

Analisis karakteristik bahasa *Youtuber* perempuan Indonesia perspektif Lakoff

Dian Rahmawati ^{a *}, Abdul Muntaqim Al Anshory ^b

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Jl. Gajayana No. 50 Malang 65144, Indonesia
^a 19310079@student.uin-malang.ac.id ; ^b abdulmuntaqim@bsa.uin-malang.ac.id

* Corresponding Author

Received: 14 January 2023; Revised: 17 April 2023; Accepted: 2 June 2023

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik kebahasaan *YouTuber* perempuan Indonesia, yang direpresentasikan dengan tiga sampel video unggahan dari akun Tasya Farasya, Ria Ricis, dan Ria SW. Proses analisis penelitian ini berdasarkan pada teori bahasa dan gender milik Lakoff. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan sumber data dari ketiga video dan beberapa literatur lainnya. Proses pengumpulan data menggunakan teknik simak bebas libat cakap dan teknik catat, serta dianalisis melalui proses pemilahan, penelaahan data, dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini ditemukan enam karakteristik kebahasaan perempuan yang dominan, yaitu *tag questions*, *hedges*, *intensifier*, *empty adjectives*, *question intonation*, dan *avoidance swear words*.

Kata Kunci: Bahasa Perempuan, *Youtuber* Perempuan Indonesia, Lakoff

Analysis of language characteristics of Indonesian female Youtubers from Lakoff's perspective

Abstract: This study aims to describe the linguistic characteristics of Indonesian female YouTubers, which are represented by three samples of uploaded videos from the accounts of Tasya Farasya, Ria Ricis, and Ria SW. The analysis process of this research is based on Lakoff's theory of language and gender. This research is descriptive qualitative with data sources from the three videos and some other literature. The process of collecting data uses the technique of free-living expert observation and note-taking techniques, and is analyzed through the process of sorting, analyzing data, and drawing conclusions. In this study, six dominant female linguistic characteristics were found, namely *tag questions*, *hedges*, *intensifiers*, *empty adjectives*, *question intonation*, and *avoidance of swear words*.

Keywords: Female Language, Indonesian Female Youtubers, Lakoff

How to Cite: Rahmawati, D., & Anshory, A. M. A. (2023). Analisis karakteristik bahasa *Youtuber* perempuan Indonesia perspektif Lakoff. *Caraka: Jurnal Ilmu Kebahasaan, Kesastraan, Dan Pembelajarannya*, 9(2). <https://doi.org/10.30738/caraka.v9i2.14127>



PENDAHULUAN

Bahasa telah dianggap sebagai sesuatu yang melekat di kehidupan manusia, dengan berbahasa, masyarakat sosial dapat mengungkapkan ide atau pikiran sekaligus mempengaruhi mereka untuk terus berpikir (Sumarsono & Partana, 2007). Bahasa merupakan instrumen utama yang diperlukan untuk proses komunikasi manusia sebagai makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial, kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari proses interaksi. Dalam proses tersebut, dapat dipastikan terjadi kegiatan komunikasi dan juga tukar pikiran antara satu dengan lainnya. Hal tersebut semakin menegaskan bahwa pada hakekatnya, bahasa merupakan bagian yang tak dapat dipisahkan

dari sistem kehidupan masyarakat sosial, yang mana sistem sosial sendiri berhubungan dengan manusia sebagai masyarakat tutur (Rahardi, 2010; Wicaksono & Macaryus, 2020).

Proses interaksi manusia tak hanya terjadi dalam satu bidang ataupun satu wilayah saja. Jumlah negara di dunia terbagi hingga kurang lebih dua ratus negara, dengan masing-masing negara memiliki bahasa tersendiri, bahkan setiap suku atau wilayah di beberapa negara memiliki bahasa tersendiri pula. Di zaman sekarang ini, tak jarang telah ditemui alat-alat yang digunakan untuk proses interaksi dan mobilisasi dengan lebih mudah dan cepat.

