

Outline Journal of Education

Journal homepage: <http://outlinepublisher.com/index.php/OJE/index>

Research Article

Analysis Of The Use Of Standard And Non-Standard Language In Food Content On Youtube

Analisis Penggunaan Bahasa Baku Dan Non Baku Pada Konten Makanan Di Youtube

Fauziah^{1*}, Erlinda Simbolon², Yola Febriani Br Purba³, Norven Togatorop⁴, Salmin Wanimbo⁵

^{1, 2, 3, 4, 5}Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Correspondence: fauziah27906@gmail.com

Keyword:

Bahasa baku,
Bahasa non baku,
You Tube,
Konten kuliner

Abstract

This study analyzes the use of standard and non-standard language in culinary content on YouTube, focusing on their roles and functions in digital communication. The rapid development of digital technology has transformed communication patterns, with platforms like YouTube becoming primary spaces for interaction, especially in popular genres such as culinary content where creators often blend language styles. The hypothesis suggests that non-standard language is more dominant as it effectively builds audience engagement, while standard language ensures clarity and professionalism. A descriptive qualitative method with observation and note-taking was applied by analyzing a culinary video from Ria SW's channel, specifically the episode titled "Medan Food Diaries: My Top 6 Picks". Data was collected through meticulous transcription and analyzed using content analysis to classify language variations and their pragmatic functions. The findings reveal that non-standard language predominates in creating a casual and persuasive atmosphere, while standard language serves to deliver clear information. Standard language is strategically employed to convey factual details about food, such as ingredients or objective taste descriptions, to maintain credibility. In contrast, non-standard forms, including popular slang like "mantul" and other expressive phrases, are instrumental in fostering closeness and authenticity, making the content more relatable. The study concludes that both language varieties complement each other; standard language maintains the informative quality, while non-standard language enhances the entertainment value and viewer connection. These findings provide valuable implications for sociolinguistic studies and Indonesian language learning through digital media, demonstrating how language flexibly adapts to modern communication needs.

Pendahuluan

Bahasa merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, sebab bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi yang memungkinkan individu untuk menyampaikan ide, gagasan, serta informasi kepada orang lain. Dalam praktik kebahasaan, bahasa memiliki ragam yang beragam sesuai dengan konteks, situasi, dan tujuan penggunaannya. Dua ragam bahasa yang paling sering diperbincangkan adalah bahasa baku dan bahasa nonbaku. Bahasa baku digunakan dalam situasi formal dan resmi karena mengikuti kaidah kebahasaan yang telah ditetapkan, misalnya dalam dunia pendidikan, administrasi, dan karya ilmiah. Sebaliknya, bahasa nonbaku digunakan pada situasi yang lebih santai dan informal, seperti percakapan sehari-hari antar teman atau komunikasi di ruang publik yang tidak menuntut kepatuhan penuh terhadap aturan kebahasaan. Keberadaan kedua ragam bahasa tersebut menunjukkan fleksibilitas bahasa dalam memenuhi kebutuhan komunikasi manusia (Nugroho & Rahmawati, 2021).

Perkembangan teknologi digital pada era modern semakin memperluas ruang penggunaan bahasa. Media sosial, khususnya platform berbasis video seperti YouTube, kini menjadi salah satu ruang utama bagi masyarakat untuk berinteraksi dan berkomunikasi. YouTube tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi, promosi, dan informasi yang mampu menjangkau audiens dalam skala global. Salah satu jenis konten yang memiliki jumlah penonton tinggi adalah konten makanan, yang mencakup ulasan kuliner, mukbang, dan tutorial memasak. Konten makanan tidak hanya menyajikan aspek visual berupa sajian makanan, tetapi juga menampilkan narasi atau komunikasi verbal dari kreator sebagai bagian penting dalam menyampaikan pesan kepada penonton (Pratiwi, 2020).

