

VARIASI KATA SAPAAN BERDASARKAN GENDER DALAM KONTEN PROMOSI PRODUK PERAWATAN KULIT DI TIKTOK

Rahmawati¹, Wiwik Retno Handayani²

¹Universitas Gadjah Mada: rahmawati512146@mail.ugm.ac.id

²Universitas Gadjah Mada: wiwikretno@ugm.ac.id

Artikel Info

Received : 26 Juli 2024
Reviwe : 10 Nov 2024
Accepted : 4 April 2025
Published : 10 April 2025

Abstrak

Variasi kata sapaan dapat mengalami perubahan dan pergeseran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, faktor, dan fungsi kata sapaan berdasarkan perspektif gender dalam konten promosi produk perawatan kulit di TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan linguistik korpus. Data dalam penelitian ini adalah tuturan penjual produk perawatan kulit yang bersumber dari akun TikTok Kahf dan Scarlett Whitening dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Secara spesifik, jumlah data tuturan penutur laki-laki yang bersumber dari akun TikTok Kahf berjumlah 168 konten video dan data tuturan penutur perempuan yang bersumber dari akun TikTok Scarlett berjumlah 226 konten video. Data tersebut diolah dengan menggunakan perangkat lunak AntConc 4.2.4. Ada tiga temuan utama dalam penelitian ini. Pertama, penelitian ini menunjukkan bahwa laki-laki dan perempuan lebih banyak menggunakan kata sapaan berupa kata ganti. Perbedaannya, laki-laki cenderung menggunakan variasi kata sapaan yang berbasis gender, seperti *bro*. Sementara itu, wanita cenderung menggunakan kata sapaan yang bersifat uniseks, seperti *guys*. Kedua, variasi kata sapaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti: (1) jenis produk perawatan kulit, (2) identifikasi mitra tutur yang terbatas, (3) upaya kesopanan dan membangun keakraban, dan (4) kemajuan teknologi dan kontak bahasa. Terakhir, fungsi penggunaan kata sapaan adalah untuk: (1) keakraban atau membangun hubungan emosional, (2) penghormatan, dan (3) identifikasi mitra tutur.

Kata Kunci: bahasa dan gender, kata sapaan, linguistik korpus, TikTok, variasi bahasa

Abstract

Addressing terms variations can undergo changes and shifts. This study aims to describe the forms, factors, and functions of addressing terms based on gender perspectives in the promotional content of skin care products on TikTok. This research uses descriptive qualitative approach and corpus linguistics. The data in this study are the speech of skin care

product sellers sourced from Kahf and Scarlett Whitening's TikTok accounts within the past year. Specifically, the amount of data for male speakers' speech sourced from Kahf's TikTok account amounted to 168 video contents and female speakers' speech data sourced from Scarlett's TikTok account amounted to 226 video contents. The data was processed using AntConc 4.2.4 software. There are three main findings in this study. First, this study shows that men and women use pronouns more. The difference is that men tend to use gender-based variations of addressing terms, such as bro. Meanwhile, women tend to use unisex greetings, such as guys. Second, the variation of addressing terms is influenced by various factors, such as: (1) types of skin care products, (2) limited identification of speech partners, (3) efforts to politeness and build familiarity, and (4) technological advances and language contact. Finally, the function of using addressing terms is for: (1) familiarity or building emotional relationships, (2) respect, and (3) identification of speech partners.

Keywords: *addressing terms, corpus linguistics, language and gender, language variations, TikTok*

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan data penggunaan digital yang dilaporkan oleh lembaga [We are Social \(2023\)](#), TikTok menjadi media sosial yang masif digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya dalam kegiatan jual beli. Artinya, kegiatan jual beli tidak hanya berlangsung di pasar tradisional, tetapi juga di pasar *online* ([Gewani & Amanda, 2022](#)). Adapun salah satu produk yang paling banyak dibeli di TikTok adalah produk perawatan kulit ([Rizki & Adlina, 2024:207](#)). Berdasarkan hasil survei *Beauty Trends Makeup & Skincare* tahun 2023 yang dilakukan oleh Jakpat kepada 1.708 responden, sebanyak 68% responden mengandalkan TikTok dan Instagram untuk mencari referensi dan membeli produk perawatan kulit ([Jakpat, 2023:44](#)). Dengan demikian, TikTok melalui TikTok Shop telah berhasil menjadi media sosial yang dapat memfasilitasi untuk pemasaran produk perawatan kulit.

Kegiatan transaksi jual beli secara *online* tidak pernah terlepas dari bahasa sebagai alat

mempromosikan produk ([Gewani & Amanda, 2022](#)). [Bühler \(2011\)](#) menyebutkan bahwa salah satu fungsi bahasa adalah fungsi apelatif yang memiliki tujuan untuk memengaruhi, mengajak, menyuruh, memerintah, dan melarang. Sejalan dengan itu, melalui penelitiannya, [Ha \(2024:16\)](#) menemukan bahwa bahasa dapat dijadikan sebagai alat manipulasi psikologis yang dapat menarik perhatian target pasar. Dalam praktiknya, setiap penjual memiliki gaya promosi yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut lahir akibat berbagai faktor, salah satunya gender. Gender memengaruhi pemilihan bahasa setiap penuturnya ([Agusti dkk., 2023](#)) sebab setiap gender memiliki fitur linguistik yang berbeda satu sama lain ([Coates, 2013](#)). Konsep “gender” dalam perspektif linguistik, yang mengadopsi dari pandangan esensialis, merujuk pada kategori tata bahasa yang menandai jenis kelamin dalam struktur bahasa manusia ([Sadiqi, 2003](#)). Maka dari itu, banyak sekali variasi bahasa yang digunakan

dalam kegiatan jual beli secara *online*, salah satunya variasi kata sapaan.

Kata sapaan adalah kata atau ungkapan yang digunakan untuk menyapa dan merujuk individu atau kelompok (Al-Khawaldeh dkk., (2023,:1); Ino dkk., (2023:2545); Magashi, (2023:108). Dalam pemilihan kata sapaan, penutur secara sadar membayangkan kedekatan hubungannya dengan mitra tutur yang disapa (Afsari dkk., 2023:2841). Artinya, kata sapaan menjadi ekspresi linguistik yang dapat menunjukkan hubungan interpersonal antara penutur dan mitra tutur (Rozumko, 2023:19), kekuasaan, solidaritas, dan kesetaraan yang diberlakukan dalam sebuah kelompok tutur (Parkinson, 2020:81). Mengingat begitu besarnya fungsi penggunaan kata sapaan, penggunaannya menjadi sangat penting dilakukan dalam berkomunikasi (Surono, 2018: 316).

Berdasarkan fungsinya dalam komunikasi, kata sapaan menjadi sumber daya interaksional yang penting dalam memperkuat solidaritas dan mengekspresikan afiliasi dari suatu kelompok (Mensah, 2021:678), mempertahankan keakraban dalam kelompok atau mengelola hubungan interpersonal antara penutur dan mitra tutur (Soomro & Larina, 2022:55), dan menekankan status dan peran sosial dari keduanya (Yáñez-Bouza, 2024:36). Selain berfungsi untuk menjaga hubungan interpersonal, kata sapaan dapat digunakan untuk menjauhkan diri dari orang lain (Parkinson, 2020:81). Sejalan dengan itu, Rifai dan Prasetyaningrum (2016:123) menyebutkan bahwa dua dari banyaknya alasan penggunaan kata sapaan adalah untuk menunjukkan ejekan dan kemarahan. Sementara itu, alasan lainnya adalah untuk menunjukkan (1) penghormatan, (2) kekuasaan (Ino dkk., 2023:2545), (3) solidaritas, (4) keakraban atau keintiman, (5)

kasih sayang, dan (6) kemuliaan (Belfarhi, 2020:179).