Proses interaksi dan asal manusia dari berbagai suku atau negara yang berbeda menciptakan masyarakat heterogen. Masyarakat heterogen tersebut terklasifikasikan ke dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Serta percampuran masyarakat heterogen dalam proses mobilisasi dan interaksi antara penuturnya mengakibatkan munculnya ragam atau variasi bahasa (Chaer & Agustina, 2010). Bahkan, perbedaan karakteristik bahasa dapat ditemukan di antara laki-laki dan perempuan (Sumarsono & Partana, 2007).

Perempuan sebagai salah satu representasi gender memberikan pengaruh terhadap perbedaan kebahasaan dengan laki-laki. Gender diartikan sebagai penggambaran kategori dan hasil dari konstruksi sosial serta budaya berdasarkan jenis kelamin, seperti pada perilaku, peran sosial dan budaya, karakteristik, ataupun tanggung jawab (Faisol, 2011). Perempuan memiliki beberapa karakteristik seperti lebih feminin, sopan, emosional, cerewet, lembut, sensitif, patuh, dan lainnya, dibanding laki-laki (Lips, 2020). Karakter-karakter tersebut dapat memberikan pengaruh akan adanya perbedaan penggunaan bahasa antara keduanya.

Lakoff (1973), linguist pertama yang meneliti mengenai karakteristik bahasa perempuan, mendeskripsikan beberapa ciri tuturan yang disebut sebagai bahasa perempuan, meliputi: (1) *Lexical Hedges*, diartikan sebagai bentuk keraguan dan menghindari tuturan kasar, seperti kata atau frasa "mungkin", "seperti", "menurut saya", dan sebagainya; (2) *Tag questions*, suatu bentuk pertanyaan yang terkait dengan kalimat deklaratif, seperti "... iya, kan?", "...bukankah begitu?", dan sebagainya; (3) *Rising Intonation on Declaratives*, menurut Lakoff, perempuan cenderung menaikkan intonasi pada kalimat deklaratif untuk menunjukkan emosi, perasaan, atau empatnya; (4) *Empty Adjectives*, suatu reaksi emosional untuk menunjukkan persetujuan atau kekaguman terhadap suatu hal; (5) *Precise Color Terms*, kemampuan perempuan untuk lebih rinci dalam penamaan berbagai jenis warna; (6) *Intensifiers*, diartikan bahwa perempuan cenderung untuk melebih-lebihkan apa yang dituturkan dengan cara memberikan penekanan pada kata sifat, kata kerja, atau kata keterangan; (7) *Hypercorrect Grammar*, penggunaan bahasa yang sesuai kaidah; (8) *Super Polite Forms*, sebagai kesantunan dalam berbahasa yang lebih banyak dituturkan perempuan daripada laki-laki; (9) *Avoidance of Strong Swear Words*, dalam kondisi menyumpah atau memaki, perempuan cenderung menggunakan bentuk yang lebih sopan dan halus; (10) *Emphatic Stress*, suatu penekanan tuturan untuk memperkuat makna.

Salah satu bagian dari masyarakat yang heterogen yaitu adanya pekerja kreatif yang berkecimpung di media sosial, khususnya media YouTube, kini biasa disebut dengan *YouTuber*. Kini, menjadi bagian dari industri kreatif dengan berpartisipasi menjadi *YouTuber*, tak hanya sebagai pemenuhan kepuasan diri sebagai hobi tetapi

juga dapat digunakan sebagai sarana menambah penghasilan yang sangat menjanjikan. Oleh karena itu, kini telah banyak akun yang terdaftar dan konsisten mengunggah berbagai ide kreatif di media YouTube.

