

IDEOLOGI BAHASA BETAWI DALAM KONTEN TIKTOK: ANALISIS WACANA KRITIS MULTIMODAL

Sulis Setiawati¹, Zainal Rafli², Miftahulkhairah Anwar³

¹²³Program Studi Doktor Linguistik Terapan, Sekolah Pascasarjana, Universitas Negeri Jakarta

¹sulis_9906925008@mhs.unj.ac.id, ²zainal.rafli@unj.ac.id, ³miftahulkhairah@unj.ac.id

Abstrak

TikTok merupakan salah satu media sosial berbasis video pendek yang tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan ideologi bahasa melalui perpaduan unsur verbal, visual, audio, dan gestural. Bahasa Betawi merupakan salah satu bahasa daerah yang ikut mewarnai dinamika komunikasi dalam platform TikTok tersebut. Bahasa Betawi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas, ekspresi budaya, serta sumber daya semiotik yang dimanfaatkan dalam berbagai praktik komunikasi digital. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis ideologi Bahasa Betawi dalam konten TikTok melalui perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data berupa video TikTok dari akun creator yang aktif menggunakan Bahasa Betawi. Data meliputi ujaran, *caption*, *text overlay*, *hashtag*, gambar, *gesture*, ekspresi wajah, musik, efek suara, dan elemen visual lainnya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital, dokumentasi, serta transkripsi konten yang dipilih secara purposif. Analisis data mengintegrasikan kajian terhadap unsur verbal dan multimodal untuk mengungkap bagaimana ideologi Bahasa Betawi dibangun, direproduksi, dan dinegosiasikan dalam praktik komunikasi di TikTok. Temuan penelitian menegaskan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi ruang produksi, reproduksi, dan negosiasi ideologi Bahasa Betawi. Melalui perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal, penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan Bahasa Betawi di media sosial berkontribusi terhadap penguatan identitas budaya sekaligus memperluas visibilitas bahasa daerah dalam ekosistem komunikasi digital.

Kata Kunci: Ideologi bahasa, Bahasa Betawi, TikTok, analisis wacana kritis multimodal

Abstract

TikTok is a short-form video-based social media platform that serves not only as a medium for communication but also as a space for shaping language ideologies through a blend of verbal, visual, audio, and gestural elements. Betawi Malay is one of the regional languages that contributes to the communication dynamics on the platform. It functions not merely as a communication tool but also as a symbol of identity, a form of cultural expression, and a semiotic resource utilized in various digital communication practices. This study aims to analyze Betawi language ideologies in TikTok content through the lens of Multimodal Critical Discourse Analysis. It employs a qualitative approach, drawing data from TikTok videos created by users who actively employ the Betawi language. The data encompass speech, captions, text overlays, hashtags, images, gestures, facial expressions, music, sound effects, and other visual elements. Data collection involved digital observation, documentation, and the transcription of content selected through purposive sampling. The analysis integrates the study of verbal and multimodal elements to reveal how Betawi language ideologies are constructed, reproduced, and negotiated within communication practices on TikTok. The findings confirm that TikTok serves not only as a medium for entertainment but also as a space for the production, reproduction, and negotiation of Betawi language ideologies. Through the perspective of Multimodal Critical Discourse Analysis, this study demonstrates that the use of the

Betawi language on social media contributes to strengthening cultural identity while simultaneously expanding the visibility of regional languages within the digital communication ecosystem.

Keywords: *Language ideology, Betawi language, TikTok, multimodal critical discourse analysis*



Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Teknologi digital yang terus berkembang telah mengubah cara masyarakat dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun identitas melalui bahasa. Saat ini media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang diskursif tempat berbagai ideologi, nilai, dan identitas diproduksi, dinegosiasikan, serta direproduksi secara berkelanjutan (Zappavigna, 2012). Dalam ruang digital tersebut, bahasa tidak hanya hadir sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai sumber daya semiotik yang digunakan untuk membangun citra diri, memperkuat afiliasi kelompok, serta merepresentasikan identitas sosial dan budaya.

TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial yang menunjukkan dinamika tersebut. Sebagai media berbasis video pendek, TikTok memungkinkan para pengguna mengombinasikan berbagai moda komunikasi, seperti ujaran, teks, gambar, musik, efek suara, gestur, ekspresi wajah, dan tata visual dalam satu kesatuan makna. Karakteristik ini menjadikan TikTok sebagai ruang multimodal yang tidak hanya menyampaikan pesan secara verbal, tetapi juga membangun makna melalui interaksi berbagai sumber daya semiotik (Kress T. & van Leeuwen, 2021). Oleh karena itu, analisis terhadap konten TikTok memerlukan pendekatan yang mampu mengungkap hubungan antara bahasa, visual, audio, dan praktik sosial secara terpadu.

Dalam konteks masyarakat Indonesia yang multibahasa, media sosial juga menjadi ruang penting bagi penggunaan bahasa daerah. Berbagai komunitas memanfaatkan *platform* digital untuk mempertahankan, mempromosikan, dan merepresentasikan identitas kebahasaan mereka kepada masyarakat yang lebih luas. Salah satu bahasa daerah yang digunakan dalam konten media sosial adalah Bahasa Betawi. Bahasa Betawi ini digunakan dalam berbagai bentuk konten, seperti humor, kuliner, edukasi budaya, promosi usaha, hingga cerita keseharian. Penggunaan Bahasa Betawi tersebut menunjukkan bahwa bahasa daerah mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta memperoleh ruang baru dalam praktik komunikasi masyarakat. Namun demikian, penggunaan Bahasa Betawi dalam konten TikTok tidak dapat dipahami semata-mata sebagai fenomena bahasa. Pilihan bahasa yang dilakukan kreator dalam kontennya selalu berkaitan dengan nilai, kepentingan, identitas, dan keyakinan tertentu mengenai bahasa yang digunakan. Dalam perspektif ideologi bahasa, setiap praktik berbahasa menggambarkan cara masyarakat memandang fungsi, status, prestise, maupun legitimasi suatu bahasa (Woolard, Kathryn A & Schieffelin, 1994). Dengan demikian, ketika kreator memilih menggunakan Bahasa Betawi dalam kontennya, pilihan tersebut tidak hanya menunjukkan preferensi linguistik, tetapi juga merepresentasikan ideologi tertentu mengenai Bahasa Betawi sebagai simbol identitas, kebanggaan budaya, bahasa solidaritas, strategi personal branding, atau bahkan sebagai komoditas digital.

Kajian mengenai ideologi bahasa telah berkembang dalam berbagai konteks sosial dan budaya. Woolard (Woolard, Kathryn A & Schieffelin, 1994) menjelaskan bahwa

ideologi bahasa merupakan representasi mengenai bahasa yang dibentuk oleh kepentingan sosial, politik, dan budaya. Kemudian pendapat tersebut dipertegas oleh Kroskirty (Vladimirovna, 2025) yang menyatakan bahwa ideologi bahasa memengaruhi praktik komunikasi, pembentukan identitas, serta relasi kuasa dalam masyarakat. Oleh karena itu, analisis ideologi bahasa tidak hanya memusatkan perhatian pada bentuk-bentuk kebahasaan, tetapi juga pada proses sosial yang melatarbelakangi penggunaan bahasa dalam suatu komunitas.

