



Menelisis Fungsi Bahasa di Balik Caption Instagram @Lizzebethmua

¹⁾Nenden Nurul Lativa; ²⁾Alia Rizqia; ³⁾Salwa Nanta Putri Abdillah; ⁴⁾Ari Kartini

^{1,2,3}Institut Pendidikan Indonesia, Indonesia, Indonesia

¹⁾nendennurullativa@gmail.com; ²⁾Aliarizqia28@gmail.com; ³⁾salwanantaputriabdillah@gmail.com;
⁴⁾arikartini00@gmail.com

<p>Sejarah Artikel: Diterima: 16 November 2035</p> <p>Direvisi: 28 Januari 2025</p> <p>Dipublikasikan: 28 Maret 2025</p> <p>Kata Kunci: Caption; Fungsi Bahasa; Instagram</p> <p><i>Keywords:</i> <i>Audiovisual media;</i> <i>Fantasy stories; Project</i> <i>Based Learning model;</i> <i>Writing skills</i></p>	<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan fungsi bahasa yang terdapat dalam caption video pada akun Instagram @lizzebethmua. Fokus kajian diarahkan pada bentuk-bentuk penggunaan bahasa dalam keterangan unggahan video untuk memahami bagaimana bahasa dimanfaatkan dalam membangun komunikasi, ekspresi diri, dan interaksi dengan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi non-partisipatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak dengan catat sebagai teknik lanjutannya. Analisis data dilakukan menggunakan metode padan intralingual dan padan ekstralingual untuk mengidentifikasi serta mengklasifikasikan fungsi bahasa yang muncul. Hasil analisis menunjukkan bahwa caption pada unggahan video di akun @lizzebethmua memuat lima jenis fungsi bahasa, yakni fungsi personal, direktif, imajinatif, fatik, dan referensial. Dari total 50 data caption yang dianalisis, ditemukan bahwa fungsi personal merupakan fungsi yang paling dominan, dengan jumlah 19 data. Fungsi lainnya meliputi direktif (12 data), referensial (13 data), fatik (4 data), dan imajinatif (2 data). Temuan ini mengindikasikan bahwa akun @lizzebethmua cenderung menggunakan bahasa sebagai media untuk mengekspresikan perasaan, pengalaman pribadi, dan membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya pemanfaatan fungsi bahasa yang strategis dalam media sosial sebagai sarana membangun citra personal maupun profesional. Penelitian ini juga membuka peluang bagi kajian lebih lanjut terkait analisis wacana digital dan peran bahasa dalam strategi komunikasi di platform media sosial.</p> <p style="text-align: center;">ABSTRAC</p> <p>This study aims to describe the language functions found in video captions posted by the Instagram account @lizzebethmua. The focus of the research is on identifying the forms of language use within these captions to understand how language is utilized to build communication, self-expression, and interaction with the audience. Employing a qualitative approach, this research adopts a non-participant observational method. Data were collected through listening and note-taking techniques, while data analysis employed intralingual and extralingual matching methods to identify and classify the observed language functions. The results reveal five types of language functions in the video</p>
--	--



captions: personal, directive, imaginative, phatic, and referential. Out of 50 analyzed captions, the personal function appeared most frequently, with 19 occurrences. This was followed by referential (13), directive (12), phatic (4), and imaginative (2) functions. These findings indicate that @lizzebethmua predominantly uses language to express personal feelings and experiences, as well as to establish emotional connection with followers. The implications of this study highlight the strategic role of language functions in social media as a means of building both personal and professional identity. Furthermore, this study opens opportunities for future research in the areas of digital discourse analysis and language use in social media communication strategies.

A. Pendahuluan

Penggunaan caption pada media sosial, khususnya Instagram, telah mengalami perkembangan yang signifikan dan kini menjadi salah satu sarana utama dalam mengekspresikan diri, membangun interaksi sosial, serta membentuk identitas digital. Perubahan ini mencerminkan pergeseran fungsi media sosial dari sekadar wadah berbagi gambar menjadi ruang interaksi yang sarat makna. Dalam perspektif sosiolinguistik, caption tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual, tetapi juga sebagai medium komunikasi yang memuat makna kontekstual, pesan persuasif, dan strategi retorik yang kompleks. Fenomena ini menegaskan bahwa caption berperan dalam konstruksi identitas digital sekaligus menjadi bagian dari praktik literasi digital modern.