Pencipta konten YouTube Tasya Farasya, Ria SW, dan Ria Ricis yang berasal dari Indonesia, juga turut serta mengunggah hasil ide kreatif video mereka melalui media ini. Ketiga perempuan pencipta konten kreatif ini memiliki warna dan ide konten yang berbeda. Tasya Farasya telah bergabung di media YouTube sejak tahun 2016 dan kini telah memiliki kurang lebih empat juta pengikut. Pencipta konten yang telah mengunggah lebih dari tiga ratus video di akun YouTube-nya tersebut memiliki spesifikasi konten di dunia kecantikan. Video-video tutorial berdandan dan rekomendasi alat kecantikan dikemas dengan sangat menarik dan informatif, serta mampu memikat jutaan penonton pada setiap video yang diunggahnya. Ria SW telah mendaftar ke media YouTube sejak tahun 2012 lalu dan telah memiliki lebih dari empat juta pengikut. Puluhan unggahan videonya juga telah ditonton oleh berjuta pengguna YouTube di dunia, serta memiliki spesifikasi konten berupa video-video rekomendasi kuliner yang sekaligus mengenalkan tempat baru yang dikunjunginya. Ria Ricis telah memulai proses kreatifnya di YouTube sejak tahun 2016 dan kini telah memiliki lebih dari 30 juta pengikut. Ia kerap berbagi hobi ataupun aktifitas keseharian dan berbagai informasi terkini di kanal YouTube-nya.

Kini, berbagai jenis media sosial telah menyebar secara masif. Salah satunya terbukti pada media sosial YouTube yang telah memiliki lebih dari dua miliar pengguna. Ditambah dengan adanya pandemi korona yang mengharuskan membatasi kegiatan yang bersifat langsung, maka media sosial merupakan alternatif utama yang digunakan untuk menyalurkan berbagai kegiatan, mulai dari pendidikan, hiburan, ekonomi, dan banyak lainnya. Sehingga pemanfaatan media sosial telah mencakup ke seluruh bidang kehidupan. Dengan begitu, berbagai informasi terkait individu ataupun peristiwa dapat dengan mudah terakses. Kemudahan tersebut mengakibatkan semakin meningkatnya curiositas manusia terhadap segala hal yang terunggah melalui media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan karakteristik kebahasaan perempuan pencipta konten YouTube Indonesia dan meningkatkan curiositas pengguna media sosial ke arah yang memberikan dampak positif terhadap pengguna dan masyarakat luas.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian terdahulu sebagai kajian pustaka. Penelitian-penelitian tersebut di antaranya: (1) Hasanah dan Wicaksono (2021), yang bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik kebahasaan dan representasi perempuan Jawa yang tercermin dari tuturan perempuan Jawa dalam film *Tilik*; (2) Agata dan Saifullah (2022), yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh gender terhadap ragam bahasa pada caption Instagram serta mengungkap makna yang dimaksud; (3) Juwita et al. (2018), bertujuan untuk mendeskripsikan perbedaan bahasa dan konsistensi penggunaannya antara pria dan wanita dalam film *The Devil Wears*; (4) Amurwani (2021), penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perberdaan bahasa yang digunakan oleh guru laki-laki dan perempuan pada kegiatan awal pembelajaran; (5) Utami (2022), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fitur-fitur bahasa tokoh perempuan dalam novel *Tempurung* karya Oka Rusmini; (6) Nugraha dan Prasetyo (2022), penelitian

ini bertujuan untuk mendeskripsikan fitur-fitur bahasa yang digunakan tokoh laki-laki dan perempuan dalam komik Detective Conan edisi 28.

Sejalan dengan penelitian-penelitian di atas, penelitian ini juga menganalisis dan mendeskripsikan karakteristik bahasa perempuan dalam media sosial, khususnya YouTube. Objek pelaku kreatif YouTube dalam penelitian ini adalah beberapa video unggahan akun Tasya Farasya, Ria SW, dan Ria Ricis. Dengan penelitian ini, dapat mengungkap karakteristik bahasa perempuan yang digunakan oleh ketiga pencipta konten sebagai representasi perempuan kreatif Indonesia. Tak hanya itu, penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan curiositas pengguna media sosial ke arah positif dan dapat memberikan dampak baik terhadap pengguna lain dan masyarakat luas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena bertujuan untuk menganalisis serta mengungkap informasi secara rinci fenomena sosial, dalam hal ini fenomena bahasa individu dalam masyarakat. Jenis penelitian ini berupa penelitian deskriptif, yang mana berisi deskripsi pada proses analisis. Penelitian ini memiliki dua sumber data penelitian, berupa sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer berupa tiga video konten YouTube, yang berasal dari tiga kanal youtuber yang masing-masingnya memiliki genre yang berbeda. Sumber sekunder penelitian ini berasal dari beberapa rujukan-rujukan yang relevan berupa buku dan jurnal. Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini berupa unsur-unsur bahasa yang digunakan dan hasil dari penggunaan unsur-unsur bahasa dari video-video objek. Video yang digunakan untuk sumber penelitian ini adalah satu video dari masing-masing tiga pencipta konten, dengan batasan video yang termasuk ke dalam salah satu video yang memiliki jumlah penonton terbanyak dalam kurun tahun 2022. Tiga video tersebut, yaitu: (1) Battle Parfum Murah Supermarket! (Farasya, 2022); (2) BSD Street Food (Wijaya, 2022); dan (3) Ricis Masuk Tiba-Tiba ke Rumah Pak Muh (Ricis, 2022).