Terkait penelitian yang relevan, khususnya tentang ideologi bahasa pada konten tiktok yaitu dilakukan oleh Marino (Marino, 2026) berjudul "We Don't Say 'To-r Ó-nto. We Say 'To-r Ó-no': Language Ideologies on TikTok" Mengkaji bagaimana ideologi bahasa mengenai *native speakerism* dikonstruksi dalam video pembelajaran pelafalan bahasa Inggris di TikTok dengan menggunakan pendekatan *Multimodal Critical Discourse Analysis* (MCDA) terhadap 60 video. Hasil penelitiannya yaitu bahwa baik kreator penutur asli maupun nonpenutur asli sama-sama mereproduksi ideologi bahwa pelafalan penutur asli merupakan standar yang ideal. Ideologi tersebut dibangun melalui perpaduan unsur verbal, visual, gestural, dan audio. Penelitian ini menegaskan bahwa TikTok merupakan ruang yang aktif dalam membangun dan menyebarkan ideologi bahasa melalui praktik multimodal. Ada juga penelitian dilakukan oleh Henderson (Henderson, 2025) yaitu "Language TikTokologías: Representations of Language Ideologies among U.S. Bilingual Spanish-Speakers on TikTok." Penelitian ini menganalisis representasi ideologi bahasa pada konten TikTok bertaggar #Spanglish menggunakan kerangka ideologi bahasa Fuller dan Leeman, dengan fokus pada komunitas bilingual Inggris-Spanyol. Lalu kajian tentang fenomena *English shaming* pada TikTok di Indonesia (Vesya & Muslim, 2025). Dengan pendekatan etnografi virtual dan teori ideologi bahasa, penelitian tersebut menganalisis 417 komentar dari para pengguna TikTok untuk mengidentifikasi keyakinan masyarakat terhadap penggunaan bahasa Inggris. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi arena pembentukan ideologi bahasa melalui interaksi antarpengguna.

Ketiga penelitian tersebut kajiannya mengenai penggunaan bahasa di media sosial yang dikaitkan dengan pembentukan ideologi bahasa. Namun, penelitian-penelitian tersebut (Henderson, 2025; Marino, 2026; Vesya & Muslim, 2025) masih berfokus pada bahasa global, yaitu bahasa Inggris, Dua dari tiga penelitian tersebut juga tidak menggunakan metode analisis wacana kritis multimodal. Penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana ideologi bahasa daerah, khususnya Bahasa Betawi, dikonstruksi melalui konten TikTok dengan menggunakan metode analisis wacana kritis multimodal masih relatif terbatas. Isroyati (Isroyati et al., 2025) menganalisis tentang ideologi dan warna lokal Betawi tetapi sumber datanya berupa novel, bukan pada media sosial dengan hermeneutika sebagai pendekatan kajiannya. Padahal saat ini, perkembangan media sosial telah menghadirkan bentuk-bentuk baru representasi bahasa daerah yang melibatkan interaksi antara unsur verbal, visual, audio, dan gestural secara simultan. Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan dalam kajian linguistik terapan. Banyak penelitian menganalisis unsur kebahasaan secara tekstual, sedangkan karakter komunikasi pada TikTok bersifat multimodal. Makna tidak hanya dibentuk melalui pilihan kata, tetapi juga melalui ekspresi wajah, gerak tubuh, musik, efek suara, warna, tipografi, komposisi visual, dan berbagai sumber daya semiotik lainnya (Jewitt et al., 2016; Kress T. & van Leeuwen, 2021). Oleh karena itu, pendekatan Analisis Wacana Kritis Multimodal (*Multimodal Critical Discourse Analysis*) menjadi relevan karena memungkinkan peneliti menjelaskan bagaimana ideologi dibangun melalui integrasi berbagai moda komunikasi sekaligus mengaitkannya dengan praktik sosial yang melatarbelakangi produksi dan konsumsi konten digital.

