



# Peran media “Tik Tok” dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia

Nurin Nauvalia<sup>a,1\*</sup>, Ikwan Setiawan<sup>b,2</sup>

<sup>ab</sup> Universitas Jember, Jalan Kalimantan Tegalboto No.37 Kabupaten Jember, 68121, Indonesia

<sup>1</sup> valirasalsabilaalva@gmail.com; <sup>2</sup> ikwansetiawan.sastra@unej.ac.id

\* Corresponding Author

## INFO ARTIKEL

### Sejarah Artikel:

Diterima: 5 Maret 2022

Direvisi: 5 April 2022

Disetujui: 23 April 2022

Tersedia Daring: 28 April 2022

### Kata Kunci:

Budaya

Ragam Bahasa

Tiktok

## ABSTRAK

Upaya untuk melestarikan budaya harus dimulai dari bahasa daerah dimana dengan nilai-nilai budaya tersebut dapat dibagikan atau dikomunikasikan di antara anggota masyarakat. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui ragam bahasa daerah yang merujuk pada istilah dalam bahasa Indonesia dalam video “Tik Tok” serta peran media tersebut dalam memperkenalkan ragam Bahasa Daerah sebagai bentuk ekspresi budaya bangsa. Penelitian ini menggunakan perspektif dari *new media* untuk mendiskusikan persoalan tersebut. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif. *The source of the data obtained is from primary data in the form of a Tiktok video entitled: Compilation of regional languages. The data collection technique uses documentation techniques, namely identifying videos of various regional languages in Tiktok. Data analysis technique using reduction technique.* Hasil penelitian menunjukkan ragam bahasa yang terdapat dalam video Tiktok yang sudah dikumpulkan oleh peneliti, terdapat ragam bahasa dari Daerah Jawa, Sunda, Solo, Minang, Banyumas, dan Manado. Peran media sosial yaitu video tiktok terkait ragam bahasa atau penyebutan Bahasa Daerah dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia sehingga dapat menjadikan Bahasa Indonesia yang beragam menjadi populer, terwariskan atau ditirukan, dan diterima dilapisan masyarakat. Video tiktok sudah menjadikan budaya Indonesia yaitu Bahasa Indonesia menjadi populer diterima disetiap seluruh masyarakat baik negeri atau luar negeri.

## ABSTRACT

### Keywords:

Culture

Tiktok

Variety of languages

*Efforts to be with culture must start from the local language where the cultural values can be shared or communicated among community members. This paper aims to find out the variety of regional languages that refer to the terms in Indonesian in the video "Tik Tok" and the role of the media in introducing various regional languages as a form of national cultural expression. For these problems, this study uses the perspective of new media. The research method uses qualitative research. The results show the variety of languages contained in the Tiktok videos that have been collected by researchers, there are various languages from the Java, Sundanese, Solo, Minang, Banyumas, and Manado regions. The role of social media is tiktok videos related to various languages or the mention of regional languages in introducing Indonesian culture so that they can make various Indonesian languages popular, inherited or imitated, and accepted in society. Tiktok videos have made Indonesian culture, namely the Indonesian language, become popular which is accepted by all people, both country and abroad.*

© 2022, Nauvalia & Setiawan

This is an open access article under CC-BY-SA license



**How to Cite:** Nauvalia, N. & Setiawan, I. (2022). "Peran media "Tik Tok" dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 6 (1), 73-85. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.20409>

## 1. Pendahuluan

Budaya adalah pola makna yang terjalin dalam simbol dan ditransmisikan secara historis. Budaya dianggap sebagai cetak biru yang menjadi pedoman kehidupan manusia yang mempengaruhi perilakunya. Dari sudut pandang sosial, kebudayaan diwariskan melalui bahasa dan praktik sehingga masyarakat bisa memanfaatkannya sebagai pengetahuan dan pedoman hidup bersama. Sebagai bahasa nasional, Bahasa Indonesia berfungsi sebagai lambang kebanggaan nasional, kebangsaan identitas, media penghubung antar warga, antar daerah dan antar budaya, serta sebagai media pemersatu suku, budaya dan bahasa di Nusantara (Bulan, 2019). Sen & Hill, (2007) menambahkan budaya secara luas digunakan setidaknya dalam dua pengertian: sebagai seni dan sebagai cara hidup. Makna-makna tersebut menjadi hampir tak terpisahkan dalam bidang akademik seperti kajian budaya dan kajian media, yang semakin menganalisis apa yang mungkin paling tepat digambarkan sebagai budaya populer.

Schaefer (2011) mengatakan bahwa upaya untuk melestarikan budaya sebenarnya harus dimulai dari bahasa daerah yang dengannya nilai-nilai budaya tersebut dapat dibagikan atau dikomunikasikan di antara anggota masyarakat. Budaya sebagai proses sosial berkaitan dengan penggunaan bahasa dan komunikasi yang dialami oleh orang-orang dalam keadaan tertentu. Mereka cenderung belajar lebih dari satu bahasa untuk kepuasan kebutuhan komunikatif.

Bahasa adalah apa yang diucapkan oleh anggota masyarakat tertentu. Namun, seperti yang akan kita lihat, pada prakteknya bahasa yang di hasilkan setiap daerah di Indonesia menjadi bentuk yang berbeda dan mempunyai karakter tersendiri. Sistem tata bahasa adalah sesuatu yang setiap pembicara, tetapi ada masalah penting bagi

ahli bahasa adalah apa pengetahuan itu dan bagaimana hal itu dapat dicirikan dengan baik. Sehingga, ciri bahasa muncul sesuai situasi, tujuan, kesepakatan, dan fungsi bahasa pada lingkup sosial tertentu. Menurut Finegan (2008), fungsi mendasar dari setiap sistem bahasa adalah untuk menghubungkan makna dan ekspresi untuk memberikan ekspresi verbal untuk pikiran dan perasaan.