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik simak bebas libat cakap dan teknik catat. Teknik simak bebas libat cakap merupakan suatu metode dengan peneliti hanya mengamati dan menyimak tanpa terlibat dalam peristiwa tutur (Zaim, 2014). Peneliti menyimak peristiwa tutur dan interaksi yang terjadi dalam video yang diunggah. Serta menggunakan teknik catat untuk mencatat data-data yang diperoleh dan yang akan teliti.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui proses pemilahan, penelaahan data, serta penarikan kesimpulan. Proses pemilahan dilakukan pada setiap data video untuk mengidentifikasi karakteristik bahasa yang digunakan. Kemudian dari data yang diperoleh dilakukan penelaahan, berupa penguraian bukti yang disertai deskripsi secara rinci. Serta di bagian akhir dilakukan proses penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil temuan mengenai karakteristik kebahasaan YouTuber perempuan Indonesia. Karakteristik kebahasaan tersebut meliputi: *tag questions*, *hedges*, *intensifier*, *empty adjectives*, *question intonation*, dan *avoidance swear words*.

Tag questions

Tag questions atau dapat diartikan menjadi penanda pertanyaan. Dalam *The Britannica Dictionary*, *tag questions* diartikan sebagai suatu ungkapan untuk meminta pernyataan akan kebenaran tuturan penutur oleh pendengar. Ungkapan penekanan untuk mendapat persetujuan dan kepastian informasi ini dianggap disebabkan oleh perasaan kurang percaya diri akan pernyataan penutur (Lakoff, 1975). Bentuk ungkapan *Tag questions* pada konten Tasya Farasya (Farasya, 2022):

[03:15-03:18] Tasya F.: “Dan ternyata emang bener, wanginya mirip. Ini *packaging*-nya Paco Rabanne One Million, ceritanya itu gak, sih!?”

Pada data tersebut terdapat tuturan yang mengandung ungkapan *Tag questions*. Bentuk ungkapan berupa “gak, sih!?”. Ungkapan tersebut bertujuan untuk memastikan informasi dan meminta persetujuan akan pernyataan yang dituturkan. Ungkapan “gak, sih!?” terdapat dalam pernyataan Tasya Farasya terkait pendapatnya mengenai kesamaan wangi dan gaya kemasan salah satu parfum yang diulas dengan parfum merek Paco Rabanne One Million. Ia berusaha meyakinkan kru dan penontonnya akan kemiripan keduanya. Sehingga penggunaan *tag question* tersebut bertujuan untuk memastikan kebenaran tuturan Tasya Farasya. Bentuk ungkapan *Tag questions* pada konten Ria Ricis (Ricis, 2022):

[09:45-10:00] Ria R.: “... jadi kita kalau misalnya lebaran, waktu pandemi itu jarang bertemu, karena pandemi, kan? Orang-orang pada ngirim hampers ...”

