors that cause idiolects used by Indonesian food vloggers on social media.

Then, on the formulation of the problem, the objectives to be achieved by writing this research are:

- (1) Know how the idiolect form used by Indonesian food vloggers on social media.
- (2) Know how idiolects function used by Indonesian food vloggers on social media.
- (3) Know what factors cause idiolects used by Indonesian food vloggers on social media.

To examine the above problems, researchers use a sociolinguistic approach method in which there is a discussion of language variations and idiolects. This research is a type of qualitative research, the aim is to be able to describe clearly and systematically the phenomenon studied. This study used a descriptive method, a descriptive method of textual analysis used to analyze idiolects spoken by Indonesian food vloggers on social media. The results are then analyzed by identifying the form, function, and causative factors of the idiolect.

From the research that has been done, there are 3 findings concluded, including:

- (1) In 3 social media that are used as data sources, namely Youtube, Tiktok, and Instagram, idiolects are found used by several food vloggers in the content they create. These idiolects are often spoken in their content so that they become the hallmark or personal branding of the food vlogger himself.
- (2) There are several factors that cause idiolects in food vlogger content on social media, namely interference factors, code switching and code mixing, slang, social factors, and situational factors.
- (3) In addition to causal factors, there is also the function of using idiolects by food vloggers in the content they create on social media, namely expressive functions and facilitating social relationships.

Keywords: idiolects, food vlogger, social media.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Dalam	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
Daftar Isi	ix
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Penelitian Terdahulu	6
2. LANDASAN TEORI	11
2.1 Bahasa dan Media	11
2.2 Sociolinguistik	12
2.3 Variasi Bahasa	14
2.3.1 Variasi Bahasa dari Segi Penutur	15
2.3.2 Variasi Bahasa dari Segi Keformalan	16
2.3.3 Variasi Bahasa dari Segi Pemakaian	17
2.3.4 Variasi Bahasa dari Segi Sarana	17
2.4 Idiolek	17
2.5 Faktor Penyebab Variasi Bahasa	18
2.6 Fungsi Bahasa	19
3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21

3.2 Pengumpulan Data.....	21
3.2.1 Data Penelitian	21
3.2.2 Sumber Data Penelitian.....	21
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3 Analisa Data.....	23
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Analisis Idiolek pada Konten <i>Food vlogger</i> Indonesia di Media Sosial	24
4.1.1 Bentuk Idiolek pada Konten <i>Food vlogger</i> Indonesia di Media Sosial	29
4.1.2 Faktor Idiolek pada Konten <i>Food vlogger</i> Indonesia di Media Sosial	34
4.1.3 Fungsi Idiolek pada Konten <i>Food vlogger</i> Indonesia di Media Sosial	43
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Bentuk Idiolek pada Konten <i>Food vlogger</i> Indonesia di Media Sosial	47
4.2.2 Faktor Idiolek pada Konten <i>Food vlogger</i> Indonesia di Media Sosial	48
4.2.3 Fungsi Idiolek pada Konten <i>Food vlogger</i> Indonesia di Media Sosial	48
5. PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA..... 51

Daftar Riwayat Hidup..... 54



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 1994. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina, *Sosiolinguistik:Perkenalan Awal*, Jakarta:PT. Rineka Cipta,2010.
- Chinita, T. N. (2020). *Variasi Bahasa Penggunaan Media Sosial Instagram Siswa SMA dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. 1113013000006.
- Dakwah, N., & Khotimah, K. (2021). *Register Jual Beli Online dalam Aplikasi Shopee : Kajian Sosiolingsutik*.
- Diahnisa, T., & Effendri, Y. (2021). *Kolokial pada Ujaran Food vlogger Daerah Jabodetabek Dan Wonosobo*. *Ejournal.Unesa.Ac.Id*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/40718/35227>
- Effendy, R., Wulandari, P. A., Setyaningsih, L. A., & Mariani, A. (2021). *Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube Sebagai Budaya Tandingan (Studi Food vlogger Nex Carlos Sebagai Media Promosi Kuliner Lokal)*. 7(April), 148–159.
- GEVIN, A. M. (2023). *Personal Branding Food Vogger Minang Akun Instagram @Ricosaptahadi dalam Membentuk Good Personal Reputation*. scholar.unand.ac.id. <http://scholar.unand.ac.id/200747/>
- Halliday, M. A. K dan Ruqaya Hasan. 1994. *Bahasa, Konteks, Dan Teks: Aspek Aspek Bahasa Dalam Pandangan Semiotik Sosial (Terjemahan Asrudin Barori Tou)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Haryono, A. (2011). *Perubahan Dan Perkembangan Bahasa : Tinjauan Historis dan Sosiolinguistik Staf Pengajar Fakultas Sastra Universitas Jember*. *Linguistika*, 18(35), 1–9. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/linguistika/article/view/9679>
- Hasan, I. H., & Bramantyo, H. (2015). *Mitos femininitas dalam pewarnaan poster film hijab*. 1–10.
- Heka, I. Y. (2021). *Analisis Ragam Bahasa Slang Di Media Sosial Twitter Pada Kalangan Milenial. Studi, Program Bahasa, Pendidikan Keguruan, Fakultas Ilmu, D A N Malang, Universitas Muhammadiyah*.
- Herdiana Lestari. (2018). *Bentuk, Fungsi, dan Makna Register Komunitas Seniman Lukis Lombok Drawing di Kota Mataram*.
- Hickerson, N. 1980. *Linguistik Anthropology*. New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.
- Hudaa, S., Bahtiar, A., Ahmad, B., Syarif, U. I. N., & Jakarta, H. (2020). *Variasi Bahasa Kaum Milenial: Bentuk Akronim dan Palindrom dalam Media Sosial*. 3(1). <https://doi.org/10.29240/estetik.v3i1.1470>
- Ilham. (2022). *Pesan Gaya Komunikasi Food vlogger Tasyi Athasyia Melalui Youtube*.
- Irvan, A. (2021). *Pengaruh Konten Youtube Food vlogger Channel Nex Carlos Terhadap Tingkat Pengetahuan Kuliner Daerah dan Minat Berwisata Kuliner pada Subscriber*