Berbagai penelitian memperkuat pandangan tersebut. Sinaga dkk. (2024) mengidentifikasi bahwa sebagian besar pengguna menghadapi tantangan dalam menciptakan caption yang menarik, relevan, dan selaras dengan konteks visual, sehingga mereka merekomendasikan strategi perencanaan konten yang sistematis serta pembentukan tim pelatihan untuk meningkatkan kualitas penulisan caption. Sementara itu, Avivi & Megawati (2020) menyoroti kontribusi penulisan caption terhadap pengembangan keterampilan menulis, di mana proses kreatif tersebut tidak hanya memperkuat kemampuan komunikasi, tetapi juga memberikan ruang kolaboratif yang memicu inovasi bahasa dan gaya. Dalam ranah pemasaran digital, Muktiadi (2021) menunjukkan bahwa caption yang dirancang secara tepat mampu memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan daya tarik produk, yang berarti optimalisasi Instagram memerlukan pendekatan yang terencana, berbasis analisis, dan relevan dengan target pengguna.

Studi mengenai bentuk dan fungsi bahasa dalam caption Instagram, seperti yang dilakukan terhadap akun populer Lambe Turah, menunjukkan adanya keragaman fungsi bahasa yang dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, antara lain fungsi personal, direktif, referensial, dan imajinatif (Cahyani, 2020). Penelitian mengenai penggunaan bahasa gaul dan campur kode di media sosial juga memberikan wawasan penting terkait variasi fungsi bahasa yang muncul dalam interaksi sehari-hari pengguna. Sebagai ilustrasi, Yuliani dkk. (2023) menemukan bahwa campur kode dalam komentar pada akun Instagram memiliki peran signifikan dalam pembentukan identitas pengguna serta kelompok sosial. Menggunakan pendekatan morfologi, penelitian tersebut menggambarkan bagaimana variasi bahasa



berfungsi untuk memperkuat rasa kebersamaan di antara anggota fandom. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Kholifah dan Sabardila (2020) menyoroiti penggunaan variasi bahasa di Instagram yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media ekspresi diri, khususnya melalui fungsi personal dan direktif.

Fenomena tersebut menjadi latar belakang dilaksanakannya penelitian berjudul “Menelisik Fungsi Bahasa di Balik Caption Instagram @lizebethmua”. Penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis fungsi bahasa yang digunakan dalam caption pada akun tersebut, serta mengungkap bagaimana fungsi-fungsi tersebut mencerminkan identitas, strategi komunikasi, dan nilai estetika yang dibangun oleh pemilik akun. Fokus kajian ini merujuk pada klasifikasi fungsi bahasa sebagaimana dikemukakan oleh Keraf (2001), yang meliputi ekspresi diri, komunikasi, integrasi sosial, dan kontrol sosial, serta relevansinya dalam konteks media sosial berbasis visual.

Kajian sebelumnya menunjukkan bahwa fungsi bahasa pada caption Instagram dapat digunakan untuk menguatkan kedekatan dengan audiens, mempengaruhi opini publik, dan membentuk branding personal, seperti yang ditemukan pada akun milik selebritas Zaskia Adya Mecca yang menunjukkan variasi fungsi bahasa dengan intensitas berbeda (Nurfitasari, 2021). Namun, belum ada penelitian yang secara khusus menelaah fungsi bahasa dalam konteks akun profesional MUA seperti @lizebethmua, yang memiliki karakteristik berbeda dari selebritas atau akun hiburan. Kesenjangan ini menjadi celah penting yang ingin dijawab penelitian ini, baik dari segi konteks maupun pendekatan analisis, sehingga diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang praktik komunikasi digital dalam ranah estetika profesional.

Keterkaitan antara fungsi sosiolinguistik, pengembangan keterampilan literasi, dan strategi pemasaran digital melalui caption ini menunjukkan adanya ruang penelitian yang luas untuk mengkaji peran caption sebagai teks multimodal. Penelitian lebih lanjut dapat diarahkan pada eksplorasi hubungan antara struktur bahasa, konteks budaya, dan efektivitas pesan yang disampaikan, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kontribusi caption dalam membentuk ekosistem komunikasi digital yang dinamis. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kebaruan dalam kajian fungsi bahasa pada media sosial melalui fokus pada domain kecantikan dan estetika digital. Selain memberikan kontribusi teoretis dalam pengayaan literatur sosiolinguistik media digital, temuan penelitian ini juga diharapkan memberikan implikasi praktis bagi para pelaku industri kreatif, khususnya make-up artist, dalam merancang strategi komunikasi yang selaras dengan citra profesional dan nilai estetika yang ingin ditonjolkan.

B. Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran jelas mengenai pendekatan, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, serta prosedur pelaksanaan penelitian. Penyajian yang sistematis ini bertujuan memperkuat kualitas argumentasi dan validitas hasil penelitian, sekaligus memastikan keterulangan (replicability) penelitian oleh pihak lain.



Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif atau naturalistik dilakukan pada objek alamiah (natural setting) guna mengamati fenomena sesuai kondisi sebenarnya, sehingga data yang diperoleh bersifat autentik tanpa modifikasi akibat intervensi peneliti. Metode ini dipilih untuk menyajikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antarfenomena yang dikaji.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen, yaitu dengan menelaah dokumen yang relevan terhadap topik penelitian. Data yang dianalisis berupa kata, frasa, klausa, dan kalimat yang terdapat pada keterangan video unggahan akun Instagram @lizzabethmua. Sumber data utama adalah Elisabeth Lieanti sebagai pengunggah dan penulis keterangan video pada akun tersebut.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua metode padan. Pertama, padan intralingual, yaitu teknik analisis yang membandingkan unsur-unsur lingual baik dalam satu bahasa maupun antarbahasa yang berbeda untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaannya. Kedua, padan ekstralingual, yaitu teknik yang mengaitkan unsur bahasa dengan faktor-faktor di luar bahasa, seperti konteks sosial, budaya, atau situasi komunikasi yang melatarbelakanginya. Hasil analisis disajikan dengan menggunakan metode formal dan informal, sehingga temuan penelitian dapat dipaparkan secara terukur, sistematis, dan memiliki validitas ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Dominasi fungsi personal dalam temuan ini mengindikasikan bahwa pemilik akun cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sarana ekspresi diri dan komunikasi emosional dengan audiens. Sementara itu, keberadaan fungsi referensial dan direktif memperlihatkan bahwa meskipun aspek personal lebih menonjol, terdapat pula upaya membangun interaksi melalui penyampaian informasi dan arahan. Minimnya fungsi fatik dan imajinatif menunjukkan bahwa penggunaan bahasa untuk menjaga hubungan sosial atau membangun pesan kreatif masih terbatas. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa kecenderungan komunikasi lebih diarahkan pada kebutuhan praktis dan personal daripada eksplorasi estetis bahasa. Dengan demikian, pola komunikasi yang terbentuk menggambarkan prioritas individu dalam mengelola identitas digitalnya. Rincian hasil analisis disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Data Analisis *Caption* video akun Instagram @lizzebethmua

No	Tanggal/ Bulan	Caption/ Keterangan Unggahan Video	Fungsi Bahasa	Penjelasan
1.	2 Oktober	Kegiatan ibu2 pas libur sekolah 😄😄	Fungsi personal	Keterangan dalam video sedang jalan-jalan di Mall tersebut termasuk fungsi personal yang mengungkapkan persaaan seseorang senang ketika anaknya libur sekolah. Hal tersebut juga diperkuat dengan emoji ketawa yang memperlihatkan perasaan senang dan bahagia.
2.	2 Oktober	Lho kog 😞😞😞	Fungsi personal	Keterangan “lho kog” pada video yang memperlihatkan anaknya Celine yang masih bayi muntah. Keterangan tersebut mengungkapkan perasaan sedih seorang ibu yang melihat anaknya muntah. Hal tersebut juga ditambah dengan emoji yang menggambarkan perasaan sedih.
3.	3 Oktober	Malah fokus ke filter 😄😄	Fungsi Peronal	Keterangan tersebut digunakan pada video ci Liz, suami dan anaknya yang sedang melakukan video music dance challenge. Seharusnya mereka menari melakukan challenge tapi mereka malah fokus ke filter atau efek yang membuat wajah mereka berubah menjadi aneh dan membuat mereka tertawa. Keterangan tersebut mengungkapkan perasaan senang yang diperkuat dengan tambahan emoji ketawa.
4.	3 Oktober	Biar paginya ayu ya harus dicicil dari malem 😞😞	Fungsi Direktif	Keterangan tersebut digunakan pada video Ci Liz sedang merapikan rambut dengan catokan dan memakai skincare malam. Keterangan tersebut menggunakan campuran Bahasa jawa yang menjelaskan pada penonton cara cantik pagi hari yaitu dengan merapikan rambut dan memakai skincare malam sebelum tidur.
5.	3 Oktober	Semarang makin panas Oi! Di kota kalian gimana?? 😞😞	Fungsi Personal dan Fungsi Fatik	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi personal karena mengungkapkan perasaan kesal saat cuaca panas. Dan diakhir menggunakan fungsi fatik karena digunakan untuk menjalin hubungan persahabatan atau keakraban dengan bertanya kepada penonton.
6.	3 Oktober	😄😄😄 soundnya cocok bngt	Fungsi Personal	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi personal karena