Kata sapaan dapat berubah bergantung pada kondisi sosial masyarakat tuturnya. Adapun perubahan tersebut muncul karena berbagai faktor, seperti: (1) faktor usia, (2) faktor jenis kelamin, (3) faktor saling menghormati, (4) faktor situasi tutur (Lubis dkk., 2022), (5) faktor penutur, mitra tutur, dan hubungan antarpenerutur (Lubis dkk., 2022; Marnita, 2022), (6) faktor urbanisasi, (7) faktor pengaruh bahasa lain, (8) faktor alih generasi, (9) faktor jenjang pendidikan, (10) faktor perkembangan teknologi, internet, dan sosial media (Hasmianti dkk., 2023), (11) faktor identitas pelaku, (12) faktor jarak sosial (Handini & Mauluddya, 2023; Marnita, 2022), (13) faktor sosialisasi orang tua (pewarisan) yang buruk, (14) faktor larangan komunikasi di sekolah, (15) faktor westernisasi, dan (16) faktor pengaruh kelompok sebaya (Oluyemi & Olumide, 2024). Dengan demikian, perubahan kata sapaan berbanding lurus dengan kondisi sosial masyarakat tuturnya.

Dalam komunikasi sehari-hari, penggunaan kata sapaan merupakan hal yang sangat umum dan wajar bagi setiap penutur (Surono, 2018:316). Walaupun istilah sapaan bersifat universal, ada elemen-elemen yang membentuknya dan aturan yang mengaturnya sehingga penggunaan kata sapaan sangat dibatasi oleh norma-norma budaya dan sosial yang berlaku (Al-Khawaldeh dkk., 2023:2). Akibatnya, kata sapaan menjadi berbeda-beda dari satu budaya ke budaya lain (Mansor dkk., 2018:130), baik dalam hal penerapan, implikasi (Magashi, 2023:133), maupun cara penafsirannya (Al-Khawaldeh dkk., 2023:2). Kata sapaan menjadi "ciri adat", baik dulu maupun saat ini (Yáñez-Bouza, 2024:36), yang mencerminkan nilai-nilai sosial dan budaya penuturnya (Rozumko, 2023:9; Yannuar, 2017:107) sehingga dapat

menunjukkan variasi lintas bahasa dan lintas budaya (Rozumko, 2023:19).

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, penelitian terkait variasi kata sapaan telah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu. Mayoritas penelitiannya mengkaji variasi kata sapaan masyarakat daerah di Indonesia dalam kehidupan sehari-hari, baik situasi non-formal (Amral & Sulistiani, 2021; Gusman dkk., 2021; Halidi, 2019; Karmizi, Syofiani, & Morelent, 2024; Rahima & Novita, 2021; Rijal, Yansah, Nazurty, Rustam, & Purba, 2024; Saputra & Amral, 2020; Sari & Sumiharti, 2021; Siribere, Khairani, & Fitrianti, 2022; Sunarni, Patriantoro, & Seli, 2023; Triana & Khotimah, 2020; Zikri & Santosa, 2023) maupun situasi formal (Handini & Mauluddya, 2023; Wulandari & Putra, 2022). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variasi kata sapaan mayoritas berupa: (1) kata sapaan hubungan kekerabatan (Amral & Sulistiani, 2021; Gusman dkk., 2021; Halidi, 2019; Karmizi dkk., 2024; Rijal dkk., 2024; Saputra & Amral, 2020; Sari & Sumiharti, 2021; Sunarni dkk., 2023; Triana & Khotimah, 2020; Zikri & Santosa, 2023), (2) kata sapaan nonkekerabatan (Amral & Sulistiani, 2021; Rahima & Novita, 2021; Siribere dkk., 2022; Triana & Khotimah, 2020), (3) kata sapaan perangkat desa (Triana & Khotimah, 2020) atau jabatan (Siribere dkk., 2022), (4) kata sapaan gelar keagamaan (Amral & Sulistiani, 2021; Siribere dkk., 2022; Triana & Khotimah, 2020), (5) kata sapaan kata ganti orang, (6) kata sapaan nama diri, (7) kata sapaan berdasarkan status sosial, (8) kata sapaan berdasarkan tokoh-tokoh masyarakat, (8) kata sapaan berdasarkan julukan (Halidi, 2019), dan (9) kata sapaan berdasarkan adat istiadat (Siribere dkk., 2022). Variasi-variasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial. Sayangnya, penelitian-penelitian terdahulu tidak secara khusus mengkaji

pengaruh gender terhadap pilihan variasi kata sapaan.

Berdasarkan sejumlah penelitian terdahulu yang relevan, *gap* penelitian ini terletak dari segi objek formal dan objek material. Kebaruan objek formal dalam penelitian ini terletak pada penggunaan perspektif gender dalam analisis variasi kata sapaan. Sementara itu, kebaruan objek material penelitian ini berupa penggunaan bahasa oleh penjual dalam kegiatan promosi produk perawatan kulit, baik laki-laki maupun perempuan, di media sosial TikTok. Tidak hanya itu, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak AntConc 4.2.4 untuk pengolahan data korpus.

Kata Sapaan

Mengingat kata sapaan sangat kental dengan budaya yang bersangkutan, penelitian ini menggunakan teori jenis kata sapaan dalam bahasa Indonesia dari Kridalaksana (1974, hlm. 14–15). Ada sembilan jenis kata sapaan dalam bahasa Indonesia, yaitu berupa: (1) kata ganti, (2) nama diri, (3) istilah kekerabatan, (4) gelar dan pangkat, (5) bentuk pe + V (verbal) atau kata pelaku, (6) bentuk N (nominal) + ku, (7) kata-kata dieksis atau penunjuk, (8) nominal (kata benda atau yang dibendakan) lain, dan (9) ciri zero atau nol (Kridalaksana, 1974, hlm. 14–15). Kata sapaan tersebut dapat dikombinasikan satu sama lain (Kridalaksana, 1974, hlm. 15), seperti *ibu guru*, *jendral Anto*, dan *dokter Husein*. Sembilan kategori kata sapaan dari Kridalaksana (1974:15) digunakan dalam menganalisis data penelitian ini.

B. METODE

Penelitian ini memiliki tiga tujuan penelitian, yaitu untuk mendeskripsikan variasi kata sapaan berdasarkan gender beserta faktor sosial yang memengaruhi dan fungsi variasi kata sapaan. Agar tujuan penelitian dapat tercapai, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif

kualitatif. Adapun proses penelitian ini terbagi ke dalam empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan hasil penelitian.

Data penelitian ini berupa tuturan dari penutur laki-laki dan perempuan pada saat mempromosikan produk perawatan kulit di akun TikTok Kahf (@kahfeveryday) dan akun TikTok Scarlett (@scarlett_whitening). Alasannya, produk Kahf dipilih mayoritas dipromosikan oleh laki-laki dengan jumlah pengikut sebanyak 280 ribu pengikut. Sementara itu, produk Scarlett mayoritas produk perawatan kulitnya dipromosikan oleh perempuan dengan jumlah pengikut sebanyak 3,9 juta pengikut.

Data tuturan dari akun TikTok Kahf dikumpulkan sejak tanggal 01 Maret 2023 s.d. 01 Maret 2024 dengan jumlah 168 konten video (13.679 token). Sementara itu, data tuturan dari akun TikTok Scarlett dikumpulkan sejak tanggal 22 Maret 2023 s.d. 22 Maret 2024 dengan jumlah 226 konten video (10.530 token). Data yang dikumpulkan diolah menggunakan perangkat lunak AntConc 4.2.4 dengan pendekatan linguistik korpus. Data yang telah dikumpulkan dilakukan validasi.

Dalam upaya validasi data, penelitian ini melakukan tiga tahapan validasi data. Validasi tahap pertama adalah validasi kriteria pengambilan data dengan tujuan

untuk memastikan konsistensi waktu pengambilan data dan jumlah data yang diambil. Validasi tahap kedua adalah validasi data linguistik dengan tujuan untuk memastikan tuturan ditranskripsi dengan akurat. Validasi tahap ketiga adalah validasi ulang data yang dihasilkan dengan cara direviu oleh dosen pembimbing sebagai bentuk validasi eksternal.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

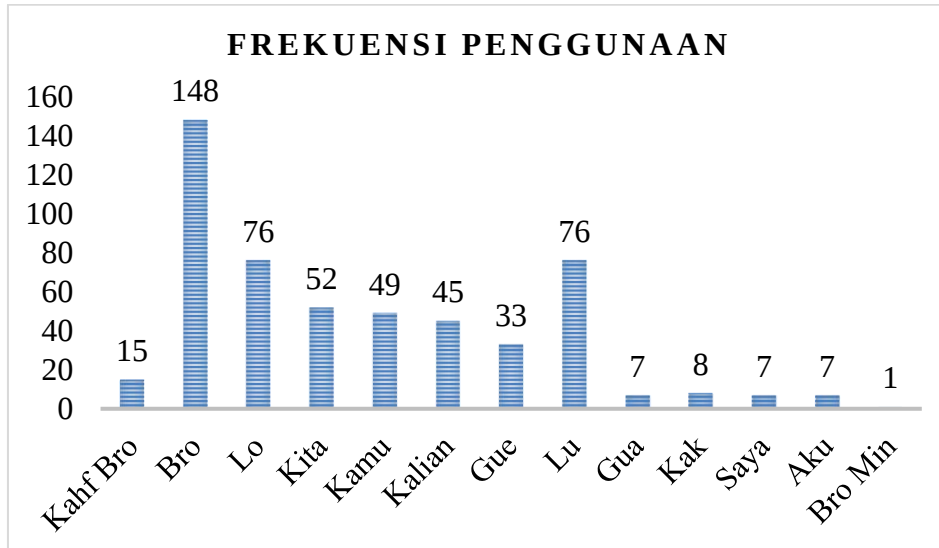
Pada bagian ini, ada dua pokok pembahasan, yaitu bagian hasil dan bagian pembahasan. Pada bagian hasil, penelitian ini menyajikan temuan penelitian. Sementara itu, bagian pembahasan berisi temuan penelitian yang dikaitkan dengan sejumlah penelitian terdahulu.