Dalam praktiknya, kreator konten makanan di YouTube sering kali memadukan bahasa baku dan nonbaku. Bahasa baku biasanya digunakan untuk menyampaikan informasi yang bersifat faktual, misalnya terkait deskripsi bahan makanan atau prosedur memasak. Sementara itu, bahasa nonbaku digunakan untuk menciptakan suasana santai, akrab, dan dekat dengan penonton. Perpaduan kedua ragam bahasa ini menjadi strategi komunikasi yang bertujuan agar pesan dapat diterima dengan baik, tetapi informatif, namun tidak kehilangan sisi hiburan yang menjadi daya tarik utama konten YouTube. Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa dalam media digital memiliki dinamika tersendiri, berbeda dengan praktik komunikasi pada ruang formal maupun ruang sosial konvensional.

Kajian mengenai penggunaan bahasa baku dan nonbaku dalam konten makanan di YouTube penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana variasi bahasa digunakan secara strategis dalam ruang digital. Analisis ini tidak hanya relevan bagi kajian linguistik, tetapi juga bermanfaat dalam memahami pola komunikasi masyarakat di era digital. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi kreator konten dalam memilih ragam bahasa yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan karakteristik audiens mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa baku dan nonbaku pada konten makanan di YouTube. Analisis difokuskan pada bentuk pemakaian, fungsi, serta implikasi dari penggunaan kedua ragam bahasa tersebut terhadap efektivitas komunikasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiolinguistik, khususnya dalam memahami perkembangan penggunaan bahasa pada media digital.

Metode

Metode penelitian dalam jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka dan observasi konten. Data utama yang dianalisis adalah video konten makanan yang diunggah di platform YouTube, dimana peneliti memilih beberapa video yang populer dan memiliki variasi penggunaan bahasa baku dan non baku. Selanjutnya, dilakukan transkripsi terhadap narasi dalam video tersebut untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan jenis bahasa yang digunakan. Selain itu, data juga didukung dari artikel jurnal terkait penggunaan bahasa dalam media digital sebagai referensi teori dan pembanding. Analisis dilakukan dengan teknik analisis isi untuk menggali pola, fungsi, dan konteks penggunaan bahasa baku dan non baku dalam konten makanan, sehingga diperoleh gambaran bagaimana bahasa tersebut mempengaruhi komunikasi dan interaksi dengan audiens di YouTube.

Hasil dan Pembahasan

Analisis penggunaan bahasa baku dan non baku pada konten makanan di YouTube merupakan kajian yang menarik, terutama mengingat perkembangan media digital yang sangat pesat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis variasi bahasa yang digunakan oleh content creator kuliner dalam video YouTube. Video yang menjadi objek penelitian dipilih berdasarkan relevansi dan ketersediaan data, kemudian dilakukan transkripsi untuk memperoleh data berupa tuturan bahasa yang muncul secara langsung dalam konten tersebut. Pendekatan kualitatif memungkinkan penelitian ini untuk melihat fenomena penggunaan bahasa secara mendalam dalam konteks komunikasi digital.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik simak dan catat. Peneliti menyimak dengan seksama video yang direview, lalu mencatat setiap kata atau ungkapan yang mengandung bahasa baku maupun non baku. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh valid dan representatif terhadap bahasa yang benar-benar digunakan dalam video. Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah mengklasifikasikan ujaran tersebut ke dalam dua kategori, yaitu bahasa baku dan bahasa non baku. Klasifikasi dilakukan berdasarkan kaidah kebakan bahasa Indonesia yang berlaku serta penggunaan bahasa sehari-hari dalam konten.