Pada data tersebut terdapat tuturan yang mengandung ungkapan *Tag questions*. Bentuk ungkapan berupa “kan?” yang bertujuan untuk meminta persetujuan akan pernyataan yang dituturkan. Berdasarkan tuturan tersebut, Ria Ricis menyatakan terkait kegiatan bertemu ketika lebaran yang mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi. Ia menekankan keadaan pandemi sebagai alasan penurunannya dengan menggunakan tag question berupa “kan?”, yang bertujuan untuk menekankan sekaligus meminta persetujuan akan pernyataan yang menurutnya benar. Bentuk ungkapan *Tag questions* pada konten Ria SW (SW, 2022):

[00:15-00:19] Ria SW: “... aku pilih camilan ramen di area Serpong sebelum syuting tema utamanya, ya udah lah, ya?”

[03:32-03:34] Ria SW: “Ini udah lama, kan!? Kita gak streetfood, kan?”

[08:03-08:11] Ria SW: “Tau gak, yang bikin aku salfok pertama kali saat pesan bubur adalah, mangkoknya, mangkoknya anak muda banget, gak, sih?”

Pada data tersebut terdapat tuturan yang mengandung ungkapan *tag questions*. Bentuk ungkapan berupa “ya udah lah, ya?”, “gak, sih?”, dan “kan?” yang bertujuan untuk meminta persetujuan akan pernyataan yang dituturkan. Pernyataan-pernyataannya tersebut mengungkapkan pendapat-pendapat dan fakta yang ia alami. Pendapat kebenaran tersebut ditambahi dengan ungkapan *tag question* dengan maksud untuk meminta pembenaran akan pandangannya kepada kru dan penontonnya.

Hedges

Hedges dalam Bahasa diartikan sebagai “pagar”. Dalam Cambridge Dictionary, unsur ini merupakan salah satu unsur penting dalam komunikasi kesantunan, beberapa contoh seperti “*I wondered if...*”, “*maybe we should...*”, “*it’s sort of...*”, dan sebagainya. Lakoff (1973) berpendapat bahwa unsur atau ungkapan ini dituturkan untuk menyatakan perasaan kurang yakin terhadap pernyataannya, serta penutur tidak sepenuhnya menyatakan kebenaran secara pasti dan pilihan akan kebenaran atau tidak bersifat terbuka untuk pendengar. Bentuk ungkapan *Hedges* pada konten Ria SW (SW, 2022):

[03:27-03:30] Ria SW: “Tadi aku lihat di sana ada telur gulung, kayaknya mau coba itu, deh.”

Pada pernyataan tersebut, diketahui bahwa Ria SW menggunakan ungkapan *hedges* berupa “kayaknya”. Berdasarkan situasi tersebut, Ria SW mengungkapkan bahwa ia ingin melihat dan mencoba telur gulung di tempat pengambilan video tersebut. Pernyataan keinginannya tersebut ia ungkapkan dengan tambahan ungkapan *hedges* berupa “kayaknya”, yang menyatakan bahwa si penutur belum sepenuhnya yakin akan pernyataannya tersebut. Bentuk ungkapan *Hedges* pada konten Tasya Farasya (Farasya, 2022):

[01:25-01:28] Tasya F.: “Ini adalah Evangeline Violet Musk, wanginya itu kayak berkelas gitu, loh”

Ungkapan *hedges* berupa “kayak” juga terdapat dalam tuturan Tasya Farasya pada ulasannya pada salah satu parfum yang menurutnya memiliki wangi yang berkelas, sehingga pernyataan tersebut memiliki makna bahwa pernyataannya tidak sepenuhnya benar dan bersifat terbuka bagi penontonnya untuk berpendapat mengenai wangi parfum tersebut.

Intensifier

Intensifier atau “penyangat” dalam Cambridge Dictionary diartikan sebagai kata atau frasa keterangan yang menyatakan penekanan dan kekuatan makna dari ungkapan penutur. Sebagai contoh, seperti kata *so*, *very*, *absolutely*, *completely*, *extremely*, dan sebagainya. Lakoff (1973) menyatakan bahwa unsur ini mengandung sisi emosional dan berkaitan dengan tuturan perempuan. Bentuk ungkapan *Intensifier* pada konten Tasya Farasya (Farasya, 2022):

[01:15-01:19] Tasya F.: “Enak, sih, jujur, mengingat harganya juga under 100 ribu.”

[03:32-03:35] Tasya F.: “Ini manis banget jujur, manis!”