Hasil

Ada tiga temuan dalam penelitian ini. Berikut adalah uraian temuan dalam penelitian ini.

Variasi Kata Sapaan Penutur Laki-laki

Berdasarkan hasil olah data korpus, ada banyak variasi kata sapaan yang digunakan oleh penutur laki-laki pada saat mempromosikan produk perawatan kulit di media sosial TikTok. Kata sapaan tersebut memiliki intensitas penggunaan yang berbeda. Berikut disajikan grafik penggunaan kata sapaan oleh penutur laki-laki.



Grafik 1. Frekuensi Penggunaan Kata Sapaan Penutur Laki-laki

Berdasarkan Grafik 1, penutur laki-laki secara signifikan sering menggunakan kata sapaan kekerabatan *bro*. Kata sapaan *bro* hanya ditemukan dalam penawaran produk Kahf. Produk Kahf sendiri merupakan produk khusus laki-laki. Akibatnya, kata sapaan yang digunakan pun menyesuaikan dengan target pasar yang notabenenya adalah laki-laki. Artinya, spesifikasi produk juga turut serta memengaruhi dan mempersempit target pasar sehingga dapat lebih jelas menentukan kata sapaan yang spesifik gender. Lebih jelas, faktor pemilihan kata sapaan dijelaskan pada bagian “Faktor yang Memengaruhi Munculnya Variasi Kata Sapaan”.

Selain kata sapaan *bro*, penutur laki-laki banyak menggunakan kata sapaan berupa pronomina atau kata ganti orang, seperti *lo*, *lu*, *kita*, *kamu*, *kalian*, dan *gue*. Berikut diuraikan wujud variasi kata sapaan oleh penutur laki-laki pada saat mempromosikan produk perawatan kulit di media sosial TikTok.

(1) Kata Sapaan *Kahf Bro*

Kata sapaan *Kahf Bro* digunakan sebanyak 15 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *Kahf Bro* dalam tuturan.

D1 *Kahf Bro sendiri tau gak sih SPF itu apa?*

D2 *Hai! Kahf Bro tau gak?*

Kata sapaan *Kahf Bro* merupakan sebuah frasa nomina yang berasal dari kata *Kahf* dan *Bro*. Kata *Kahf* berasal dari nama produk perawatan kulit yang menjadi bahan pemasaran. Sementara itu, kata *Bro* merupakan bentuk pemenggalan dari kata *Brother*. Kata *Brother* dalam Cambridge Dictionary bermakna seorang pria atau anak laki-laki dengan orang tua yang sama dengan orang lain. Namun, kata *Brother* sendiri bisa digunakan untuk berbicara dengan atau membicarakan anggota laki-laki lain dalam sebuah organisasi atau laki-laki lain yang memiliki ide, tujuan, dan lain-lain.

(2) Kata Sapaan *Bro*

Kata sapaan *Bro* digunakan sebanyak 148 kali. Kata sapaan *Bro* menjadi kata sapaan yang paling banyak muncul dan banyak

digunakan oleh penutur laki-laki untuk menyapa mitra tuturnya pada saat melakukan promosi produk perawatan kulit di TikTok.

Target Corpus

Name: sapaan_laki-laki

Files: 168

Tokens: 13679

KWIC

Plot

File View

Cluster

N-Gram

Collocate

Word

Entries 2029/2029

Total Freq 13679/13679

Page Size 100 hits

1 to

LK1.txt

LK2.txt

LK3.txt

LK4.txt

LK5.txt

LK6.txt

LK7.txt

LK8.txt

LK9.txt

LK10.txt

LK11.txt

LK12.txt

LK13.txt

LK14.txt

LK15.txt

LK16.txt

LK17.txt

LK18.txt

LK19.txt

Type

Rank

Freq

Range

1 dan

1

487

162

2 yang

2

377

155

3 kulit

3

235

108

4 dengan

4

229

125

5 kahf

4

229

127

6 juga

6

201

103

7 untuk

7

179

99

8 face

8

177

83

9 wajah

9

176

80

10 dari

10

171

100

11 di

11

168

91

12 bro

12

160

100

13 ini

13

126

95

Gambar 1. Frekuensi Kata Sapaan Bro

Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan Bro dalam tuturan.

D3 *Bro*, wajah gue berasa kurang fresh nih.

D4 Cuci tangan terlebih dahulu ya, *Bro*!

Kata *Bro* merupakan bentuk pemenggalan dari kata *Brother*. Kata *Brother* dalam Cambridge Dictionary bermakna anak laki-laki atau laki-laki yang memiliki orang tua yang sama dengan orang lain. Namun, kata *Brother* sendiri bisa digunakan untuk berbicara dengan atau membicarakan anggota laki-laki lain dalam sebuah organisasi atau laki-laki lain yang memiliki ide, tujuan, dan lain-lain. Kata sapaan *brother* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kekerabatan.

(3) Kata Sapaan Lo

Kata sapaan *lo* digunakan sebanyak 76 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *lo* dalam tuturan.

D5 *Lo* bisa coba pakai Kahf Eau due Toilette Humbling Forest.

D6 *Lo* pengen ngerasain kesegaran seperti di alam seperti ini?

Kata sapaan *lo* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina, khususnya ragam percakapan. Kata sapaan *lo* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua tunggal. Kata *lo* secara makna leksikal bermakna kamu.

(4) Kata Sapaan Kita

Kata sapaan *kita* digunakan sebanyak 52 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *kita* dalam tuturan.

D7 Jadi, *kita* harus perlu exfoliating wajah dengan face scrub dari Kahf.

D8 Jangan lupa, *kita*, sekarang udah ada sembilan-sembilan sale Super Big Sale ya!

Kata sapaan *kita* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina. Kata sapaan *kita* termasuk ke dalam kategori sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang pertama jamak. Kata sapaan *kita* secara makna leksikal bermakna saya, termasuk di dalamnya ada penutur dan mitra tutur.

(5) Kata Sapaan Kamu

Kata sapaan *kamu* digunakan sebanyak 49 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *kamu* dalam tuturan.

D9 *Kamu* bisa rawat janggutmu dengan Beard and Hair Oil Nourishing dari Kahf.

D10 Eits sebelum *kamu* berangkat mudik, jangan lupa Kahf body wash agar badan lu bersih segar sebelum memulai perjalanan.

Kata sapaan *kamu* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina. Kata sapaan *kamu* termasuk ke dalam kategori sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua

tunggal. Kata *kamu* secara makna leksikal bermakna yang diajak bicara; yang disapa.

(6) Kata Sapaan *Kalian*

Kata sapaan *kalian* digunakan sebanyak 45 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *kalian* dalam tuturan.

D11 *Kalian tau ga manfaat penggunaan Kahf face scrub apa aja sih?*

D12 *Kalian memiliki wajah yang minyak berlebih, serta mudah timbul jerawat?*

Kata sapaan *kalian* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina dengan ragam akrab. Kata sapaan *kalian* termasuk ke dalam kategori sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua jamak. Kata *kalian* secara makna leksikal bermakna yang diajak bicara yang jumlahnya lebih dari satu orang. Kata sapaan *kalian* pada awal tuturan merujuk pada mitra tutur. Saputra dan Amral (2020) menyebutkan bahwa sapaan di bagian awal berfungsi untuk menandai mitra tutur.