Analisis lanjutan dilakukan dengan pendekatan pragmatik untuk memahami fungsi penggunaan bahasa baku dan non baku dalam komunikasi yang terjadi dalam video. Pendekatan ini tidak hanya mengkaji bentuk bahasa, tetapi juga makna dan tujuan penggunaannya dalam konteks sosial dan digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa content creator memilih penggunaan bahasa yang variatif sesuai tujuan komunikasi, audiens yang disasar, serta konteks informal dalam penyajian konten kuliner. Bahasa non baku lebih sering digunakan untuk menciptakan suasana yang dekat dan akrab dengan penonton, sementara bahasa baku digunakan untuk menyampaikan informasi yang jelas dan formal.

Hasil penelitian ini memberikan deskripsi rinci mengenai pola penggunaan bahasa baku dan non baku dalam konten makanan di YouTube. Penelitian ini juga mengungkapkan bagaimana variasi bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kuliner secara menarik dan mudah diterima oleh penonton. Selain itu, hasil penelitian memiliki implikasi bagi pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya di lingkungan digital, di mana pemahaman terhadap penggunaan bahasa yang tepat dalam berbagai konteks sangat dibutuhkan.

Dengan mengacu pada penelitian sebelumnya oleh Rizqa, Riyanto, dan Nirmala (2023), metode dan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan penting dalam kajian linguistik yang berfokus pada bahasa di media sosial. Penelitian ini tidak hanya memperkaya khazanah ilmu bahasa Indonesia, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi content creator untuk lebih bijak dalam menggunakan bahasa pada konten mereka, sehingga komunikasi dapat berlangsung lebih efektif dan diterima oleh berbagai kalangan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menganalisis video konten kuliner dari kanal YouTube Ria SW berjudul “MEDAN FOOD DIARIES: MY TOP 6 PICKS”. Video tersebut dipilih karena menampilkan narasi yang kaya dengan variasi bahasa, baik baku maupun nonbaku, sehingga dapat memberikan gambaran nyata tentang praktik penggunaan bahasa dalam media digital. Proses analisis dilakukan melalui transkripsi tuturan, pengklasifikasian ragam bahasa, serta interpretasi fungsi sosialnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan bahasa baku umumnya ditemukan ketika penutur menjelaskan identitas makanan, bahan penyusun, serta pengalaman rasa secara lebih formal. Kalimat-kalimat yang disusun dengan runtut dan sesuai kaidah bahasa Indonesia tampak mendominasi pada bagian informatif. Hal ini berfungsi untuk memberikan kejelasan informasi kepada penonton agar lebih memahami konteks kuliner yang dibahas. Dengan kata lain, bahasa baku tetap memiliki peran sentral sebagai sarana penyampaian pengetahuan kuliner secara objektif.

Sementara itu, bahasa nonbaku lebih sering muncul sepanjang video, terutama dalam bentuk kosakata populer, ungkapan ekspresif, serta interjeksi emosional. Misalnya penggunaan kata-kata seperti “mantul”, “enak banget”, atau “gila sih” yang memberi kesan spontan dan natural. Ragam nonbaku ini menciptakan suasana santai, dekat, serta komunikatif sehingga audiens merasa seakan-akan ikut terlibat dalam pengalaman kuliner yang dituturkan. Dengan demikian, bahasa nonbaku memperkuat aspek persuasif dan hiburan dari konten.

Hasil ini sejalan dengan temuan Rizqa, Riyanto, & Nirmala (2023) yang menyebutkan bahwa dominasi bahasa nonbaku dalam konten kuliner mencerminkan strategi komunikasi kreator untuk membangun kedekatan sosial dengan audiens. Sama halnya dengan yang ditunjukkan oleh Farida Nurhan dalam penelitian sebelumnya, Ria SW juga mengombinasikan bahasa baku dan nonbaku secara bergantian sesuai dengan kebutuhan komunikasi. Hal ini menunjukkan fleksibilitas bahasa Indonesia dalam konteks digital yang modern.