Keragaman bahasa yang dimiliki Indonesia menjadi penciri masyarakat tertentu sebagai penguat daya tarik Indonesia. Banyak warga negara asing yang ingin mempelajari bahasa daerah Indonesia karena menurut mereka bahasa daerah memiliki daya tarik tersendiri dalam pengucapan dan fungsinya. Ironisnya, bahasa daerah yang diberikan sangat sedikit porsinya dalam konteks pendidikan Indonesia. Beberapa faktor berpengaruh yang mungkin dapat melemahkan bahasa daerah dalam masyarakat Indonesia adalah kurangnya dukungan pemerintah.

Peran Bahasa Indonesia sangat penting untuk mempersatukan dan membangkitkan Nasionalisme. Menyadari pentingnya peran pemerataan bahasa bagi terwujudnya persatuan dan kesatuan bangsa, maka upaya sosialisasi dan sosialisasi Bahasa Indonesia di seluruh lapisan semakin digencarkan (Mahayana, 2008). Salah satu bentuk promosi dalam memperkenalkan ragam Bahasa Indonesia adalah media sosial. Keberadaan media sosial kini terus merambah dan berpengaruh dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, menurut Zein, (2019) perlu untuk tindakan yang disengaja dalam pendidikan yang mempromosikan multibahasa. Menurutnya pengalihan dalam sistem pendidikan Indonesia menuju pendidikan multibahasa untuk memastikan pelestarian bahasa asli dan warisan.

Bahasa merupakan budaya yang memiliki nilai yang sangat tinggi, karena dengan bahasa manusia akan mampu

meningkatkan kehidupan dengan baik dan teratur. Dapat dikatakan bahwa bahasa merupakan salah satu kebutuhan primer yang dapat berperan sebagai pengatur peredaran kelangsungan hidup ([Handika, 2019](#)). Oleh karena itu, perkembangan keberagaman bahasa sangat penting bagi perkembangan komunikasi dan ekonomi suatu daerah. Media online “Tik Tok” berperan penting dalam mengembangkan keberagaman Bahasa Indonesia.

Menurut [Kaplan & Haenlein \(2010\)](#) media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi web yang mengarah pada terjadinya dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Dalam perkembangannya, media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari berteman, program kampanye tertentu (pendidikan, sosial, keagamaan), lingkungan, kesehatan, dan sebagainya), hingga promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu. Kemajuan teknologi sudah sangat pesat. Kemajuan ini membawa aspek positif dalam beberapa hal, seperti banyaknya video viral yang memperkenalkan berbagai bahasa di Indonesia. media sosial memberi dampak perubahan besar dalam kehidupan masyarakat di seluruh aspek, seperti dalam aspek politik, sosial, ekonomi dan budaya. Selain itu dalam menggunakan media sosial juga memiliki beberapa efek positif dan negatif yang tidak sedikit menyentuh kehidupan masyarakat ([Putri, Nurwati, & Santoso, 2016](#)).

Media “Tik Tok” merupakan media baru (*new media*) yang populer di kalangan masyarakat seluruh dunia. Media baru adalah segala sesuatu yang dapat mengalirkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi yang dapat menciptakan inovasi, atau perubahan yang dapat menghasilkan sesuatu yang benar-benar diinginkan masyarakat ([Setiawan, 2013](#)). *New Media* adalah media komunikasi, yakni meliputi produk material sekaligus cultural dari sistem distribusi informasi massal yang ditujukan untuk khalayak luas dan dijalankan berdasarkan

sistem pemasaran modern “Media baru” terbagi menjadi beberapa jenis (1). Media komunikasi interpersonal, (2). Media permainan interaktif, (3). Media pencarian informasi, (4). Media kolektif untuk berpartisipasi ([Lister, 2009](#)).

Dalam hal ini media sosial yang paling populer dan berpengaruh adalah media sosial “Tik Tok”. [Bagus \(2018\)](#), menjelaskan “Tik Tok” adalah jejaring sosial Tiongkok dan platform video musik yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi ini memungkinkan pengguna membuat video musik pendek sendiri. Aplikasi “Tik Tok” dikenal dan diluncurkan pertama kali pada September 2016. Saat itu, aplikasi ini langsung diterima di Indonesia. aplikasi “Tik Tok” dikembangkan oleh *Beijing ByteDance Technology* dan berasal dari China. Dapat diunduh melalui *Play Store* untuk pengguna *Android* dan *Apps Store* untuk pengguna *iOS*. Anda juga dapat membukanya melalui PC. Namun memang saat itu banyak yang menyebut pengguna “Tik Tok” sebagai *alayers* jika dilihat dari segi negatif. Kebiasaan pengguna “Tik Tok” adalah membuat video yang sudah diperankan oleh pengguna pertama dalam suatu tema, kemudian pengguna selanjutnya menirukan video-video viral tersebut. Salah satu contoh adalah video tentang penyebutan bahasa daerah Indonesia. Dimulai salah satu video penyebutan bahasa daerah yang viral, kemudian banyak bermunculan video-video penyebutan ragam Bahasa Indonesia tersebar. Hal ini tentunya memberikan dampak positif bagi eksistensi dan populernya ragam Bahasa Indonesia. Banyak pengguna, bahkan hanya penyimak video tiktok mulai dari anak-anak sampai dewasa mengetahui bahasa bahasa dari salah satu daerah Indonesia. Menurut [Rafiq, \(2020\)](#) media sosial merupakan suatu aplikasi yang menggunakan jaringan internet dengan ideologi sebagai dasarnya, berdasar pada teknologi web 2.0 yang dapat menciptakan berbagai jaringan sosial dan penggunaanya dapat bertukaran secara *generated content*. Media sosial merupakan

tempat dimana siapa saja bisa menciptakan sebuah *web page* pribadi sehingga seluruh orang bisa membukanya sehingga bisa terhubung dan berkomunikasi dengan yang lain.