[03:45-03:47] Tasya F.: “manis, feminim sweet, manis”

[06:10-06:24] Tasya F.: “Ini salah satu pafum yang super sweet banget, mungkin di luar sana ada orang yang suka wangi kayak gini, benar-benar fruity-fruity, vanilla, manis, manis, gimana ya jelasinnya, bener-bener manis, gonjreng manisnya”

[20:33-20:35] Tasya F.: “Gila, ya, enak banget, ya, itu juara satu aku”

Pada ungkapan “enak, sih, jujur...”, Tasya menuturkan reaksi terhadap wangi parfum yang ia hirup. Tak cukup dengan hanya mengatakan “enak”, ia juga menambahkan kata “jujur” setelahnya untuk memberikan penekanan terhadap kata sebelumnya, yang berarti ia ingin menunjukkan bahwa parfum yang ia ulas memiliki wangi yang enak. Begitu pula pada data “gila, ya, enak banget”, tak cukup dengan mengatakan keharuman parfum juara satu ulasannya dengan “enak banget”, ia menambahkan “gila” untuk menekankan keharumannya. Serta pada beberapa parfum yang menurutnya memiliki wangi yang manis, ia beberapa kali memberikan penekanan untuk wangi yang manis dengan mengulang kata “manis” dan menambahkan beberapa kata sebelum dan sesudah kata “manis”, seperti “manis banget jujur, manis” ataupun “bener-bener manis, gongjreng manisnya”. Bentuk ungkapan *Intensifier* pada konten Ria SW (SW, 2022):

[07:38-07:40] Ria SW: “Gak manis banget, gak manis banget, serius”

[09:43-09:44] Ria SW: “Wangi banget, wangi jahe banget”

Pada data tersebut, tuturan Ria SW mengandung *intensifier* berupa reaksinya terhadap rasa-rasa jajanan yang ia beli. Ia mengulang kata “gak manis banget” ditambah dengan kata “serius” untuk menunjukkan kenyataan bahwa minuman yang ia beli tidak memiliki manis yang berlebihan. Ria SW memberikan penekanan pada ungkapannya dengan kata “banget” dan “serius”. Ia juga menekankan pada reaksinya terhadap rasa minuman jahe yang ia beli. Wangi jahe yang ia rasakan, ia ungkapkan dengan menambahkan kata “banget” setelah kata “wangi”, lalu mengulangnya kembali.

Empty Adjectives

Berdasarkan gagasan Lakoff (1973), unsur yang banyak digunakan perempuan ini diartikan sebagai kata sifat untuk mengungkapkan pernyataan kekaguman terhadap sesuatu, seperti *adorable, lovely, charming*, dan sebagainya. Bentuk ungkapan *Empty Adjectives* pada konten Ria Ricis (Ricis, 2022):

[04:18-04:21]

Ria R.: “Kamu BA-nya, kan?”

Fadil: “Iya”

Ria R.: “Ih, keren!”

[13:38-13:40] Ria R.: “Makasih, Tante. Udah cantik, baik, persis kayak aku”

Berdasarkan data tersebut, Ria Ricis mengungkapkan kekagumannya terkait pencapaian Fadil yang berhasil menjadi BA atau *brand ambassador* dari produk yang mereka tunjuk di video tersebut, dengan kata “keren” dengan intonasi yang tinggi. Begitu pula ia mengungkapkan kata-kata sifat berupa “cantik” dan “baik” untuk mama Fadil yang ia temui di rumah Fadil. Ungkapan-ungkapan *empty adjectives* tersebut bertujuan untuk menunjukkan kekagumannya terhadap beberapa objek yang membuatnya kagum.

Question Intonation

Question intonation sebagai salah unsur yang sering dituturkan perempuan untuk menunjukkan suatu pernyataan dengan pola intonasi tinggi untuk menjawab pertanyaan, yang disebabkan ketidakyakinan dengan pernyataannya sendiri (Lakoff, 1973, 2004). Bentuk ungkapan *Question Intonation* pada konten Ria SW (Wijaya, 2022):

[08:26-08:28] Ria SW: "Ini seperti biasa, harus diaduk semuanya, kan, ya?"