Fenomena penggunaan kedua ragam bahasa tersebut juga memiliki implikasi dalam pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya terkait pemahaman ragam bahasa. Video kuliner dapat dijadikan contoh otentik di kelas untuk mengajarkan perbedaan fungsi bahasa baku dan nonbaku, sekaligus menumbuhkan kesadaran siswa tentang bagaimana bahasa digunakan sesuai konteks sosial. Dengan begitu, konten YouTube bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga dapat dijadikan sumber belajar alternatif yang relevan.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa bahasa baku dan nonbaku dalam konten Ria SW tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi. Bahasa baku menjaga kejelasan dan objektivitas informasi, sedangkan bahasa nonbaku menghadirkan keakraban dan daya tarik komunikasi. Temuan ini memperkuat paragraf sebelumnya bahwa komunikasi digital lebih mengutamakan kedekatan sosial, namun tetap memberi ruang bagi fungsi informatif bahasa. Oleh karena itu, dinamika keduanya menjadi bukti fleksibilitas bahasa Indonesia dalam memenuhi kebutuhan komunikasi di era digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa baku dan nonbaku dalam konten kuliner YouTube tidak dapat dipisahkan. Kedua ragam bahasa tersebut hadir sesuai kebutuhan komunikasi: bahasa baku untuk menjaga kejelasan informasi, sedangkan bahasa nonbaku untuk menciptakan kedekatan dan suasana santai. Dengan demikian, ragam bahasa dalam media digital bersifat dinamis dan fleksibel mengikuti konteks. Dominasi bahasa nonbaku dalam konten Ria SW memperlihatkan bahwa ruang digital lebih menekankan aspek sosial dan emosional daripada sekadar formalitas bahasa. Namun, kehadiran bahasa baku tetap penting untuk memberikan legitimasi dan kredibilitas pada informasi yang disampaikan. Hal ini membuktikan bahwa kedua ragam bahasa saling melengkapi dan tidak dapat diposisikan secara kaku. Dari sisi sosiolinguistik, fenomena ini mencerminkan bagaimana bahasa beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat modern. Konten kuliner di YouTube menjadi wadah interaksi sosial yang menempatkan bahasa bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas dan kedekatan dengan audiens. Dengan kata lain, variasi bahasa di media digital mencerminkan perubahan pola komunikasi masyarakat yang semakin cair. Penelitian ini juga memiliki relevansi praktis dalam bidang pendidikan. Konten digital seperti video kuliner dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar yang kontekstual untuk mengenalkan ragam bahasa baku dan nonbaku. Hal ini memungkinkan siswa untuk memahami bahasa tidak hanya dari sisi aturan normatif, tetapi juga dari praktik nyata dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya memanfaatkan media digital sebagai sumber belajar bahasa Indonesia yang aktual dan dekat dengan dunia peserta didik.

Daftar Pustaka

- Choe, H., & Ahn, J. (2024). A frame analysis of food activities in everyday vlogs. *Appetite*, 176, Article 106467.
- Cioban, S., & Hatos, A. (2019). The analysis of teenagers' vlogging preferences in educational research. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensională*, 11(2), 38–58.
- Code switching and mixing on YouTube: Comparison of Indonesian YouTubers. (2025). ResearchGate Preprint/Conference Paper.
- Code switching used in vlogs by Indonesian YouTubers. (2015). *Eliterate Journal (Universitas Negeri Makassar)*, 2(1), 45–58.
- Cooper, C. R., Smith, J., & Lee, H. (2023). The identification of YouTube videos that feature informal speech: A multi-dimensional analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 8, 100375.
- Depitaria Br Barus, & Nasution, I. P. (2024). Analisis penggunaan bahasa baku pada konten video di TikTok. *Jurnal Ilmu Kebahasaan*.
- Dubovi, I., & Bass, L. (2020). An empirical analysis of knowledge co-construction in YouTube comment threads. *Computers & Education*, 150, 103858.
- Effendy, R., Wulandari, P. A., Setiyaningsih, L. A., & Mariani, A. (2021). Mengglobalkan makanan tradisional lewat media sosial YouTube sebagai budaya tandingan. *Jurnal Nomosleca*, 7(1), 148–159.