Peneliti menyajikan beberapa penelitian terdahulu demi membuktikan kebaruan penelitian ini. Seorang peneliti [Ida Ri'aeni \(2015\)](#) meneliti menulis artikel tentang “Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia”. Artikel ini tentang pengembangan potensi wisata daerah mampu memberikan dampak positif dengan adanya perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Secara ekonomi, pariwisata berdampak pada perluasan lapangan usaha dan lapangan pekerjaan kesempatan pekerjaan, dan meningkatkan pendapatan tahunan dan devisa di luar negeri dibidang sosial. Dalam kehidupan interaksi sosial terjadi antara budaya pendatang dan penduduk lokal. Hal tersebut menyebabkan terjadinya perubahan cara hidup masyarakat serta terjadinya integrasi sosial. Selanjutnya dalam konsep antropologi, pengetahuan tentang budaya dan nilai-nilai kearifan lokal adalah lebih berkelanjutan dan dikenal luas.

Sebuah atikel tahun 2013 yang disusun oleh [Setiawan \(2013\)](#) menjelaskan bahwa kekuatan baru media Youtube dalam membentuk budaya populer di Indonesia. Kekuatan pengaruh media sangat besar terhadap popularitas seseorang karena memiliki ciri mudah diakses, berjejaring dan interaktif sehingga membentuk budaya populer. Pengaruh media kini bahkan turut membentuk karakter, perilaku, dan gaya hidup seseorang. karena dengan mempengaruhi perilaku dan karakter manusia menciptakan kenyataan bagi masyarakat dengan melahirkan banyak opini dan perubahan sosial yang disebabkan oleh media maka akan tercipta budaya populer.

Selanjutnya artikel yang disusun oleh [Harahap \(2021\)](#) menjelaskan dengan adanya media massa, perubahan sosial budaya masyarakat sangat terlihat nyata karena sejak adanya media massa norma-norma, kebiasaan, sikap lama kelamaan terkikis

pelan-pelan dan semakin dilupakan oleh masyarakat dan tergantikan dengan kebiasaan baru. Kemajuan teknologi dari tahun ke tahun dapat dilihat semakin maju terutama dalam kemajuan media sosial. Dampak media sosial juga harus diperhatikan oleh masyarakat, agar masyarakat tidak terbawa oleh efek negatif dari pemakaian aplikasi media sosial tersebut. Kata kunci: social media, perubahan sosial budaya, masyarakat.

Persamaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu adalah sama-sama menganalisis peran media sosial terhadap budaya Indonesia, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, yang pertama penelitian oleh Ida perbedaan terletak pada objek penelitian yaitu pada daerah pariwisata cagar budaya sedangkan pada penelitian ini adalah budaya Bahasa Indonesia. Penelitian selanjutnya perbedaan oleh Rudi Setiawan, perbedaan terletak pada objek yaitu budaya populer tentang musik di Youtube sedangkan penelitian ini adalah membahas perbedaan berbagai bahasa daerah di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ragam Bahasa Indonesia dalam Video Tik Tok. Selain itu juga untuk mengetahui peran media “Tik Tok” dalam memperkenalkan budaya terkait ragam Bahasa Indonesia.

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti mengidentifikasi sebuah fenomena keberagaman bahasa yang ditampilkan melalui media sosial yaitu “Tik Tok”. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Responden yang diwawancarai adalah Bapak Son warga Banyumas, dan menguasai Bahasa Sunda yang tinggal di Banyuwangi. Dokumentasi dilakukan dengan menganalisis video Youtube berjudul “Bahasa Daerah Kompilasi dan Kumpulan Bahasa Daerah Indonesia”. Video yang sudah ditonton 1000 *viewer* tersebut merupakan video beberapa mahasiswa yang berbeda daerah asal kemudian mengucapkan beberapa kata

dengan bahasa daerah masing-masing. Sebagai upaya menunjukkan adanya kebaruan (novelty) antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelum-sebelumnya.

Penelitian terdahulu oleh [Ri'aeni \(2015\)](#), menjelaskan hasil penelitian bahwa ragam bahasa dapat di ungkapkan melalui musik dan dan promosi budaya daerah melalui media sosial. Perbedaan dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian ini menunjukkan hasil pengungkapan keberagaman bahasa daerah melalui media "Tik Tok". Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan pendorong bagi pembaca untuk senantiasa mengembangkan budaya-budaya Indonesia melalui media "Tik Tok" dengan seluas-luasnya baik di dalam maupun di luar negeri. [Kurniawan \(2018\)](#), mengungkapkan bahwa bahwa meskipun penggunaan Internet dan media sosial secara luas menginspirasi implikasi demokrasi terhadap budaya politik Indonesia, sifat-sifat yang sudah lama dan mengakar, seperti primordialisme, tetap ada dalam masyarakat yang lebih digital ini.

## 2. Metode

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut [Sugiyono \(2012\)](#) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Peneliti sebagai instrument mengidentifikasi data, hingga mengkasifikasi data dari video, kemudian menyajikan dan menyimpulkan hasil analisis tersebut.

Sumber data adalah pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah video-video "Tik Tok" terkait penyebutan ragam Bahasa Indonesia. Data sekunder adalah salah satu partisipan yang diwawancarai untuk tujuan mendapatkan kevalidan data bahasa bahasa yang ada pada

video "Tik Tok" tersebut. Partisipan adalah orang kelahiran Banyumas yang tinggal di Banyuwangi. Partisipan juga merupakan orang yang pernah tinggal di Bandung sehingga menguasai Bahasa Sunda. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan terkait bahasa ragam bahasa yang telah di ungkapkan pada video Tik Tok kompilasi bahasa daerah tersebut.

Video Tik Tok pertama dengan link

"<https://www.youtube.com/watch?v=p2Ijw4euF40>" video yang sudah ditonton dan dibagikan lebih dari seribu pengikut ini merupakan video kompilasi bahasa daerah di Indonesia.