(7) Kata Sapaan *Gue*

Kata sapaan *gue* digunakan sebanyak 33 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *gue* dalam tuturan.

D13 *Kali ini, gue bakal pake anti komedo set biar wajah gue makin bersih dan gak komedoan.*

D14 *Gue punya satu produk yang bikin wajah lo jadi lebih fresh lagi.*

Kata sapaan *gue* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina, khususnya ragam percakapan. Kata sapaan *gue* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang pertama tunggal. Kata *gue* secara makna leksikal bermakna saya atau aku.

(8) Kata Sapaan *Lu*

Kata sapaan *lu* digunakan sebanyak 76 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *lu* dalam tuturan.

D15 *Nah sekarang, lu gak perlu ribet, pake face wash baru scrubbing.*

D16 *Lu juga bisa pake di leher hingga ke belakang telinga.*

Kata sapaan *lu* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina, khususnya ragam percakapan. Kata sapaan *lu* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua tunggal. Kata *lu* secara makna leksikal bermakna kamu.

(9) Kata Sapaan *Zero* atau *Nol*

Kata sapaan *zero* atau *nol* banyak dijumpai pada tuturan larangan dan ajakan. Adapun kata yang menandai penggunaan kata sapaan *zero* atau *nol* adalah *jangan* dan *yuk*. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *zero* atau *nol* dalam tuturan.

D17 *Nah setelah itu, (kalian) jangan lupa untuk menggunakan all in one power toning face spray dan juga face serum untuk mencerahkan serta meratakan tekstur kulit wajah dan juga menghidrasi kulit wajah.*

D18 *Yuk, check out sekarang juga, (Bro)!*

Kata sapaan *zero* atau *nol* tidak hadir dalam tuturan sehingga harus mengaitkannya dengan konteks tuturan. Kata sapaan *zero* atau *nol* dalam penelitian ini adalah calon konsumen atau pengguna produk perawatan kulit Kahf. Setelah mengetahui target pasar dari produk Kahf, dapat diketahui bahwa peluang bentuk kata sapaannya berupa sapaan kata ganti orang kedua, baik tunggal maupun jamak, dan kata sapaan lainnya terkecuali sapaan kata ganti orang pertama.

(10) Kata Sapaan Gua

Kata sapaan *gua* digunakan sebanyak 7 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *gua* dalam tuturan.

D19 *Buat lo yang punya mobilitas tinggi, gua punya rekomendasi starterpack skincare yang wajib lu siapin.*

D20 *Gua perlu bawa parfum EDT Humbling Forest agar aromamu selalu wangi di saat menonton pertandingan.*

Kata sapaan *gua* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina, khususnya ragam percakapan. Kata sapaan *gua* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang pertama tunggal. Kata *gua* secara makna leksikal bermakna saya atau aku.

(11) Kata Sapaan Kak

Kata sapaan *kak* digunakan sebanyak 8 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *kak* dalam tuturan.

D21 *Kak, Kahf hitam kombinasi hijau boleh kah?*

D22 *Kak, apakah ada Kahf yang bisa mengeksfoliasi sel kulit mati?*

Kata sapaan *kak* merupakan kata sapaan hasil pemenggalan dari kata *kakak*. Kata *kakak* termasuk ke dalam kelas kata pronomina. Kata sapaan *kak* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang pertama tunggal. Kata *kak* secara makna leksikal bermakna kata sapaan kepada orang, baik laki-laki maupun perempuan, yang dianggap lebih tua.

(12) Kata Sapaan Saya

Kata sapaan *saya* digunakan sebanyak 7 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *saya* dalam tuturan.

D23 *Pertama, saya bawa Eau de Parfum River Oud karena aroma itu sangat elegan.*

D24 *Agar tetap wangi di Jumat berkah, saya sih senangnya pakai Kahf EDP Saffron Oud.*

Kata sapaan *saya* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina. Kata sapaan *saya* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang pertama tunggal. Kata *saya* secara makna leksikal bermakna orang yang berbicara atau menulis, baik dalam ragam resmi maupun biasa; aku.

(13) Kata Sapaan Aku

Kata sapaan *aku* digunakan sebanyak 7 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *aku* dalam tuturan.

D25 *Di sini, aku pakai Kahf Brightening and Cooling Body Wash.*

D26 *Aku biasa pakai face wash dari Kahf Gentle Exfoliating Face Scrub.*

Kata sapaan *aku* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina, khususnya ragam percakapan. Kata sapaan *aku* termasuk ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua tunggal. Kata *aku* secara makna leksikal bermakna kata ganti orang pertama yang berbicara atau menulis, baik dalam ragam resmi maupun biasa; saya.

(14) Kata Sapaan Bro Min

Kata sapaan *Bro Min* digunakan sebanyak satu kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *Bro Min* dalam tuturan.

D27 Nah, jadi **Bro Min** saranin penggunaan *face wash* sesuai peruntukannya ya, Bro!

Kata sapaan *Bro Min* merupakan sebuah frasa nomina yang berasal dari kata *Bro* dan *Admin*. Kata *Bro* merupakan bentuk pemenggalan dari kata *Brother*. Kata *Brother* dalam Cambridge Dictionary bermakna anak laki-laki atau laki-laki yang memiliki orang tua yang sama dengan orang

lain. Namun, kata *Brother* sendiri bisa digunakan untuk berbicara dengan atau membicarakan anggota laki-laki lain dalam sebuah organisasi atau laki-laki lain yang memiliki ide, tujuan, dan lain-lain. Sementara itu, kata *Min* merupakan bentuk pemenggalan dari kata *Admin*. Kata *admin* secara leksikal bermakna administrator. Berikut di bawah ini adalah pengklasifikasian variasi kata sapaan berdasarkan teori Kridalaksana (1974).

Tabel 1. Kategori Kata Sapaan Penutur Laki-laki

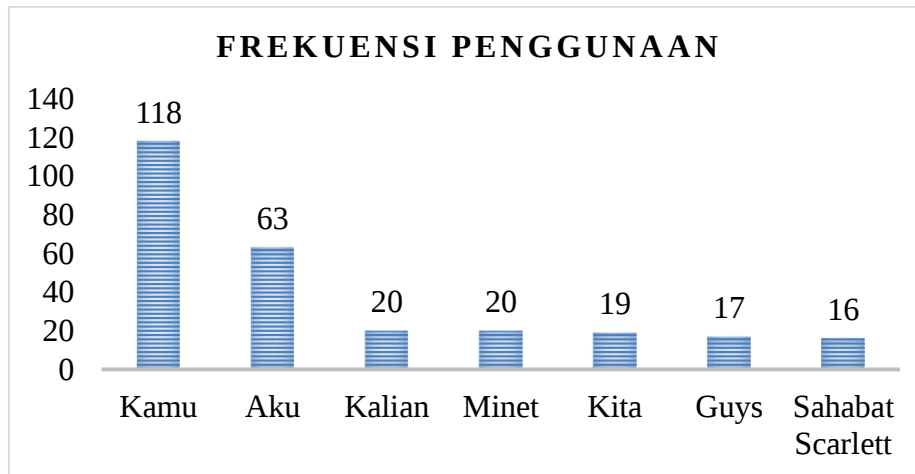
No.	Kategori Kata Sapaan	Bentuk Kata Sapaan
1.	Kata Ganti	Kata ganti orang pertama tunggal: <i>gue, gua, saya</i> , dan <i>aku</i> . Kata ganti orang pertama jamak: <i>kita</i> . Kata ganti orang kedua tunggal: <i>lo, kamu</i> , dan <i>lu</i> . Kata ganti orang kedua jamak: <i>kalian</i> .
2.	Istilah Kekerabatan	<i>Bro</i> dan <i>Kak</i> .
3.	Ciri Zero atau Nol	Mayoritas berada dalam kalimat ajakan dan larangan yang ditandai kata <i>yuk</i> dan <i>jangan</i> .
4.	Nama Produk + Nomina	<i>Kahf Bro</i>