Berdasarkan konteks tersebut, Ria SW akan menyantap bubur yang telah ia pesan. Sebelum menyantapnya, ia menambahkan beberapa perasa lainnya, lalu mengaduk seisi mangkoknya. Pada peristiwa tersebut, muncul data berupa ungkapan *question intonation* pada pernyataannya bahwa menurutnya kebiasaan Ria SW bubur harus diaduk semuanya sebelum dimakan. Ungkapan "kan, ya?" di akhir pernyataannya tersebut berfungsi untuk berusaha meyakinkan kebenaran kebiasaannya. Bentuk ungkapan *Question Intonation* pada konten Ria Ricis (Ricis, 2022):

[09:24-09:30] Ria R.: "Bener, kan. Emang si Fadil doang gak mau ngasih, orang mbaknya aja ngasih, mama ngasih, semua ngasih ya, kan, Ma?"

Pada data tersebut, terdapat ungkapan *question intonation* "ya, kan, Ma?" dari Ria Ricis. Pada konteks tersebut, ia menanyakan terkait kemauan mama Fadil dan si mbak untuk memberinya makanan untuk berbuka puasa setelah Fadil menuturkan candaan bahwa tidak akan ada yang memberi Ria Ricis makanan berbuka. Oleh karena itu, ia berusaha meyakinkan pernyataannya bahwa mama dan si mbak bersedia memberinya makan dengan ungkapan intonasi tinggi "ya, kan, Ma?" yang ia tujukan kepada si mama.

Avoidance Swear Words

Unsur ini berisi ungkapan-ungkapan yang mengandung penekanan ataupun kekesalan yang dituturkan perempuan, yang diungkapkan secara halus Lakoff (1973). Bentuk ungkapan *Avoidance Swear Words* pada konten Tasya Farasya (Farasya, 2022):

[00:11-00:25] Tasya F.: "Untuk kali ini, khusus parfum supermarket aja, guys. Overall semuanya under 100 ribu, ini ada yang sembilan ribu, mohoon, ada yang sembilan ribu!"

Pada detik tersebut, Tasya Farasya menjelaskan bahwa ia akan mengulas parfum-parfum yang dijual di supermarket saja. Ia menambahkan pula bahwa harga-harga parfum tersebut di bawah kisaran seratus ribu rupiah. Kemudian data berupa ungkapan *avoidance swear words*, yaitu kata "mohoon" dengan intonasi yang tinggi muncul ketika ia mengetahui bahwa terdapat parfum seharga sembilan ribu rupiah saja. Hal tersebut menunjukkan penekanan keheranannya terhadap harga parfum yang tergolong sangat murah. Bentuk ungkapan *Avoidance Swear Words* pada konten Ria Ricis (Ricis, 2022):

[15:35-15:41]

Mama: "Kita belum ke rumah Ricis"

Fadil: "Iya, gak diundang-undang"

Ria R.: "Ih, astaghfirullahaladzim, dua puluh empat jam terbuka untukmu"

Berdasarkan konteks tersebut, Ria Ricis menuturkan ungkapan kekesalan secara halus sebagai reaksi atas pernyataan salah satu lawan bicaranya, Fadil. Pada percakapan tersebut, Fadil menyebut bahwa Ria Ricis tidak segera mengundangnya ke rumah. Atas tuduhan itu, Ria Ricis mengucapkan "astaghfirullahaladzim" atau permintaan ampunan diri karena dengan tuduhan tersebut ia merasa seperti melakukan

sikap yang tidak baik. Ungkapan tersebut juga ia gunakan sebagai bentuk kekesalan terhadap Fadil, serta sebagai penekanan bahwa ia tidak bermaksud untuk tidak mengundang ke rumahnya, ditambah dengan kalimat pendukung setelahnya, "... dua puluh empat jam terbuka untukmu" memiliki makna bahwa Fadil dapat berkunjung kapanpun dikehendak