- Elements, functions, and linguistic forms of the discourse in food vlogs. (2024). *Jurnal Litera (Universitas Negeri Yogyakarta)*, 3(2), 55–74.
- Eltink, E., Johnson, P., & Park, L. (2023). “What I eat in a day” vlogs before and during COVID-19: Portrayals of health and eating practices. *International Journal of Communication Studies*, 17, 1–18.
- Febriyatko, A. (2023). Fenomena penggunaan bahasa Indonesia oleh penutur asing dalam konten video YouTube. *Prosiding Semantiks*.
- Harahap, S. M. (2024). Analisis sentimen komentar YouTube terhadap food content. *Jurnal Means*, 3(1), 77–92.
- Hasanah, Y. N. (2023). Karakteristik bahasa dalam konten vlog makanan di TikTok. *Jurnal Deiksis*.
- Hayati, A. (2025). Analisis diksi promosi pada konten media sosial kuliner. *Jurnal Linguistik dan Riset Media*.
- Hutapea, N. R. A. (2024). Code-switching and code-mixing found in a YouTube channel: The case of a popular Indonesian vlogger. *Applied Linguistics Journal*, 6(1), 23–38.
- Hutchinson, W. (2023). Investigating the impact of food-tourism vloggers on audience attitudes and behaviours. *Plymouth Business School Research Papers*.
- Hutchinson, W., & Smith, A. (2023). Food vlogging as persuasive entrepreneurship: Language and modality in culinary content. *Journal of Tourism Media*, 5(2), 45–62.
- Language change on social media. (2025). *Journal of Digital Linguistics*, 1(1), 1–19.
- Naibaho, B., Simanjuntak, H., & Hasibuan, R. (2021). Analisis kesalahan penulisan kata non-baku menjadi baku dalam pembelajaran. *Prosiding Seminar Bahasa dan Sastra*, 1, 87–96.
- Pires, F., Masanet, M.-J., Tomasena, J. M., & Scolari, C. A. (2022). Learning with YouTube: Beyond formal and informal through new actors, strategies and affordances. *Convergence*, 28(3), 838–853.
- Quintero-Rodríguez, I., Colás-Bravo, M. P., & López, M. (2024). YouTube and informal learning: An analysis of the platform’s pedagogical affordances. *Comunicar*, 79, 1–12.
- Retnosari, I. E. (2023). Tuturan YouTuber dalam konten kuliner: Kajian sosiolinguistik. *Jurnal Bahasa, Susastra, dan Pembelajarannya*, 10(2).
- Rizqa, N. P. A. (2023). Variasi bahasa pada content creator kuliner (food vlogger) Farida Nurhan dan implikasinya terhadap pembelajaran bahasa Indonesia di SMA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2).
- Sibuea, P. (2024). Analisis penggunaan kata baku dan tidak baku dalam media sosial. *Morfologi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*.
- Suprihatin, Y. (2024). Code-switching in cooking show programs on YouTube: A case study of Indonesian influencers. *Journal of Language and Literature*, 12(2), 98–112.
- The art and language of food vlogs: Speech acts and multimodality. (2023). *International Journal of Multimodal Communication*, 2(4), 210–233.
- Unveiling the art of food vlogging: A multimodal discourse analysis of food review vlogs. (2023). *Research in Media Studies*.
- Wentker, M. (2022). Code-switching and identity construction on YouTube. *Languages*, 7(3), 219.
- Wulan, S. (2023). Analisis kesalahan pada spanduk makanan: Implikasi penggunaan bahasa baku di publik. *Morfologi: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 4(1), 12–29.
- Yanti, A., Ardhan, M. I., Sitorus, E., & Lubis, F. (2018). Analisis penggunaan kata baku dan tidak baku di kalangan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 6(3), 101–118.