Berdasarkan Tabel 1, penutur laki-laki cenderung lebih banyak menggunakan variasi kata sapaan berupa kata ganti, baik kata ganti orang pertama maupun kata ganti orang kedua. Tidak hanya itu, penutur laki-laki cenderung menggunakan kata sapaan ragam percakapan, seperti *gue, gua, lo*, dan *lu*. Walaupun kata sapaan berupa kata ganti orang banyak ditemukan, kata sapaan dengan frekuensi penggunaan terbanyak adalah *bro*. Tingginya penggunaan kata sapaan *bro* menunjukkan bahwa secara spesifik penutur laki-laki hanya menyasar calon konsumen laki-laki. Sejumlah peneliti telah membuktikan bahwa kata sapaan menentukan sasaran yang akan disapanya (Rahima & Novita, 2021; Sari & Sumiharti, 2021) karena sapaan harus sesuai dengan posisi mitra tutur, baik dari segi usia, posisi dalam agama dan adat, maupun sapaan umum (Rahima & Novita, 2021). Penggunaan kata sapaan *bro* oleh penutur laki-laki sejalan dengan klaim brand Kahf di

bio TikTok-nya, yaitu “Sunscreen Pria No 1 di Indonesia. Personal Care For Men. #JalanYangKupilih”. Secara khusus, Kahf membuat produk perawatan kulit khusus laki-laki. Maka dari itu, penggunaan kata sapaan *bro* yang bersifat seksis oleh penutur laki-laki disebabkan oleh spesifikasi produk.

Variasi Kata Sapaan Penutur Perempuan

Berdasarkan hasil olah data korpus, variasi kata sapaan yang digunakan oleh penutur perempuan pada saat mempromosikan produk perawatan kulit di media sosial TikTok tidak sebanyak penutur laki-laki. Adapun bentuk kata sapaan penutur perempuan yang ditemukan, yaitu: (1) *kamu*; (2) *aku*; (3) *zero* atau *nol*; (4) *kalian*; (5) *Minet*; (6) *kita*; (7) *Guys*, dan (8) *Sahabat Scarlett*. Kata sapaan tersebut memiliki intensitas penggunaan yang berbeda. Berikut disajikan grafik penggunaan kata sapaan oleh penutur perempuan.



Grafik 2. Frekuensi Penggunaan Kata Sapaan Penutur Perempuan

Berdasarkan Grafik 2, penutur perempuan secara signifikan sering menggunakan kata sapaan pronomina *kamu*, *aku*, *kalian*, *kita*, dan *guys*. Sebagai contoh, berikut di bawah ini adalah beberapa contoh penggunaan kata sapaan oleh penutur perempuan pada saat mempromosikan produk perawatan kulit di media sosial TikTok.

(1) Kata Sapaan *Kamu*

Kata sapaan *kamu* digunakan sebanyak 118 kali.

Type	Rank	Freq	Range
1 dan	1	214	136
2 yang	2	192	117
3 kamu	3	185	109
4 kulit	4	173	90
5 ini	5	169	109
6 out	6	147	116
7 check	7	145	115
8 puluh	8	144	69
9 ada	9	127	80
10 sekarang	10	124	119

Gambar 2. Frekuensi Kata Sapaan *Kamu*

Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *kamu* dalam tuturan.

D28 *Kamu* wajib pake body serum loving.

D29 *Kamu* punya problem bekas jerawat dan kulit kusam?

Kata sapaan *kamu* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina. Kata sapaan *kamu* termasuk ke dalam kategori sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua tunggal. Kata *kamu* secara makna leksikal bermakna yang diajak bicara; yang disapa. Kata sapaan *kamu* mayoritas ditemukan pada awal tuturan. Handini dan Mauluddya (2023) menyebutkan bahwa kata sapaan yang digunakan pada awal tuturan biasanya bertujuan untuk menarik perhatian lawan bicara.

(2) Kata Sapaan *Aku*

Kata sapaan *Aku* digunakan sebanyak 63 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *aku* dalam tuturan.

D30 *Ya iyalah, aku* pake La Foret Fairy!

D31 *Aku* tanpa moisturizer, kulit jadi kering dan kusam.

Kata sapaan *aku* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina, khususnya ragam percakapan. Kata sapaan *aku* termasuk

ke dalam kategori kata sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua tunggal. Kata *aku* secara makna leksikal bermakna kata ganti orang pertama yang berbicara atau menulis, baik dalam ragam resmi maupun biasa; saya.

(3) Kata Sapaan Zero atau Nol

Kata sapaan *zero* atau nol banyak dijumpai pada tuturan ajakan, perintah, dan larangan. Adapun kata yang menandai penggunaan kata sapaan *zero* atau nol adalah *yuk*, *buruan*, dan *jangan*. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *zero* atau nol dalam tuturan.

D32 *Yuk, (kalian) check out sebelum kehabisan!*

D33 *(Kalian) Jangan lupa cobain parfum barunya Scarlett, La Foret Fairy!*

Perlu diketahui, kata sapaan *zero* atau nol tidak hadir dalam tuturan. Kata sapaan *zero* atau nol baru diketahui ketika mengaitkannya dengan konteks tuturan. Kata sapaan *zero* atau nol dalam penelitian ini adalah calon konsumen atau pengguna produk perawatan kulit Scarlett. Setelah mengetahui target pasar dari produk Scarlett, dapat diketahui bahwa peluang bentuk kata sapaannya berupa sapaan kata ganti orang, baik kata ganti orang pertama (jamak) maupun kata ganti orang kedua (tunggal ataupun jamak). Pada contoh tuturan di atas, kata sapaan yang relevan adalah sapaan kata ganti orang kedua tunggal dan jamak, seperti *kamu* dan *kalian*. Tuturan larangan dan ajakan pada data D47, D48, dan D49 secara spesifik ditujukan kepada calon konsumen atau pengguna produk perawatan kulit Scarlett.

(4) Kata Sapaan Kalian

Kata sapaan *kalian* digunakan sebanyak 20 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *kalian* dalam tuturan.

D34 *Kalian jangan lupa cobain juga ya! Cek out sekarang!*

D35 *Ya, kuncinya dari skincare satu ke skincare lainnya, kalian butuh jeda waktu gitu sih.*

Kata sapaan *kalian* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina dengan ragam akrab. Kata sapaan *kalian* termasuk ke dalam kategori sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang kedua jamak. Kata *kalian* secara makna leksikal bermakna yang diajak bicara yang jumlahnya lebih dari satu orang.

(5) Kata Sapaan Minet

Kata sapaan *Minet* digunakan sebanyak 20 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *Minet* dalam tuturan.

D36 *Minet yakin kulit kamu fiks cerah seketika.*

D37 *Hari ini, Minet akan spill produk yang bisa merawat skin barrier sekaligus mencerahkan kulit.*

Kata sapaan *Minet* merupakan sebuah akronim yang berasal dari kata *admin* dan *Scarlett*. Kata *Min* merupakan bentuk pemenggalan dari kata *Admin* yang bermakna administrator. Sementara itu, kata *et* merupakan bentuk pemenggalan dari kata *Scarlett* yang merupakan nama produk perawatan kulit yang sedang dipromosikan.

(6) Kata Sapaan Kita

Kata sapaan *kita* digunakan sebanyak 19 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *kita* dalam tuturan.

D38 *Kita semua juga tau kalo parfum La Foret wangi banget!*

D39 *Kita usahakan parfum baru Scarlett karena terdapat Hint, Rose and Red Fruits, yang dapat menciptakan wangi yang unik dan fresh.*

Kata sapaan *kita* merupakan kata sapaan dengan kelas kata pronomina. Kata sapaan *kita* termasuk ke dalam kategori sapaan kata ganti, khususnya kata ganti orang pertama jamak. Kata sapaan *kita* secara makna leksikal bermakna saya, termasuk di dalamnya ada penutur dan mitra tutur.

(7) Kata Sapaan Guys

Kata sapaan *guys* digunakan sebanyak 17 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *guys* dalam tuturan.

D40 *Guys, siapa yang mau body serum tube Scarlett?*

D41 *Makanya, langsung check out di sini ya, Guys!*

Kata sapaan *guys* merupakan kata sapaan dengan kelas kata nomina. Kata sapaan *guys* berasal dari kata *guy*. Dalam Cambridge Dictionary, kata sapaan *guy* bermakna seorang pria (ragam informal). Namun, ketika diubah ke dalam bentuk jamak, kata *guys* mengalami perluasan makna. Dalam

Cambridge Dictionary, kata sapaan *guys* bukan bermakna sekumpulan pria, tetapi bermakna digunakan untuk menyebut sekelompok orang dari kedua jenis kelamin. Kata sapaan *guys* lebih dominan digunakan di Amerika Serikat.