Dalam perspektif Analisis Wacana Kritis, bahasa dipandang sebagai praktik sosial yang tidak pernah netral karena selalu berkaitan dengan relasi kuasa dan ideologi (Fairclough, 2018, 2021). Ketika perspektif tersebut dipadukan dengan teori multimodalitas, analisis tidak hanya diarahkan pada aspek linguistik, tetapi juga pada keseluruhan sumber daya semiotik yang berkontribusi dalam pembentukan makna. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengungkap bagaimana unsur verbal, visual, audio, dan gestural bekerja secara simultan dalam merepresentasikan ideologi Bahasa Betawi di ruang digital. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana ideologi Bahasa Betawi dikonstruksi dalam konten TikTok melalui Analisis Wacana Kritis Multimodal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian ideologi bahasa dan analisis wacana kritis multimodal dalam bidang linguistik terapan. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis berupa pemahaman yang lebih komprehensif mengenai representasi Bahasa Betawi di media sosial sebagai salah satu bentuk penguatan eksistensi dan pelestarian bahasa daerah pada era komunikasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif yang dipilih bertujuan memahami dan menginterpretasikan konstruksi ideologi Bahasa Betawi yang direpresentasikan melalui berbagai sumber daya semiotik dalam konten TikTok. Penelitian tidak berupaya menguji hipotesis, melainkan mengungkap makna yang dibangun melalui penggunaan bahasa, visual, audio, dan unsur multimodal lainnya dalam konteks sosial tertentu (Creswell, 2007). Pendekatan analisis yang digunakan adalah Analisis Wacana Kritis Multimodal (*Multimodal Critical Discourse Analysis/MCDA*) yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Analisis Wacana Kritis (Fairclough, 2018) dengan teori multimodalitas (Kress T. & van Leeuwen, 2021) untuk menjelaskan bagaimana ideologi dikonstruksi melalui perpaduan berbagai moda komunikasi dalam ruang digital.

Sumber data penelitian adalah konten video pada *platform* TikTok yang secara konsisten menggunakan Bahasa Betawi dalam setiap kontennya. Data penelitian berupa seluruh sumber daya semiotik yang terdapat dalam video konten. Pemilihan data dilakukan dengan *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data melalui observasi digital, dokumentasi, transkripsi, dan pencatatan. Analisis data dilakukan secara bertahap dengan mengadaptasi kerangka *Multimodal Critical Discourse Analysis* serta keabsahan data dilakukan dengan triangulasi teori. Untuk menjaga konsistensi analisis, digunakan pedoman analisis yang memuat kategori-kategori berikut:

Aspek	Indikator Analisis
Verbal	pilihan leksikal, pronomina, metafora, evaluasi, modalitas
Visual	warna, pakaian, objek budaya, latar, simbol
Tipografi	jenis huruf, ukuran, warna, posisi teks
Gestural	gerakan tubuh, ekspresi wajah, tatapan
Audio	musik, efek suara, intonasi
Spasial	komposisi visual, framing, tata letak
Praktik	identitas, budaya, relasi kuasa, ideologi
Sosial	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ideologi Bahasa Betawi dalam konten TikTok dibangun melalui hubungan yang erat antara unsur verbal dan multimodal. Bahasa, visual, audio, gestur, dan tata visual saling melengkapi dalam membentuk representasi mengenai posisi dan fungsi Bahasa Betawi di ruang digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa makna tidak hanya dihasilkan melalui pilihan kata, tetapi juga melalui keseluruhan desain komunikasi yang digunakan kreator konten.

Analisis mengidentifikasi tiga bentuk ideologi yang dominan, yaitu Bahasa Betawi sebagai identitas budaya, sebagai bahasa solidaritas, dan sebagai komoditas digital. Ketiga ideologi tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi saling beririsan dalam praktik komunikasi di TikTok. Di satu sisi, penggunaan Bahasa Betawi memperkuat identitas budaya dan memperluas visibilitas bahasa daerah di ruang digital. Di sisi lain, bahasa tersebut juga dimanfaatkan sebagai strategi untuk membangun citra kreator, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Temuan penelitian ini mendukung pandangan (Fairclough, 2018, 2021) bahwa bahasa merupakan praktik sosial yang selalu berkaitan dengan ideologi dan relasi kuasa. Selain itu, hasil penelitian juga menguatkan teori multimodalitas (Kress T. & van Leeuwen, 2021) yang menyatakan bahwa makna dibangun melalui interaksi berbagai moda semiotik. Dalam konteks TikTok, ideologi Bahasa Betawi tidak hanya direpresentasikan melalui ujaran, tetapi juga melalui pilihan visual, musik, ekspresi wajah, gestur, dan tata letak yang secara bersama-sama membentuk makna sosial mengenai Bahasa Betawi sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat Betawi di era digital.