Video kedua adalah video Tik Tok yang juga viral dengan ribuan pengikut yang sudah di unggah di berbagai media juga seperti Youtubedengan link:

[https://www.youtube.com/watch?v=A WmtO8c\\_A3Q](https://www.youtube.com/watch?v=A WmtO8c_A3Q)

Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan beberapa video ragam bahasa di "Tik Tok". Peneliti mewawancarai narasumber yang berbeda daerah guna konfirmasi isi video ragam bahasa di "Tik Tok". Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sudah tersedia dalam beberapa dokumen. Dokumentasi terdiri dari catatan pribadi, video-video ragam bahasa, dan beberapa artikel terkait ragam bahasa.

Hasil data dianalisis dengan menggunakan metode sebagai berikut: Pengurangan data reduksi, data melibatkan pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan dan mengubah data yang belum diproses menjadi ringkasan yang terorganisir menjadi tema atau pola sesuai dengan tujuan awal penelitian untuk membedakan antara tema primer dan sekunder data. Mengkategorikan video Tik Tok dalam berbagai bahasa. Dalam proses ini, peneliti menyimpulkan beberapa video terpilih.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Ragam Bahasa Indonesia dalam video Tik Tok

Dalam Penelitian ini, peneliti mengambil data dari beberapa sesi video yang berbeda akun yang akan di jelaskan sebagai berikut.

Tabel 1. Data 1

No	Kata	Jawa	Sunda	Solo	Minang
1	Ibu	emak	inak	Mamak	-
2	Air liner	cilak	celak	-	-
3	Anjing	asu	cicing	Acong	tijengkang
4	Jatuh ke belakng	kejengking	Geri k muri	takongking	-

Berdasarkan data 1 pada [tabel 1](#), ragam bahasa muncul dari bahasa Indonesia yang terdiri dari 4 ragam bahasa adalah ragam bahasa dari Jawa, Sunda, Solo, dan Minang. Ragam bahasa diucapkan melalui ciri khas masing-masing daerah. Terdapat juga bahasa yang mirip dalam pengucapannya yaitu Bahasa Solo dan Bahasa Minang dari kata *airliner* yaitu *Celak*. Dalam video Tik Tok ini, petutur adalah sekelompok pemuda berasal dari daerah yang berbeda-beda sehingga mereka mendeskripsikan bahasa daerah masing-masing dari beberapa kata Bahasa Indonesia.

Tabel 2. Data 2

No	Kata	Banyumas	Sunda	Minang	Solo
1	main	ulin	dolan	Malala	keluar
2	Jatuh ke depan	tikusruk	kujungkel	Taplaka	tasungkua
3	Terpeleset	kepeleset	tisereuleu	Balambin	Tapalisi
4	kentut	ngentut	hitut	Kantui	konto
5	mulut	Cangkem	sungut	Muncua ng	mulu
6	Cuci piring	ngasahi	gegeroh	Cuci piring	Cuci piring
7	Lutut	dengkul	tuur	Lutui	Buku buku
8	duduk	njagong	diuk	Duduak	Dudu'
9	ketiak	kelek	kelek	Katiak	Kile kile

10	Besar kecil	Gede cilik	Gede leutik	Gadang ketek	Besar kecili
11	hewan	kewan	sato	Hewan	binatang
12	teman	batir	babaturan	Kawan	tamang
13	Datang pergi	Teka lunga	Dongkat indit	Tibo pai	Datang pigi
14	menjemur	meme	popoe	manjamua	bajumura
15	Angkat jemuran	ngentasi	jajait		Angka pakean
16	melihat air	ndeleng banyu	nampo cai	mancalia Aeia	balia aer
17	dengan bohong	karo nglomboni	jeung balaga	Paduto	deng Ambu, oca, onti
18	hitam	ireng	hideung	Kliang	itang
19	nakal marah	mbadung kesuh	bangor ngambe k	Mad Berang	kapsita mara
20	pelit	medit	koret	Pilik	koncudu

Data 2 pada [tabel 2](#), menunjukkan ragam bahasa dari kata yang berasal dari 23 kata Bahasa Indonesia, kemudian berdasarkan video tersebut terdapat 4 petutur berasal dari daerah yang berbeda yaitu Banyumas, Sunda, Minang, dan Solo. Beberapa bahasa daerah memiliki pengucapan yang sama contohnya adalah pada kata “ketiak” dari Bahasa Indonesia, Kemudian dari bahasa Minang, Banyumas dan Sunda bahasanya *kelek*. Kemudian cuci piring dari bahasa Minang dan Solo sama yaitu *cuci piring*.

Tabel 3. Data 3

No	Kata	Banyumas	Solo	Sunda	Minang	Manado
1	Lapar	kencot	lapar	Kluwe	litak	lapar
2	Tidur	turu	turu	Sare	lalok	tidur
3	Bangun	tangi	tangi	Hudan g	jago	bangung
4	Centil	lenjeh	metel	Cumen til	manti ak	macico
5	Baik	apik	Api'an	Bageur	elok	bae
6	Disini	nanke ne	nengkene	Didiye	disiko	disini
7	Disana	nengkana	ningkono	Diditu	disina	disana
8	Sekarang	siki	Sa'iki	Ayuen a	kini	skarang
9	Besok	ngesuk	sesok	Enjing	bisua k	Besok
10	Kemarin	wingi	wingi	Kamari	patan g	kalamari
11	Pintar	pinter	pinter	Pinter	santia ng	pand e
12	Bodoh	bodo	bodo	Blegug	Enga	bion go

1 3	Ngga sopan	sembro no	Kuran g asem	Cucun gah	Kura ng aja	capa runi
1 4	Cantik , ganteng	Gagah ayu	Bagus ayu	Kasep geulis	Tamp an ranca k	pasu ng
1 5	Hanyu t	kerem	kanyut	Palid	hany uik	anyo r
1 6	Cewek cowok	Lanang wadon	Lanang wedok	Lelaki uwewe	Padu si lalaki	Nyo ng nona
1 7	Dipan ggil	diceluk	Diceluk	Digero an	diimb au	Dapa pang gae