(8) Kata Sapaan Sahabat Scarlett

Kata sapaan *Sahabat Scarlett* digunakan sebanyak 16 kali. Berikut disajikan contoh penggunaan sapaan *Kahf Bro* dalam tuturan.

D42 *Yuk, Sahabat Scarlett, buruan check out!*

D43 *Hai, Sahabat Scarlett!*

Kata sapaan *Sahabat Scarlett* merupakan sebuah frasa nomina yang berasal dari kata *sahabat* dan *Scarlett*. Kata *sahabat* merupakan kata nomina yang bermakna kawan; teman; handai. Sementara itu, kata *Scarlett* merupakan nama produk perawatan kulit yang sedang dipromosikan.

Berdasarkan hasil analisis bentuk dan makna leksikal variasi kata sapaan penutur perempuan dalam konten promosi produk perawatan kulit di TikTok, berikut di bawah ini adalah pengklasifikasian variasi kata sapaan berdasarkan teori Kridalaksana (1974).

Tabel 2. *Kategori Kata Sapaan Penutur Perempuan*

No.	Kategori Kata Sapaan	Bentuk Kata Sapaan
1.	Kata Ganti	Kata ganti orang pertama tunggal: <i>aku</i> . Kata ganti orang pertama jamak: <i>kita</i> . Kata ganti orang kedua tunggal: <i>kamu</i> . Kata ganti orang kedua jamak: <i>Guys</i> dan <i>kalian</i> .
2.	Ciri Zero atau Nol	Mayoritas berada dalam kalimat ajakan dan larangan yang ditandai kata <i>yuk</i> , <i>buruan</i> , dan <i>jangan</i> .
3.	Jabatan + Nama Produk	<i>Minet</i> (Admin Scarlett)
4.	Nomina + Nama Produk	<i>Sahabat Scarlett</i>

Berdasarkan Tabel 2, penutur perempuan cenderung lebih banyak menggunakan variasi kata sapaan berupa kata ganti, baik kata ganti orang pertama maupun kata ganti orang kedua. Tidak hanya itu, penutur perempuan cenderung menggunakan kata sapaan bukan ragam percakapan, seperti

aku, *kita*, dan *kamu*. Variasi sapaan kata ganti orang tersebut sangat berbanding terbalik dengan variasi sapaan kata ganti orang penutur laki-laki. Seluruh variasi kata sapaan yang digunakan oleh penutur perempuan cenderung menggunakan kata sapaan secara umum atau uniseks. Artinya, penutur

perempuan mengabaikan gender calon konsumen atau mitra tuturnya, yang dibuktikan melalui penggunaan kata sapaan *aku, kita, kamu, guys, kalian, sahabat Scarlett*, dan *zero* atau *nol*. Scarlett tidak secara spesifik atau tidak mengkhususkan produk-produknya untuk perempuan saja sehingga sasaran pasarnya adalah perempuan dan laki-laki. Maka dari itu, kata sapaan yang digunakan oleh penutur merupakan kata sapaan umum yang tidak bertanda gender.

Faktor yang Memengaruhi Munculnya Variasi Kata Sapaan

Berdasarkan analisis bentuk, makna, dan fungsi variasi kata sapaan berdasarkan gender, penelitian ini menemukan ada faktor lain selain gender yang memengaruhi lahirnya variasi kata sapaan oleh penutur laki-laki dan perempuan. Sekurangnya, ada empat faktor yang memengaruhi munculnya variasi kata sapaan dalam konten promosi produk perawatan kuli di TikTok sebagai berikut.

Faktor pertama, spesifikasi produk sangat memengaruhi target pasar atau mitra tutur. Misalnya, Kahf secara spesifik membuat produk perawatan kulit khusus laki-laki sehingga target pasarnya pun merupakan laki-laki sehingga kata sapaan yang digunakannya pun ada yang bertanda gender, seperti *bro*. Artinya, adanya spesifikasi produk memudahkan penjual dalam memilih kata sapaan yang tepat kepada mitra tutur. Begitu pun sebaliknya, Scarlett sebagai produk perawatan kulit uniseks cenderung mendorong penjual untuk menggunakan kata sapaan yang tidak mengandung gender.

Faktor kedua, keterbatasan untuk mengidentifikasi mitra tutur disebabkan oleh tidak terlibatnya mitra tutur dalam percakapan secara langsung sehingga komunikasi hanya berlangsung satu arah.

Kondisi tersebut membuat penutur tidak dapat mengidentifikasi mitra tuturnya. Dengan begitu, kata sapaan yang digunakan oleh penutur cenderung tidak spesifik, seperti *kamu, lo, lu, kita, kalian, guys*, dan *sahabat Scarlett*.

Faktor ketiga, upaya menjalin keakraban dan berperilaku santun mendorong penutur untuk menggunakan kata sapaan yang tidak menyinggung mitra tutur. Misalnya, penutur lebih memilih menggunakan kata sapaan *kak* untuk menyapa penutur yang lebih tua karena dianggap lebih netral (Marnita, 2022) sehingga tidak akan menimbulkan rasa tidak nyaman pada mitra tutur. Marnita (2022) melalui penelitiannya membuktikan bahwa kata sapaan kekerabatan *kakak* lebih banyak digunakan daripada sapaan *ibu, mbak*, dan *sist*. Alasannya, kata sapaan *ibu, mbak*, dan *sist* terikat oleh gender dan usia sehingga penggunaannya harus sesuai dengan usia dan gender mitra tutur. Sebagai contoh, kata sapaan *abang* hanya digunakan oleh penutur ketika sudah mengetahui dengan jelas mitra tuturnya laki-laki (Marnita, 2022).

Faktor keempat, perkembangan teknologi mendorong terjadinya kontak bahasa. Faktor ini melahirkan sejumlah kata sapaan yang berasal dari bahasa asing, seperti *bro* dan *guys*. Artinya, semakin besar peluang kontak bahasa, semakin banyak pula variasi yang ditemukan dalam berbagai bahasa.

Fungsi Variasi Kata Sapaan

Berdasarkan analisis bentuk dan makna variasi kata sapaan penutur laki-laki dan perempuan, memiliki fungsi kata sapaan yang berbeda. Pertama, kata sapaan penutur laki-laki ada tiga fungsi, yaitu: (1) fungsi keakraban atau membangun hubungan emosional, (2) fungsi menghormati, dan (3) fungsi identifikasi mitra tutur. Fungsi pertama, penggunaan sapaan istilah kekerabatan (seperti *bro* dan *kak*) dan sapaan kata ganti ragam percakapan (*lo, lu, gua*, dan

gue) menunjukkan bahwa penutur laki-laki berusaha untuk membangun hubungan emosional atau kedekatan dengan mitra tutur. Buktinya, penggunaan kata sapaan *kakak* oleh pedagang mampu memperdekat jarak sosial antara penjual dan pembeli (Marnita, 2022; Ramadani dkk., 2020). Terlebih, kata sapaan *kakak* sering digunakan untuk menyapa kerabat berdasarkan keturunan (Sari & Sumiharti, 2021; Zikri & Santosa, 2023). Dengan begitu, mitra tutur berpotensi merasa terikat secara emosional dengan penutur.

Fungsi kedua, penggunaan sapaan istilah kekerabatan *kak* menunjukkan bahwa penutur laki-laki menghormati mitra tutur, baik yang berusia lebih tua maupun lebih muda. Sejumlah penelitian telah membuktikan bahwa sapaan istilah kekerabatan *kak* bermakna netral. Marnita (2022) secara spesifik mengkaji penggunaan kata sapaan *kakak* pada kegiatan transaksi jual beli secara *online* di WhatsApp. Hasilnya menunjukkan bahwa kata sapaan istilah kekerabatan *kakak* bersifat netral karena mitra tutur yang berusia lebih muda atau pun lebih tua tidak tersinggung dengan penggunaan kata sapaan *kakak* (Marnita, 2022). Namun, penggunaan sapaan istilah kekerabatan *kak* dapat menunjukkan bahwa penutur memang dengan sengaja tidak mempertimbangkan usia dan jenis kelamin pada saat bertutur sapa (Marnita, 2022). Selain penggunaan sapaan istilah kekerabatan, penggunaan sapaan zero atau nol juga berfungsi sebagai bentuk penghormatan kepada mitra tutur. Fungsi ketiga, penggunaan sapaan istilah kekerabatan *bro* oleh penutur laki-laki menunjukkan bahwa sasaran produk Kahf adalah laki-laki. Penggunaan kata sapaan yang spesifik sangat membantu dalam identifikasi target atau sasaran tuturan.