Pembahasan

Ideologi Bahasa Betawi sebagai Penanda Identitas Budaya

Analisis terhadap konten TikTok menunjukkan bahwa Bahasa Betawi dikonstruksi sebagai penanda identitas budaya masyarakat Betawi. Konstruksi tersebut tampak melalui penggunaan kosakata khas, sapaan, ungkapan lokal, serta simbol-simbol budaya yang muncul secara terpadu dalam berbagai moda komunikasi.

Salah satu data memperlihatkan seorang kreator membuka video dengan ujaran, “Assalamualaikum, Bang, Mpok. Aye mau ngajak kite jalan-jalan ke Kampung Betawi.” Tuturan tersebut diperkuat dengan text overlay bertuliskan “Betawi Punye Gaye”, penggunaan pakaian adat Betawi, latar rumah kebaya, serta musik gambang kromong sebagai musik pembuka. Pada aspek verbal, penggunaan pronomina aye, kite, Bang, dan Mpok menunjukkan identitas linguistik yang kuat. Pilihan leksikal tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda keanggotaan dalam komunitas budaya Betawi. Dari aspek visual, pakaian adat, ornamen ondel-ondel, dan rumah kebaya memperkuat representasi budaya Betawi. Sementara itu, musik tradisional yang mengiringi video berfungsi membangun suasana budaya sehingga memperkuat makna yang disampaikan melalui bahasa.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa ideologi Bahasa Betawi dibangun melalui integrasi berbagai moda komunikasi. Bahasa tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja bersama unsur visual, audio, dan gestural dalam membangun representasi identitas budaya. Dalam perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal, kombinasi berbagai sumber daya semiotik tersebut merepresentasikan keyakinan bahwa Bahasa Betawi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari identitas masyarakat Betawi (Fairclough, 2018, 2021; Kress T. & van Leeuwen, 2021).

Ideologi Bahasa Betawi sebagai Bahasa Solidaritas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bahasa Betawi juga dikonstruksi sebagai bahasa yang merepresentasikan kedekatan sosial dan solidaritas antarpengguna. Salah satu video memperlihatkan percakapan antara kreator dan pengikutnya dengan tuturan, *"Lu udah makan belum? Jangan sampe sakit, ye."* Video tersebut menggunakan ekspresi wajah yang ramah, senyuman, kontak mata langsung ke kamera, serta gestur menunjuk ke arah penonton. Pilihan pronomina *lu* dan bentuk negasi *belum* menciptakan kesan informal dan akrab. Ekspresi wajah yang bersahabat serta tatapan langsung kepada kamera memperkuat hubungan interpersonal antara kreator dan audiens. Musik latar yang ringan semakin mendukung suasana percakapan yang santai.

Temuan ini menunjukkan bahwa ideologi Bahasa Betawi tidak hanya berkaitan dengan identitas etnis, tetapi juga dengan nilai solidaritas dan keakraban. Bahasa Betawi direpresentasikan sebagai bahasa yang mampu mengurangi jarak sosial antara kreator dan pengikut. Hal tersebut sejalan dengan pandangan (Woolard, Kathryn A & Schieffelin, 1994) bahwa ideologi bahasa memengaruhi cara masyarakat memaknai fungsi sosial suatu bahasa dalam kehidupan sehari-hari.

Ideologi Bahasa Betawi sebagai Komoditas Digital

Analisis juga menunjukkan bahwa Bahasa Betawi dimanfaatkan sebagai strategi untuk membangun citra diri (personal branding) dan meningkatkan keterlibatan audiens. Pada salah satu konten ditemukan caption *"Orang Betawi pasti ngerti nih."* Kalimat tersebut diikuti dengan hashtag *#betawi*, *#betawipunyegaye*, *#fyp*, dan *#jakarta*. Kreator juga menggunakan efek visual yang dinamis, transisi cepat, serta ekspresi wajah yang dibuat dramatis untuk menarik perhatian pengguna. Secara verbal, caption membangun identitas kelompok melalui penggunaan frasa orang Betawi. Dari sisi visual, penggunaan atribut budaya Betawi dan penyuntingan video yang menarik memperkuat daya tarik konten. Sementara itu, pemilihan hashtag menunjukkan strategi algoritmik agar video menjangkau audiens yang lebih luas.