Data 3 pada [tabel 3](#) terdapat 17 kata bahasa Indonesia yang diekspresikan melalui bahasa daerah yaitu Banyumas, Solo, Sunda, Minang, dan Manado. Kelima bahasa daerah ini diucapkan oleh sekelompok pemuda memiliki perbedaan daerah mereka mengekspresikan dengan bahasa daerah masing-masing dan logat ciri khas masing-masing. Ada beberapa kata yang sama dalam satu kata bahasa daerah yaitu *pintar* dalam bahasa Banyumas, Sunda dan Solo yaitu *pinter*. Selain itu bahasa *cewek* dan *cowok* diucapkan dengan kata yang sama pada Banyumas dan Solo yaitu *Lanang Wadon*, kemudian kata *dipanggil* juga sama, Banyumas dan Solo mengucapkan kata *diceluk*. Ada beberapa kata yang sama di daerah Banyumas dan Solo karena memang Banyumas dan Solo itu adalah terletak pada daerah yang berdekatan.

Menurut Pak Abu beberapa kata yang diucapkan dalam video merupakan pengucapan bahasa daerah masing-masing yang sudah diucapkan dengan benar. Bahasa tersebut campuran antara bahasa daerah baku formal dan bahasa yang tidak formal. Menurut Abu sangat baik Mahasiswa yang mampu mengucapkan bahasa daerah masing-masing dan mempublikasikannya dalam video Tik Tok karena itu akan menjadikan dan mempromosikan bahwa Indonesia adalah mempunyai beragam bahasa daerah yang menarik. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh [Wijaya \(2020\)](#) menyatakan bahwa aplikasi Tik Tok sudah mampu mengalahkan YouTube, Whatshapp, Facebook, Messenger, dan Instagram sebanyak 48,5 juta kali. Agar lebih

menyakinkan bahwasanya Tik Tok merupakan aplikasi yang sangat menarik dan digemari oleh kalangan muda. Oleh karena itu, pilihan memperkenalkan ragam bahasa melalui video Tik Tok adalah pilihan terbaik.

### 3.2 Peran media “Tik Tok” dalam memperkenalkan budaya terkait ragam Bahasa Indonesia

Pengguna Tik Tok di Indonesia sendiri telah mencapai 30,7 juta yang tercatat pada Juli 2020. Bahkan hingga saat ini, aplikasi Tik Tok telah diunduh lebih dari 100 juta pengguna di Google Play Store ([Name, 2018](#)). Penelitian yang dilakukan peneliti tentang peran media dalam memperkenalkan ragam bahasa Indonesia melalui aplikasi Tik Tok ini dengan durasi 1-15 menit, isi video Tik Tok memperkenalkan beberapa ragam Bahasa Indonesia yang dikemas secara kreatif, inovatif dan menarik sehingga membuat mereka antusias untuk melihat dan menirukannya.

Aplikasi Tik Tok juga dapat menyediakan pengguna untuk dapat menggunakan berbagai efek khusus, serta musik latar dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga efek khusus lainnya yang dapat digunakan langsung. Sehingga pengguna dapat membuat video menarik dan memiliki nada yang disesuaikan dengan situasi dalam video agar video Tik Tok terkait penyebutan satu kata di berbagai daerah cepat viral mengingat karakter orang Indonesia yang sosial, suka berbagi, hobi condong ke arah narsis, dan tidak terlalu peduli dengan masalah privasi. Jadi media sosial adalah media komunikasi yang sangat representatif. Hal itu menjadikan video Tik Tok tentang ragam bahasa berpengaruh positif dalam memperkenalkan budaya atau ragam Bahasa Indonesia yang terkait dengan hal-hal berikut.

#### 1) Menyampaikan pesan

Pengguna tiktok dapat menjadi dua hal pelaku komunikasi adalah sebagai komunikator dan komunikan. Beberapa

diantaranya adalah *content creator* yang fokus untuk membuat video Tik Tok yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yaitu pesan tentang keberagaman bahasa. *Content creator* sendiri termasuk dalam komunikator yang mengirim pesan yang dikemas melalui video yang berdurasi satu menit. Komunikator dalam penggunaan Tik Tok sangatlah berperan penting dalam mengisi halaman yang akan dinikmati oleh penonton Tik Tok.

Menurut Abu media memang harus digunakan sebaik mungkin dan dapat bermanfaat bagi orang lain terutama media Tik Tok. Penyampaian ragam bahasa daerah dalam video ini sangat baik sekali untuk menyampaikan sebuah pesan bahwa Indonesia ini adalah negara yang sangat beragam dan memiliki bahasa daerah yang beragam pula tetapi tetap bisa berkolaborasi satu sama lain dan saling mendukung.

Remaja yang khususnya mahasiswa ini menggunakan fitur yang berbeda-beda juga dalam menggait penonton, like, dan pengikut mereka. Terutama bagi pengguna Tik Tok mereka dapat merangkum pesan tersebut dalam video yang berdurasi satu menit. Video dapat diedit pada aplikasi tiktok yang memiliki fitur seperti yang penulis sebutkan pada penjelasan aplikasi Tik Tok. Setiap *content creator* yang mengunggah videonya akan mengharapkan *like* yang dapat menjadikan akun mereka terpromosi dengan munculnya video mereka diberanda publik yang akan mendapatkan *like* banyak dan popularitas biasa dikenal dengan istilah *tranding FYP (For Your Page)*. Berdasarkan penelitian [Nurmanita \(2021\)](#) menunjukkan bahwa aplikasi Tik Tok dapat dijadikan tren untuk menarik kalangan muda agar menjadikan tradisi *Bedendang* menjadi bagian terpenting dalam kehidupan sehari-hari dikarenakan terdapat nilai-nilai budaya yang dijadikan kearifan lokal dari Bengkulu Selatan. Simpulan dari penelitian ini bahwa Tik Tok menjadi salah satu aplikasi yang tren saat ini dengan berbasis foto dan video yang dapat menarik minat kalangan muda

untuk mencintai dan melestarikan budaya daerah Bengkulu Selatan.