Kedua, kata sapaan penutur perempuan ada dua fungsi, yaitu fungsi keakraban atau

membangun hubungan emosional dan fungsi menghormati. Fungsi pertama, penggunaan sapaan kata ganti *guys* dan *sahabat Scarlett* menunjukkan bahwa penutur perempuan berusaha untuk membangun hubungan emosional atau kedekatan dengan mitra tutur. Kedua bentuk sapaan tersebut bersifat uniseks. Fungsi kedua, penggunaan sapaan *zero* atau nol (dengan tidak disebutkannya target sapaan secara jelas) menunjukkan bahwa penutur perempuan berusaha untuk menghindari kesalahan penggunaan sapaan atau berusaha menjangkau calon konsumen sebanyak-banyaknya. Terlebih, *Scarlett* merupakan *brand* perawatan kulit yang dapat digunakan oleh semua gender.

Pembahasan

Berdasarkan temuan pertama, dapat diketahui bahwa variasi bentuk kata sapaan antara penutur laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Ada satu bentuk variasi kata sapaan yang memiliki persamaan dengan hasil penelitian terdahulu, yaitu kata sapaan *kak* (Ertinawati & Nurjamilah, 2020; Gewani & Amanda, 2022; Marnita, 2022; Ramadani dkk., 2020). Kata sapaan *kak* atau *kakak* dalam kegiatan transaksi jual beli dinilai bersifat netral (Gewani & Amanda, 2022; Marnita, 2022). Kata sapaan *kak* oleh penutur dianggap tidak akan menyinggung perasaan mitra tutur karena tidak terikat usia dan jenis kelamin. Tidak hanya itu, penelitian ini menemukan variasi bentuk kata sapaan khas yang tidak ditemukan oleh peneliti terdahulu, seperti *bro*, *guys*, *bro min*, *minet*, dan *sahabat Scarlett*.

Berdasarkan temuan kedua, munculnya perbedaan variasi kata sapaan disebabkan oleh empat faktor, yaitu: (1) spesifikasi produk, (2) keterbatasan identifikasi mitra tutur, (3) menjalin keakraban dan kesantunan, dan (4) perkembangan teknologi dan kontak bahasa. Dari keempat faktor sosial yang

ditemukan, ada dua faktor sosial yang memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu. Pertama, spesifikasi produk memengaruhi dan mempersempit target pasar, khususnya jenis kelamin target pasar. Artinya, jenis kelamin menjadi salah satu faktor dalam pemilihan kata sapaan (Mensah, 2021:678; Mousavi, 2020:239). Kedua, upaya menjalin keakraban dan kesantunan menyebabkan penutur menyapa dengan kata sapaan yang tidak menyinggung. Sejumlah penelitian terdahulu pun telah membuktikan bahwa keakraban (Mensah, 2021:678) dan kesantunan (Rifai & Prasetyaningrum, 2016:124) menjadi faktor yang membuat penutur memilih kata sapaan yang berbeda.

Berdasarkan temuan ketiga, ada tiga fungsi kata sapaan yang ditemukan, yaitu (1) fungsi keakraban atau membangun hubungan emosional, (2) fungsi menghormati, dan (3) fungsi identifikasi mitra tutur. Sejalan dengan temuan tersebut, sejumlah penelitian terdahulu pun telah membuktikan bahwa dua dari banyaknya fungsi kata sapaan adalah untuk mengelola hubungan interpersonal antara penutur dan mitra tutur (Afsari dkk., 2023: 2841) dan penghormatan (Ino dkk., 2023:2545).

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat diketahui bahwa sebagian besar temuan dalam penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian terdahulu. Adapun perbedaan yang cukup signifikan terletak dari bentuk variasi kata sapaan, khususnya kata sapaan *bro*, *guys*, *bro min*, *minet*, dan *sahabat Scarlett*. Selain itu, faktor keterbatasan dalam mengidentifikasi mitra tutur juga merupakan temuan baru dalam penelitian ini. Faktor tersebut muncul akibat adanya perbedaan ruang lingkup dan konteks penggunaan kata sapaan dengan penelitian terdahulu.

D. SIMPULAN

Simpulan penelitian ini adalah kedua gender banyak menggunakan kata sapaan berupa kata ganti orang. Namun, laki-laki cenderung menggunakan variasi kata sapaan berbasis gender, seperti *bro*. Sementara itu, perempuan cenderung menggunakan kata sapaan uniseks, seperti *guys*. Adapun fungsi penggunaan kata sapaannya adalah untuk: (1) keakraban atau membangun hubungan emosional, (2) menghormati, dan (3) identifikasi mitra tutur. Variasi kata sapaan hadir karena disebabkan oleh berbagai faktor, seperti: (1) adanya spesifikasi produk perawatan kulit, (2) adanya keterbatasan identifikasi mitra tutur, (3) adanya upaya kesantunan dan keakraban, dan (4) kemajuan teknologi dan kontak bahasa. Artinya, perbedaan gender, ruang lingkup, dan konteks penggunaan bahasa melahirkan beragam variasi bentuk, faktor, dan fungsi sosial yang berbeda-beda.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu strategi berbahasa yang dapat digunakan untuk menarik perhatian target pasar adalah melalui kata sapaan. Terlebih, dalam konteks promosi di media sosial, target pasar bersifat heterogen sehingga kata sapaan yang digunakan harus dapat memberikan kesan yang baik dan berkesan. Selain itu, penggunaan pendekatan linguistik korpus dapat menunjukkan tren penggunaan bahasa yang paling banyak digunakan oleh setiap *brand*. Kaitannya dengan penelitian ini adalah pendekatan linguistik korpus dapat membantu dalam melihat tren kata sapaan yang paling banyak digunakan dalam konten promosi produk perawatan kulit di media sosial TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

Afsari, A. S., Sobarna, C., Wahya, & Moriyama, M. (2023). Diversity of Sundanese Forms of Address Usage in Family. *Theory and Practice in*

- Language Studies*, 13(11), 2841–2850.
<https://doi.org/10.17507/tpls.1311.14>
- Agusti, M. H., Yudista, R., & Mubarak, A. (2023). Variasi Bahasa Interaksi dalam Transaksi Jual Beli Pada Wilayah Pasar Pelabuhan Samarinda Kajian Sociolinguistik. *Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni*, 11(1), 19–25.
<https://doi.org/10.31091/sw.v11i1.2184>
- Al-Khawaldeh, N. N., Olimat, S. N., Mashqba, B. M., Al-Omari, M. A., & Alkhawaldeh, A. A. (2023). Normativity and Variation in the Address Terms System Practiced among the Jordanian Youth Community. *Languages*, 8, 1–15.
<https://doi.org/10.3390/languages801031>
- Amral, S., & Sulistiani, E. (2021). Kata Sapaan Bahasa Suku Anak Dalam Desa Bukit Suban Kecamatan Air Hitam Kabupaten Sarolangun. *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 261–272.
<http://aksara.unbari.ac.id/index.php/aksara/article/viewFile/273/135>
- Belfarhi, K. (2020). Displacement and Inversion in Address Terms in Algerian Arabic. *AGATHOS*, 11(1), 176–191.
- Bühler, K. (2011). *Theory of language: The representational function of language*. John Benjamins Publishing Company.
<https://doi.org/10.1075/z.164>
- Coates, J. (2013). *Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language* (3rd ed.). Routledge.
- Ertinawati, Y., & Nurjamilah, A. S. (2020). Analisis Variasi Kata Sapaan Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Induk Cikurubuk Tasikmalaya Ditinjau dari Perspektif Pragmatik. *LITERASI: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*, 10(2), 126–139.
<https://doi.org/10.23969/literasi.v10i2.3027>
- Gewani, R., & Amanda, R. W. (2022). Istilah-istilah Penggunaan Bahasa pada Transaksi Jual Beli Online (Online Shop) di Akun Media Sosial. *Caraka: Jurnal Ilmu Kebahasaan, Kesastraan, Dan Pembelajarannya*, 8(2), 100–119.
<https://doi.org/10.30738/caraka.v8i2.10966>
- Gusman, S. F., Arminda, F., Hafizah, W., Noveri, Y. T., & Tuljannah, F. W. (2021). Ragam Kata Sapaan Kekerabatan Minangkabau di Keluarga Inti Berdasarkan Matrilineal pada Remaja Minang. *Psyche 165 Journal*, 14(4), 342–348.
<https://doi.org/10.35134/jpsy165.v14i4.133>
- Ha, T. T. X. (2024). An Investigation Into Psychological Influence Techniques Using Language and Visuals in Milk Advertising in English and Vietnamese. *Global Academic Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(12), 8–17.
<https://doi.org/10.36348/gajhss.2024.v06i01.002>
- Halidi, M. H. M. (2019). Penggunaan Kata Sapaan Bahasa Gorontalo. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 4(4), 44–55.
- Handini, F. D., & Mauluddya, T. (2023). Pengaruh Penggunaan Kata Sapaan di Lingkungan Pekerjaan Universitas Harapan Medan. *Curere*, 7(2), 44–50.
- Hasmianti, L., Usman, & Amir, J. (2023). Pergeseran Penggunaan Kata Sapaan oleh Generasi Milenial Banjar di Kota Banjarmasin. *JP-BSI: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(2), 122–130.
<https://doi.org/10.26737/jp-bsi.v8i2.4280>
- Ino, L., Marhadi, A., Arman, Masri, F. A., Maliudin, Rasiyah, Nirmalasari, Samsul, Dinar, S. S., Halfian, W. O., & Gaho, R.