Dalam perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal, penggunaan Bahasa Betawi pada konteks tersebut tidak hanya menunjukkan kebanggaan budaya, tetapi juga memperlihatkan proses komodifikasi bahasa. Bahasa daerah menjadi sumber daya simbolik yang dimanfaatkan untuk memperoleh perhatian, meningkatkan jumlah penonton, serta memperkuat identitas digital kreator. Dengan demikian, Bahasa Betawi memiliki fungsi sosial sekaligus fungsi ekonomi dalam ekosistem media digital.

Ideologi Bahasa Betawi sebagai Praktik Resistensi terhadap Dominasi Bahasa Nasional atau Global

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Betawi dalam konten TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan penanda identitas budaya, tetapi juga sebagai bentuk resistensi terhadap dominasi bahasa nasional maupun bahasa global. Resistensi tersebut tampak ketika kreator secara sadar memilih mempertahankan penggunaan kosakata, ungkapan, dan gaya tutur Betawi meskipun memiliki kesempatan menggunakan Bahasa Indonesia baku atau bahasa asing yang lebih populer di media sosial.

Salah satu konten memperlihatkan seorang kreator yang menyampaikan pesan, *"Ngapain malu ngomong Betawi? Ini bahasa kite, warisan orang tua kite."* Tuturan tersebut disertai *text overlay* bertuliskan *"Bangga Pakai Bahasa Betawi"* dengan latar ondel-ondel dan rumah adat Betawi. Kreator mengenakan pakaian khas Betawi, sementara musik latar menggunakan instrumen gambang kromong yang menguatkan nuansa lokal. Di bagian akhir

video, kreator menampilkan teks "*Jangan sampe bahasa kite ilang*". Pada aspek verbal, penggunaan kata *kite*, *ngapain*, dan *ilang* menegaskan keberpihakan kreator terhadap penggunaan Bahasa Betawi sebagai bahasa sehari-hari. Kalimat imperatif "*Jangan sampe bahasa kite ilang*" mengandung ajakan kolektif untuk mempertahankan bahasa daerah di tengah arus dominasi bahasa yang lebih prestisius. Dari aspek visual, simbol budaya seperti ondel-ondel, pakaian adat, dan rumah kebaya berfungsi memperkuat pesan mengenai identitas budaya yang ingin dipertahankan. Musik tradisional yang mengiringi video juga membangun suasana emosional yang mempertegas makna resistensi tersebut.

Dalam perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal, praktik tersebut merepresentasikan bentuk perlawanan simbolik terhadap hegemoni bahasa dominan. Fairclough (Fairclough, 2018, 2021) menjelaskan bahwa praktik wacana dapat menjadi arena negosiasi maupun perlawanan terhadap struktur sosial yang dominan. Pada konteks ini, penggunaan Bahasa Betawi di ruang digital menjadi bentuk afirmasi bahwa bahasa daerah memiliki legitimasi untuk hadir dalam ruang publik digital yang selama ini lebih banyak didominasi oleh Bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi ruang resistensi linguistik yang memperkuat eksistensi Bahasa Betawi di era digital.

Negosiasi Ideologi Bahasa Betawi melalui Praktik Campur Kode

Analisis data menunjukkan bahwa praktik campur kode menjadi strategi yang banyak digunakan kreator dalam membangun komunikasi dengan audiens yang heterogen. Bahasa Betawi tidak digunakan secara eksklusif, melainkan dipadukan dengan Bahasa Indonesia bahkan sesekali dengan bahasa Inggris. Praktik tersebut memperlihatkan adanya proses negosiasi antara identitas lokal dan tuntutan komunikasi dalam ruang digital yang bersifat nasional maupun global.