SIMPULAN

Berdasarkan deskripsi analisis karakteristik bahasa yang digunakan oleh YouTuber perempuan Indonesia, dengan satu sampel video dari masing-masing akun Tasya Farasya, Ria Ricis, dan Ria SW, yang diunggah pada satu tahun terakhir dan memiliki jumlah penonton paling banyak, maka diperoleh kesimpulan bahwa, figur-figur publik tersebut menggunakan karakteristik kebahasaan gagasan Lakoff (1973). Karakteristik kebahasaan dominan yang ditemukan dalam tiga video tersebut meliputi *tag questions*, *hedges*, *intensifier*, *empty adjectives*, *question intonation*, dan *avoidance swear words*. Ketiga YouTuber perempuan Indonesia tersebut dapat merepresentasikan penggunaan bahasa YouTuber perempuan Indonesia yang dominan untuk selalu menekankan ungkapan-ungkapan yang dituturkan, baik berupa pendapat pribadi atau pandangan akan suatu hal, kekaguman, kekesalan, ataupun keraguan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agata, A. O., & Saifullah, A. R. (2022). Ragam bahasa pada caption Instagram: Analisis gender. *Indonesian Language Education and Literature*, 7(2), 388. <https://doi.org/10.24235/ileal.v7i2.9592>
- Amurwani, P. P. (2021). Konstruksi bahasa guru perempuan dan laki-laki pada kegiatan awal pembelajaran. *TOTOBUANG*, 9(1), 15–26. <https://doi.org/10.26499/ttbng.v9i1.240>
- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. PT Rineka Cipta.
- Faisol, M. (2011). *Hermeneutika gender: Perempuan dalam tafsir Bahr Al-Muhith*. UIN Maliki Press.
- Farasya, T. (2022). *Battle parfum murah supermarket!* YouTube. <https://youtu.be/1m-I7IAKRk8>
- Hasanah, H., & Wicaksono, N. H. (2021). Bahasa dan gender: karakteristik kebahasaan perempuan Jawa dalam Film 'Tilik.' *Jurnal Budaya Brawijaya*, 1(2), 7–16. /
- Juwita, T. P., Sunggingwati, D., & Valiantien, N. M. (2018). The differences between men and women's language in The Devil Wears Prada movie. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni Dan Budaya*, 2(1), 43–52. <https://doi.org/10.30872/jbssb.v2i1.870>
- Lakoff, R. T. (1973). Language and woman's place. *Language in Society*, 2(1), 45–79.
- Lakoff, R. T. (2004). *Language and woman's place: Text and commentaries* (Vol. 3). Oxford University Press, USA.
- Lips, H. M. (2020). *Sex and gender: An introduction*. Waveland Press.
- Nugraha, D. D., & Prasetyo, A. B. (2022). Karakteristik fitur-fitur kebahasaan tokoh laki-laki dan perempuan dalam komik Detektif Conan edisi 28. *Neologia: Jurnal*

Bahasa Dan Sastra Indonesia, 3(1).

<https://ojs.unm.ac.id/Neologia/article/view/31586>

Rahardi, K. (2010). *Sosiolinguistik ihwal kode dan alih kode*. Ghalia Indonesia.

Ricis, R. (2022). *Ricis masuk tiba-tiba ke rumah Pak Muh*. Ricis Official.

<https://youtu.be/wz0ngV8SFEw>

Sumarsono, S., & Partana, P. (2007). *Sosiolinguistik*. Sabda bekerjasama dengan Pustaka Pelajar.

Utami, N. N. A. (2022). Penggunaan fitur bahasa perempuan pada Novel Tempurung karya Oka Rusmini. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 5(2), 327-340. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v5i2.282>

Wicaksono, Y. P., & Macaryus, S. (2020). Poster di ruang publik: Suara perempuan calon legislatif. *Caraka: Jurnal Ilmu Kebahasaan, Kesastraan, Dan Pembelajarannya*, 6(2), 32. <https://doi.org/10.30738/.v6i2.7761>

Wijaya, R. S. (2022). *BSD street food*. Ria SW. <https://youtu.be/t48EDWiYJx4>

Zaim, M. (2014). *Metode penelitian bahasa: Pendekatan struktural*. FBS UNP Press.