- (2023). "Good Morning, Fokoamau": An Analysis of the Addressing Terms in Pancana Language. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(10), 2544–2556.
<https://doi.org/10.17507/tpls.1310.13>
- Jakpat. (2023). *Beauty Trends Makeup & Skincare* 2023.
<https://blog.jakpat.net/beauty-trends-2023/>
- Karmizi, Y., Syofiani, & Morelent, Y. (2024). Penggunaan Kata Sapaan Kekeluargaan di Kecamatan Siulak Mukai Kabupaten Kerinci. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 11(1), 89–96.
<https://doi.org/10.30595/mtf.v11i1.21453>
- Kridalaksana, H. (1974). *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Penerbit Nusa Indah.
- Lubis, I. S., Santi, R. S., & Angin, T. B. B. (2022). Variasi Bahasa Sapaan Jual Beli Pedagang di Pasar Sangumpal Bonang Padangsampung Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 457–464.
<https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/4256>
- Magashi, S. (2023). The Role of Address Terms in Expressing Politeness in Social Interaction in Sukuma. *Journal of Linguistics and Language in Education*, 17(2), 107–135.
<https://doi.org/10.56279/jlle.v17i2.5>
- Mansor, N. S., Abd Rahim, N., Mamat, R., & Abdul Halim, H. (2018). Understanding the Choices of Terms of Address: A Sociolinguistic Study of Malay Cultural Practices. *Indonesian Journal of EFL and Linguistics*, 3(2), 129–147.
<https://doi.org/10.21462/ijefl.v3i2.76>
- Marnita, R. (2022). Kakak: Kata Sapaan Netral dalam Komunikasi Transaksi Online di WhatsApp. *Indonesian Language Education and Literature*, 8(1), 187–199.
<https://doi.org/10.24235/ileal.v8i1.9326>
- Mensah, E. O. (2021). A Sociolinguistic Study of Address Terms in A Nigerian University's Staff Club. *Poznań Studies in Contemporary Linguistics*, 57(4), 677–707. <https://doi.org/10.1515/psicl-2021-0024>
- Mousavi, S. H. (2020). Terms of Address and Fictive Kinship Politeness in Lori. *Journal of Politeness Research*, 16(2), 217–247. <https://doi.org/10.1515/pr-2017-0032>
- Oluyemi, J. A., & Olumide, F. D. (2024). An Anthropological Analysis of the Yoruba Greeting Culture. *African Identities*, 22(1), 166–178.
<https://doi.org/10.1080/14725843.2021.2005535>
- Parkinson, J. (2020). On the Use of the Address Terms Guys and Mate in An Educational Context. *Journal of Pragmatics*, 161, 81–94.
- Rahima, A., & Novita, I. (2021). Kata Sapaan Non-Kekerabatan Masyarakat Bugis Bone di Desa Sungai Raya Kecamatan Nipah Panjang Kabupaten Tanjung Jabung Timur (Kajian Sosiopragmatik). *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(1), 1–8.
- Ramadani, N., Marnita, R., & Revita, I. (2020). Ragam Kata Sapaan dalam Komunikasi Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru. *Diwan: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 12(2), 101–116.
<https://doi.org/10.15548/diwan.v12i2.420>
- Rifai, D. M., & Prasetyaningrum, S. T. (2016). A Sociolinguistic Analysis of Addressing Terms Used in Tangled Movie Manuscript. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 17(2), 123–134.

- <https://doi.org/10.23917/humaniora.v17i2.2504>
- Rijal, S., Yansah, D., Nazurty, Rustam, & Purba, A. (2024). Bentuk dan Makna Kata Sapaan Kekerabatan oleh Masyarakat Desa Rantau Panjang Kecamatan Muara Siau Kabupaten Merangin Provinsi Jambi. *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*, 14(1), 191–206.
- Rizki, S. A., & Adlina, H. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement dan Keputusan Pembelian Produk Avoskin Your Skin Bae Series di TikTok Shop: Studi Pada Konsumen di Kota Medan. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 205–218.
- Rozumko, A. (2023). Interpersonal relationships in translation: Address terms in the English and Polish translations of Henning Mankell's *The Dogs of Riga*. *Journal of Pragmatics*, 206, 19–28. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.01.013>
- Sadiqi, F. (2003). *Women, Gender and Language in Morocco*. Brill.
- Saputra, S., & Amral, S. (2020). Kata Sapaan Kekerabatan Bahasa Melayu Jambi di Desa Teriti Kecamatan Sumay Kabupaten Tebo. *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 80–93. <https://doi.org/10.33087/aksara.v4i1.169>
- Sari, L. I., & Sumiharti. (2021). Kata Sapaan Kekerabatan Bahasa Melayu Riau di Desa Sawah Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi Riau. *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 215–225.
- Siribere, L. S., Khairani, Z., & Fitrianti, E. (2022). Kata Sapaan Bahasa Mentawai Dialek Simatalu Kecamatan Siberut Barat Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Klausa: Jurnal Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia Ekasakti*, 1(1), 36–43.
- Soomro, M. A., & Larina, T. V. (2022). Categories of address forms in Pakistani English at a multilingual academic setting. *Philological Sciences*, 111(6s), 50–55. <https://doi.org/10.20339/phs.6s-22.050>
- Sunarni, Patriantoro, & Seli, S. (2023). Kata Sapaan dalam Bahasa Dayak Kanayatn: Kajian Sociolinguistik. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6.622-6.636. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1331>
- Surono. (2018). Address Terms Across Cultures: A Sociopragmatic Analysis. *4th PRASASTI International Conference on Recent Linguistics Research*, 316–324. <https://doi.org/10.2991/prasasti-18.2018.59>
- Triana, L., & Khotimah, K. (2020). Kata Sapaan dalam Masyarakat Tegal: Tinjauan Sociolinguistik. *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 3(1), 371–389.
- We are Social Indonesia. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Wulandari, P., & Putra, A. H. (2022). Penggunaan Ragam Kata Sapaan di Pondok Pesantren Putri Walisongo Jombang: Kajian Sociolinguistik. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 3(4), 15–29. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Yáñez-Bouza, N. (2024). “My dearest Clara ... my dear friend” - Personal Names and direct address in Mary Hamilton's private correspondence. *Journal of*

- Historical Sociolinguistics*, 10(1), 31–62. <https://doi.org/10.1515/jhsl-2022-0038>
- Yannuar, N., Iragiliati, E., & Zen, E. L. (2017). Bòsò Walikan Malang's Address Practices. *GEMA Online: Journal of Language Studies*, 17(1), 107–123. <https://doi.org/10.17576/gema-2017-1701-07>
- Zikri, A., & Santosa, V. N. (2023). Sistem Kata Sapaan dalam Bahasa Ocu di Desa Sipungguk Kecamatan Salo Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.33503/alfabeta.v6i1.2741>