Salah satu video memperlihatkan seorang kreator membuka konten dengan tuturan, "*Guys, hari ini kite mau review makanan Betawi yang lagi viral*." Pada bagian akhir video kreator menambahkan kalimat, "*Kalau lu suka konten begini, jangan lupa follow, ye*." Video tersebut dilengkapi dengan text overlay berbahasa Indonesia, caption yang menggunakan campuran Bahasa Betawi dan Bahasa Indonesia, serta hashtag *#betawi*, *#kulinerjakarta*, *#fyp*, dan *#viral*. Dari aspek verbal, penggunaan kata *guys* dan *review* menunjukkan pengaruh bahasa global, sedangkan kata *kite*, *lu*, dan *ye* mempertahankan identitas lokal. Campur kode tersebut bukan menunjukkan inkonsistensi berbahasa, tetapi merupakan strategi komunikasi yang memungkinkan kreator tetap mempertahankan identitas Betawi sekaligus menjangkau audiens yang lebih luas. Pada aspek visual, penggunaan *subtitle* berbahasa Indonesia membantu penonton dari luar komunitas Betawi memahami isi video, sedangkan atribut budaya Betawi tetap dipertahankan sebagai penanda identitas.

Dalam perspektif ideologi bahasa, praktik campur kode menunjukkan bahwa identitas linguistik bersifat dinamis dan terus dinegosiasikan sesuai dengan konteks komunikasi. Woolard (Woolard, Kathryn A & Schieffelin, 1994) menyatakan bahwa ideologi bahasa tidak bersifat statis, tetapi selalu dipengaruhi oleh kondisi sosial dan kebutuhan komunikasi masyarakat. Dengan demikian, campur kode pada konten TikTok tidak dapat dipandang sebagai ancaman terhadap Bahasa Betawi, melainkan sebagai strategi adaptasi yang memungkinkan bahasa daerah tetap digunakan dalam ruang digital yang multibahasa. Negosiasi tersebut menunjukkan bahwa Bahasa Betawi tetap memiliki nilai simbolik yang dipertahankan meskipun berinteraksi dengan bahasa lain.

Peran Unsur Multimodal dalam Penguatan Ideologi Bahasa Betawi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ideologi Bahasa Betawi dalam konten TikTok tidak hanya dibangun melalui bahasa verbal, tetapi juga diperkuat oleh berbagai unsur multimodal yang bekerja secara simultan. Unsur visual, audio, gestural, tipografi, dan tata letak berfungsi sebagai sumber daya semiotik yang saling melengkapi dalam membangun makna mengenai Bahasa Betawi.

Pada salah satu konten, kreator menggunakan ujaran berbahasa Betawi yang dipadukan dengan pakaian adat Betawi, latar rumah kebaya, ornamen ondel-ondel, musik gambang kromong, serta *text overlay* bertuliskan "*Bangga Jadi Orang Betawi*". Kreator juga menggunakan ekspresi wajah yang ceria, gerakan tangan yang ekspresif, dan kontak mata langsung ke kamera untuk membangun kedekatan dengan penonton. Analisis menunjukkan bahwa setiap moda memiliki kontribusi terhadap pembentukan ideologi. Bahasa verbal menyampaikan pesan secara eksplisit, sedangkan unsur visual membangun asosiasi budaya melalui simbol-simbol khas Betawi. Musik tradisional menghadirkan nuansa emosional yang memperkuat identitas budaya, sementara ekspresi wajah dan gestur memperjelas sikap kreator terhadap pesan yang disampaikan. Tipografi dengan ukuran besar dan warna kontras pada *text overlay* berfungsi menarik perhatian sekaligus menegaskan pesan utama yang ingin dikomunikasikan. Temuan tersebut menguatkan pandangan (Kress T. & van Leeuwen, 2021) bahwa makna dalam komunikasi multimodal dihasilkan melalui interaksi antarmoda, bukan melalui satu moda secara terpisah. Setiap unsur semiotik memiliki fungsi representasional yang saling melengkapi sehingga membentuk satu kesatuan makna yang utuh. Dalam perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal, kombinasi berbagai moda tersebut memperlihatkan bahwa ideologi Bahasa Betawi tidak hanya direpresentasikan melalui pilihan kata, tetapi juga melalui keseluruhan desain komunikasi yang digunakan kreator.