## 2) *Popular (viral)*

Video Tik Tok biasanya viral dengan cepat karena kebiasaan orang Indonesia yang suka meniru. Sehingga salah satu video yang viral dengan konten yang menarik, kemudian didukung dengan *viewers* yang lumayan banyak maka beberapa orang tentu akan meniru video tersebut. Seperti video penyebutan ragam bahasa, dalam video tersebut terlihat beberapa orang yang berbeda daerah menyebutkan satu kata dengan berbagai bahasa seperti Solo, Minang, Jawa, dan Sunda. Nampak berawal dari 1 video yang kemudian ditonton oleh puluhan ribu *viewers* maka bermunculan video-video ragam bahasa selanjutnya dengan yang menjadikan bahasa daerah tertentu di Indonesia menjadi populer dan dikenal banyak orang. Bahasa yang pada awalnya kurang dikenal banyak orang seperti bahasa Minang, Sunda dan lain-lain menjadi dapat dikenal dipahami dan ditirukan berbagai lapisan masyarakat di seluruh Indonesia bahkan di luar negeri, karena video Tik Tok yang sudah diunggah di media sosial menjangkau tidak hanya penikmat dalam negeri tetapi juga sampai luar negeri. Oleh karena itu, jika video ragam bahasa ini sudah menjadi populer atau viral, hal ini menjadi sisi positif dalam memperkenalkan ragam bahasa Indonesia.

Masyarakat juga harus selalu bertoleransi atas segala perbedaan budaya khususnya bahasa ini. [Yeke, S., & Semerciöz \(2016\)](#) menyatakan bahwa seseorang yang memahami mengenai perbedaan budaya dan bisa melakukan toleransi memiliki satu kapabilitas penting tertentu. Menurut [Karimah, et al. \(2017\)](#) menyatakan hubungan antara media sosial dan komunikasi antar budaya di Indonesia. Dikatakan bahwa media sosial tidak hanya menyediakan ruang di mana orang-orang dari budaya yang berbeda dapat dengan bebas mengekspresikan pendapat mereka dan menjalin hubungan, tetapi juga dapat menantang keberadaan komunikasi manusia

dalam konteks intrakultural dan antarbudaya karena karakteristik khusus yang secara signifikan berbeda dengan tradisional media.

### 3) Duplikat

Video yang viral tentang ragam bahasa telah diteruskan lebih dari 50 video dari berbagai macam daerah. Video pertama yang sudah ditirukan sampai puluhan bahkan ratusan video tersebut telah menjadi suatu fenomena. Dimana video tersebut akan terus ditirukan sampai pada akhirnya berita tersebut sudah “*out of date*”, tetapi dalam hal ini membutuhkan waktu yang lama karena berita tersebut akan diteruskan dan ditiru satu orang sampai beberapa puluh orang di setiap daerah dengan berbagai durasi dan jangka waktu yang tidak bisa ditentukan.

Berdasarkan wawancara dengan Pak Abu, Media sosial juga merupakan sebuah *role model* bagi para remaja terutama untuk menirukan apapun yang mereka lihat di media sosial. Apabila media sosial disetting dan diisi konten dengan yang positif seperti memperkenalkan bahasa daerah ini, maka apabila viral akan menjadikan percontohan yang baik bagi penerus dan pemuda-pemudi Indonesia selanjutnya agar mengerti dan melestarikan bahasa daerah masing-masing karena masyarakat Indonesia sejatinya adalah multilingual.

Menurut [Nirmala \(2017\)](#) multilingualisme dapat merujuk pada situasi di mana satu orang dapat berbicara lebih dari satu bahasa. Orang-orang di Indonesia cenderung minimal dwibahasa. Mereka dapat berbicara setidaknya dua bahasa. Mereka tidak hanya bisa berbicara bahasa lokal mereka tetapi juga Bahasa Indonesia. Bagi yang bisa berbicara lebih dari bahasa lokal dan Bahasa Indonesia. ([Sumiati, 2017](#)) menyatakan bahwa keberagaman tersebut terbentuk dikarenakan masyarakat yang heterogen sehingga menimbulkan perilaku dalam berkomunikasi yang berbeda sebagai perwujudan dari budaya. Perwujudan budaya yang ada diimplementasikan dalam

bentuk pengucapan bahasa yang berbeda setiap daerah dalam masyarakat Indonesia.

### 4) *Acceptable*

Aplikasi Tik Tok menjadikan seluruh pengguna bebas dalam membuat suatu video terutama dalam pembuatan ragam bahasa ini. Apabila video tersebut sudah ditirukan oleh banyak orang dan sudah diteruskan diberbagai media sosial, Maka itu artinya video tentang ragam bahasa tersebut sudah diterima banyak masyarakat di Indonesia, bahkan di luar Indonesia tentunya. Hal itu membuat sesuatu yang positif bagi budaya Indonesia menjadi diterima di dalam maupun di luar negeri khususnya dalam hal bahasa. Bahasa adalah alat komunikasi sehingga apabila bahasa tersebut sudah terkenal maka akan mudah untuk menerima atau berkomunikasi dengan satu atau orang yang lain di beberapa daerah.

Abu menjelaskan bahwa konten yang baik akan menimbulkan dampak positif yang baik bagi masyarakat. Baru-baru ini seluruh masyarakat hidup di dalam atau di luar negeri berlomba-lomba membuat konten berupaya untuk bisa memberikan pengaruh terhadap sekitar atau juga bisa mendapatkan penghasilan dari konten tersebut, sehingga apabila konten yang positif seperti memperkenalkan ragam bahasa ini bisa diterima di masyarakat, maka akan menimbulkan dampak positif pula bagi penggemar atau penonton video tersebut. Video ini telah ditonton lebih dari 1000 *viewers* maka itu artinya video ini juga diterima oleh masyarakat dengan baik. Sebagaimana menurut [Kurniawan\(2011\)](#) cara-cara dalam menyampaikan informasi dapat melalui simbol berupa gambar-gambar yang menarik para penggunanya. Disebutkan pula bahwa kebudayaan atau bahasa dalam penggunaan teknologi khususnya penggunaan media sosial adalah proses yang bersifat simbolis, berkelanjutan, kumulatif, dan maju progresif) ([Sarkawi, 2016](#)).