SKRIPSI. Bahasa, Fakultas Ilmu, D A N Studi, Program Komunikasi, Ilmu Islam, Universitas Agung, Sultan.

- Johny Budiman, T. N. P. (2022). *Analisa Peran Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Mediating Pada Industri Kuliner di Kota Batam*. XIII(1), 128–139.
- Lukiana, D., Studi, P., Bahasa, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2019). *Surat Kabar Solopos Kajian Sociolinguistik*.
- Mujib, A. (2009). *Hubungan Bahasa dan Kebudayaan (Perspektif Sociolinguistik)*. *Adabiyāt: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 8(1), 141. <https://doi.org/10.14421/ajbs.2009.08107>
- Nadia, N. (2019). *Bentuk Bahasa Gaul Pada Status Komen di Media sosial Twitter Periode 2018/2019*. Skripsi, 34.
- Nimas Permata Putri. (2017). *Eksistensi Bahasa Indonesia pada Generasi Millennial*. *Widyabastra*, 05, 61–67. <https://doi.org/10.1515/9783112372760-010>
- Nurhayati, E., & Prasetyo, A. B. (2022). *Variasi Tindak Ilokusi dalam Tuturan Food vlogger Farida Nurhan di Youtube*. *Barista: Jurnal Kajian Bahasa*. <https://journal.stp-bandung.ac.id/index.php/barista/article/view/647>
- Nurjanah, S. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Food vlogger Mgdalenaf Terhadap Minat Beli*. repository.unsub.ac.id. <https://repository.unsub.ac.id/xmlui/handle/123456789/321>
- Nuryani, N., Isnaniah, S., & Eliya, I. (2021). *Sociolinguistik dalam Pengajaran Bahasa Berbasis Multikultural: Teori dan Praktik Penelitian*. In *Sociolinguistik*.
- Pratiwi, N., & Delliana, S. (2022). *Pengaruh Konten Food Vlog di Akun Youtube Ria SW Terhadap Perilaku Konsumtif Subscriber The Effect Of Food Vlog Content On Ria Sw Youtube Accounts On Subscriber ' S Consumption Behavior*. 8(April), 43–54.
- Prayudi, S. & N. W. (2020). *Ragam Bahasa Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Sociolinguistik*. *Jurnal Metamorfosa*, 8(2), 269–280.
- Putri, N. E., & Mutiah, ; (2022). *Strategi Pengemasan Pesan E-Marketing Pada Food vlogger (Studi Kasus Terhadap Akun TikTok @almasqol)*. 05.
- Rizkiyah, H. S. C. & A. (2021). *Variasi Bahasa dalam Media Sosial Twitter*. *Ghâncaran: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3, 104–116. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v3i1.4732>
- Satwiko, B. (2015). *Universitas Indonesia Variasi Bahasa Di Kabupaten Banyuwangi : Penelitian Dialektologi Universitas Indonesia Variasi Bahasa Di Kabupaten Banyuwangi* : Indonesia, Universitas Budiono, Satwiko Ilmu, Fakultas Budaya, Pengetahuan Indonesia, Program Studi Indonesia, Universitas.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Zulakbar, A. (2018). *Variasi Bahasa Dalam Komunikasi Komunitas Danz Base Makassar: Tinjauan Sociolinguistik*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A