Dengan demikian, unsur multimodal memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat representasi ideologi Bahasa Betawi di ruang digital. Bahasa, visual, audio, dan gestural bekerja secara sinergis untuk membangun persepsi bahwa Bahasa Betawi merupakan bagian dari identitas budaya yang bernilai, layak dipertahankan, dan tetap relevan dalam ekosistem komunikasi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang produksi dan reproduksi ideologi bahasa melalui praktik komunikasi multimodal.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa ideologi Bahasa Betawi dalam konten TikTok dikonstruksi melalui perpaduan unsur verbal dan multimodal yang meliputi bahasa, visual, audio, gestural, tipografi, dan tata letak. Hasil analisis mengungkap bahwa Bahasa Betawi direpresentasikan sebagai penanda identitas budaya, bahasa solidaritas, komoditas digital, bentuk resistensi terhadap dominasi bahasa yang lebih dominan, serta identitas yang terus dinegosiasikan melalui praktik campur kode. Berbagai unsur multimodal berperan memperkuat representasi tersebut sehingga membentuk makna yang utuh dalam praktik komunikasi digital. Temuan penelitian menegaskan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi ruang produksi, reproduksi, dan negosiasi ideologi Bahasa Betawi. Melalui perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal, penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan Bahasa Betawi di media sosial berkontribusi terhadap penguatan identitas budaya sekaligus memperluas visibilitas bahasa daerah dalam ekosistem komunikasi digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap

pengembangan kajian ideologi bahasa, analisis wacana kritis multimodal, dan linguistik terapan, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan bahasa daerah di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications Inc.
- Fairclough, N. (2018). Critical discourse analysis. *Methods in Pragmatics*, 7(July), 425–451. <https://doi.org/10.1515/9783110424928-017>
- Fairclough, N. (2021). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (Second Edi). Routledge Taylor & Francis Group.
- Henderson, S. (2025). *Language TikTok-ologias: Representations of Language Ideologies Among U.S. Bilingual Spanish-Speakers on TikTok*. 37(3), 17–45. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Isroyati, I., Yasir, M., & Anto, P. (2025). Ideologi dan Warna Lokal Betawi dalam Novel Kronik Betawi Karya Ratih Kumala Pendekatan Sosiologis dengan Menggunakan Kajian Hermeneutika. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 8(1), 136. <https://doi.org/10.30998/diskursus.v8i1.29024>
- Jewitt, C., Bezemer, J., & O'Halloran, K. (2016). Introducing multimodality. In *Introducing Multimodality*. <https://doi.org/10.4324/9781315638027>
- Kress T. & van Leeuwen, T. (2021). *Reading Images: the Language of Visual Design* (Third Edit). Routledge.
- Marino, F. (2026). “We don’t say ‘To-r Ó-nto. We say ‘To-r Ó-no.” Language ideologies on TikTok. *System*, 136(September 2025), 103897. <https://doi.org/10.1016/j.system.2025.103897>
- Woolard, Kathryn A & Schieffelin, B. B. (1994). Language ideologies. *Language in Society*, 55–82. <https://doi.org/10.1017/S0047404501221058>
- Vesya, N. F., & Muslim, M. U. (2025). English Shaming on TikTok: A Window into English Language Ideologies in Indonesia. *Buletin Al-Turas*, 31(2), 229–240. <https://doi.org/10.15408/bat.v31i2.37490>
- Vladimirovna, K. E. (2025). Language Ideologies. *Sociolingvistika*, 3(23), 210–224. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-2-22-210-224>
- Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and Social Media*. Continuum International Publishing Group.