### 5) *Positive Image*

Dari sisi budaya, pemanfaatan teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya. Budaya memiliki ciri- ciri. Yakni: Pertama, bersifat dinamis atau beradaptasi dengan lingkungan. Kedua, menerima dan menolak tertentu, menerima atau menolak budaya baru yang masuk tergantung pada nilai-nilai yang ada pada budaya lama. Ketiga, pewarisan, karena budaya ini diwariskan melalui nenek moyang kepada generasi berikutnya. Keempat, proses berkelanjutan (*continuous and leapfrogging*), yaitu proses yang menciptakan budaya baru di atas pola dasar inovasi masyarakat yang telah bergeser akibat perkembangan teknologi.

Pak Abu menyampaikan bahwa kecanggihan teknologi pada zaman ini memang bergantung pada media sosial, bukan hanya media jualan tetapi juga untuk memilih memperkenalkan ciri khas terutama ciri khas berbahasa dalam Bahasa Indonesia. Video ini sangat bagus untuk memperkenalkan bahasa daerah kepada seluruh masyarakat bahkan jika itu bisa viral di luar negeri maka bahasa daerah bisa terkenal sampai ke luar negeri. [Yohana & Husmiwati, \(2015\)](#) menyatakan bahwa hendaknya budaya yang sudah diperkenalkan tetap menjaga aturan adat pada suatu daerah dari tutur kata maupun pola perilaku.

Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan budaya nusantara dapat dilakukan dengan mengemas budaya tradisional dan memadukannya dengan pengaruh teknologi dan media baru, meningkatkan citra positif budaya nusantara yang dikemas dengan teknologi, dan menghadirkan budaya tradisional yang berkolaborasi dengan keunikan masa kini. Masyarakat atau generasi milenial harus mengembangkan dan memperkenalkan budaya Indonesia. Tidak hanya mengandalkan peran pemerintah namun jugadari diri kita sendiri. Video Tik Tok yang merupakan alat paling populer tentu menjadi cara terbaik dalam memperkenalkan ragam bahasa Indonesia.

Menurut [Prakoso \(2020\)](#) Aplikasi berbagi video Tik Tok telah berhasil menggabungkan aplikasi media sosial dan *messaging* dengan teknologi berbagi video. Banyaknya pengguna yang membagikan videonya dari berbagai negara di dunia menjadi salah satu tanda Tik Tok mendapat sambutan baik. Tik Tok mendapat unduhan dengan total lebih dari 100 juta.

Berdasarkan data-data yang didapat dari beberapa video Tik Tok diatas, menunjukkan bahwa media Tik Tok merupakan *new media* yang dapat mempresentasikan keragaman Bahasa Indonesia yang ditunjukkan dengan beberapa bahasa daerah di Indonesia. Dengan media Tik Tok menunjukkan bahwa Tik Tok dapat menyebarluaskan budaya Indonesia berupa bahasa yang sangat bermacam-macam di seluruh Indonesia, bahkan di seluruh dunia. Semakin menarik dan semakin viral isi dari Tik Tok maka semakin minat seseorang untuk menyebarkan isi dari video Tik Tok tersebut, yang mana isi dari video Tik Tok tersebut adalah bahasa Indonesia yang diungkapkan berbagai variasi bahasa dengan bahasa-bahasa daerah di Indonesia yang viral dan akhirnya dapat memperkenalkan variasi Bahasa Indonesia dalam beberapa bahasa daerah ke seluruh pelosok negeri.

Sebagai bahasa negara, Bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa resmi kenegaraan, bahasa pengantar pendidikan, alat perhubungan tingkat nasional dan alat pengembangan kebudayaan, ilmu pengetahuan dan teknologi ([Nugroho, 2019](#)). Menurut [Jarvis \(2007\)](#) fenomena pemanfaatan media Tik Tok ini tentu memberikan dampak bagi penggunaannya seperti yang disampaikan Bandura dalam teori besarnya yang disebut Teori Belajar Sosial, teori ini mengungkapkan bahwa manusia pada dasarnya memiliki kecenderungan meniru perilaku orang lain yang dipengaruhi oleh lingkungannya. Bandura meyakini bahwa manusia belajar dengan lingkungannya bahkan dalam bentuk penguatan secara tidak

langsung atau penguatan pengganti (*vicarious reinforcement*) artinya selain meniru perilaku orang lain juga perilaku yang bisa menguatkan perilaku individunya. Bahasa Indonesia dapat memiliki identitasnya sendiri jika orang bersedia menggunakan, mempelajari, membina, dan mengembangkan sedemikian rupa sehingga bahasa Indonesia itu sendiri murni tanpa campuran unsur bahasa lain, terutama bahasa ([Antari, 2019](#)).

#### 4. Kesimpulan

Ragam bahasa yang terdapat dalam video Tik Tok yang sudah dikumpulkan oleh peneliti, terdapat ragam bahasa dari daerah Jawa, Sunda, Solo, Minang, Banyumas, dan Manado. Setiap bahasa daerah memiliki ciri khas yang unik seperti bahasa Jawa, Solo, dan Banyumas memiliki ciri khas dengan intonasi yang pelan, Bahasa Sunda dengan ciri khas kata dengan glotal di akhir kata, Bahasa Minang dan Manado memiliki ciri khas yang lebih mirip yaitu beberapa kata yang pengucapannya mirip. Setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing dalam pengucapan suatu kata sehingga menjadikan bahasa itu menjadi menarik untuk dikaji dan menarik untuk disebar luaskan. Peran media sosial yaitu video Tik Tok terkait ragam bahasa atau penyebutan bahasa daerah dalam memperkenalkan budaya Indonesia adalah dapat menjadikan Bahasa Indonesia yang beragam menjadi populer baik itu di dalam atau di luar negeri. Kemudian ragam bahasa tersebut dapat terwariskan atau ditirukan oleh satu orang sampai beberapa orang di setiap daerah. Ragam bahasa juga dapat diterima dilapisan masyarakat terbukti banyak video yang sudah menirukan ragam bahasa dari berbagai daerah. Hal ini menjadi positif image bagi Indonesia karena video Tik Tok sudah menjadikan budaya Indonesia yaitu Bahasa Indonesia menjadi populer diterima disetiap lapisan masyarakat baik dalam maupun luar negeri.

#### 5. Daftar Pustaka

- Antari, L. (2019). Indonesian Language as Indonesian National Identity. *Stilistika*, 8(1), 922-08. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/stilistika/article/view/580>
- Bagus, P. (2018). *Pengaruh "TIKTOK" Terhadap Kreatifitas Remaja Surabaya, di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi. Jurnal Komunikasi. Vol 3. 3*, 2018.
- Bulan, D. R. (2019). Indonesian as the National Identity of the Indonesian Nation. *JISIPOL Journal*, 3. <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/jisipol/article/download/115/112/427>
- Handika, H., Sudarma, I. K., & Murda, I. N. (2019). Analisis Penggunaan Ragam Bahasa Indonesia Siswa dalam Komunikasi Verbal. *Budaya*, 8(5), 358-368. <https://doi.org/10.23887/jp2.v2i3.19284>
- Finegan, E. (2008). *Language Its Structure and Use Fifth Edition*. Boston: Thomson Wadsworth.
- Jarvis, M. (2007). *Teori-Teori Psikologi*. Bandung: Nusamedia.
- Kaplan, A. M. &, Haenlein, M. (2010). Users of the world, opportunities of Social Media. *Bussines Horizons*, 53, 59-68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., & Ranny, R. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 02(02), 1-6. <http://dx.doi.org/10.29210/3003210000>
- Sen, K., & Hill, D. T. (2007). *Media, Culyure and politics in Indonesia*. Jakarta: PT. Equimox Publishing
- Kurniawan, B. (2018). Tik tok popularism

- and nationalism: rethinking national identities and boundaries on millennial popular cultures in Indonesian context. *Proceedings of AICS-Social Sciences*, 83–90.  
<http://jurnal.unsyiah.ac.id/AICS-Social/article/view/12649/9756>
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. 2nd. Publishing
- Mahayana, M. S. (2008). *Bahasa Indonesia Kreatif*. Jakarta: Penaku.
- Harahap, M. (2021). Penggunaan Social Media dan Perubahan Sosial Budaya Masyarakat. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(1), 13-143.  
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i1.252>.
- Name, N. (2018). *Toutiao parent launches global competitor to musical.ly · TechNode". TechNode(dalam bahasa Inggris)*. 151(2), 10–17.
- Nirmala, D. (2017). Multilingualism in Kemujan, Karimunjawa, Indonesia. *Culturalistics: Journal of Cultural*, 1(1), 44-51.  
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/culturalistics/article/view/1768>
- Nugroho, A. (2015). Pemahaman kedudukan dan fungsi bahasa Indonesia sebagai dasar jiwa nasionalisme. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa*, 45(45), 285-291.  
<http://repository.unib.ac.id/11134/>.
- Nurmanita, M. (2021). Perwujudan Nilai Budaya dalam Tradisi Bedendang Melalui Aplikasi TikTok sebagai Bentuk Kearifan Lokal Bengkulu Selatan. *Al Ma' Arief: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 3(2), 55–65.  
<https://doi.org/10.35905/almaarief.v3i2.2104>
- Prakoso, A. D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap perilaku keagamaan remaja islam di kelurahan waydadi baru kecamatan sukrame. *Skripsi Sarjana*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.  
<http://repository.radenintan.ac.id/15053/>.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Santoso, M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding. Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 47-51.  
<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 2507(February), 1–9.  
<https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1704>.
- Ri'aeni, I. (201). Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 9(2),187-197  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.v09.iss2.art5>
- Sarkawi, D. (2016). *Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Sosial*.4(2), 307-338. <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/183>
- Schaefer. (2011). *Sociology*. New York: McGraw-Hill.
- Setiawan, R. (2013). Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia ( Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube. *eJournalllmu Komunikasi*, 1(2), 355-374.  
<https://www.dropbox.com/s/70mh9mhwzon8j97/jpkomunikasidd130110.pdf?dl=0>
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

- Sumiati, D. (2017). Intercultural communication based on local wisdom that made the people of Bali reject sharia tourism. *Asian Journal of Media and Communication (AJMC)*, 1(2), 137–146, 1, 6–18. <https://journal.uui.ac.id/AJMC/article/download/9437/7741>.
- Wijaya, M. H. D., & Mashud, M. (2020). *Konsumsi Media Sosial. Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok*. *Al-Mada*, 3(2), 170–192. <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>
- Yeke, S., & Semerciöz, F. (2016). Relationships between personality traits, cultural intelligence and intercultural communication competence. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 235, 313–319, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.036>.
- Yohana, N., & Husmiwati, K. (2015). Kaidah interaksi komunikasi tradisi lisan basiacuang dalam adat perkawinan melayu Kampar Riau. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 18(1), 43–, 18, 224–233, <https://fisip.unri.ac.id/wp-content/uploads/2020/11/ARTIKEL-KAIDAH-INTERAKSI.pdf>.
- Zein, S. (2019). English, multilingualism and globalisation in Indonesia. *English Today*, 35(1), 48–53. <https://doi.org/10.1017/S026607841800010X>