				dan Fungsi Imaginatif	memperlihatkan perasaan senang dengan penambahan emoji tertawa. Yang kedua fungsi imajinatif karena menyampaikan gagasan bahwa soundnya cocok dengan video yang dibuat.
7	3 Oktober	😂😂😂		Fungsi Personal	Keterangan tersebut memiliki fungsi personal karena mengungkapkan perasaan senang sesuai video yang diunggah, ditambah dengan emoji tertawa yang memperjelas perasaan senang pada keterangan video tersebut.
8.	3 Oktober	Kaget aku!! 😱😱		Fungsi Personal	Keterangan pada video tersebut termasuk fungsi personal yang mengungkapkan perasaan kaget atau terkejut.
9.	5 Oktober	Selalu kaya gini 😏 Pada relate gak sih?		Fungsi Imaginatif	Keterangan pada video papa Clayton selalu jajanin ice cream tersebut termasuk fungsi imajinatif yang mengungkapkan suatu gagasan pada pendengar bahwa “setiap papa selalu kaya gini” maksudnya selalu turutin jajanan anaknya tanpa memikirkan kesehatannya. Padahal jika terlalu sering jajan ice cream tidak baik untuk kesehatan.
10.	6 Oktober	Gampang caranya 😊	kok	Fungsi Direktif	Keterangan atau <i>caption</i> pada video Ci Liz yang memberikan informasi mengenai cara pumping tetap <i>stylish</i> di dalam mobil. Fungsi Bahasa pada keterangan tersebut termasuk fungsi direktif karena menyatakan kalimat yang mempengaruhi pendengar bahwa pumping tetap <i>sylish</i> di dalam mobil itu mudah.
11.	6 Oktober	Clayton tu ada2 wae 😂😂😂		Fungsi Personal	Keterangan pada video tersebut termasuk fungsi personal karena memperlihatkan perasaan senang melihat tingkah putranya Clayton. Dengan tambahan adanya emoji tertawa memperjelas persaan senang penutur.
12.	7 Oktober	Ternyata kalau mama papa nya diluar, koko Clay bisa ajak cerita Celine 😍😍😍		Fungsi Personal	Keterangan tersebut termasuk fungsi personal yang mengungkapkan persaan bangga terhadap Clayton yang selalu bisa menjaga dan mengajak bercerita adiknya Celine ketika mama papanya tidak ada. Dengan tambahan emoji love memperlihatkan ungkapan persaan sayang dan cinta pada anaknya.



13.	8 Oktober	Lihatnya kok terharu banget yah 🥰🥰😭😭	Fungsi Personal	Keterangan pada video tersebut memiliki fungsi personal yang mengungkapkan perasaan terharu dan bangga melihat anaknya. Dengan tambahan emoji love dan menangis semakin memperjelas ungkapan sayang, cinta dan sedih haru karena bangga.
14.	11 Oktober	Filter apa ini	Fungsi Personal	Keterangan pada video yang memperlihatkan perubahan wajah karena efek filter suatu aplikasi ini termasuk fungsi personal karena mengungkapkan perasaan bingung atau heran dengan pengaruh filter yang penutur atau pengunggah gunakan membuat wajahnya berubah.
15.	12 Oktober	Sebenarnya kamu tu nge-review apa to Clay?? 😞😞	Fungsi Personal	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi personal yang mengungkapkan perasaan heran atau bingung. Dengan penambahan emoji bingung memperjelas pengungkapan perasaan penutur bingung.
16.	12 Oktober	Mama baru liat ternyata gitu ya clay? 😂	Fungsi personal	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi personal yang lucu melihat tingkah anaknya. Hal tersebut juga diperkuat dengan tambahan emoji tertawa.
17.	12 Oktober	Enaknya makan buah apalagi yaa klo sama clayton??	Fungsi Personal	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi personal yang menyampaikan pikiran berupa pertanyaan pada pendengar/penonton yang melihat video.
18.	16 Oktober	Kira2 yang mau dikasi gurunya yang mana ya! 😡😡	Fungsi Personal	Keterangan dalam video ketika Clayton di foto tidak pernah benar posisinya selalu susah diatur termasuk tersebut termasuk ke dalam fungsi personal yang mengungkapkan perasaan marah dan kesa. Hal tersebut juga diperjelas dengan tambahan emoji marah.
19.	21 Oktober	Lebih enak masakan giu2 katanya 😭😭😭	Fungsi personal	Keterangan pada video tersebut termasuk ke dalam fungsi personal yang mengungkapkan perasaan sedih jika masakan giu-giu (Panggilan Tante Clayton) lebih enak. Dengan tambahan emoji menangis memperjelas perasaan sedih penutur.
20.	27 Oktober	Yuk yang punya anak ketemuan di playground yuk 😂😂	Fungsi Direktif	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi direktif yang menyatakan sebuah ajakan.

21.	29 Oktober	Clayton abis keramas 😄	Fungsi Personal	Keterangan pada video tersebut termasuk fungsi personal yang mengungkapkan perasaan senang melihat lucunya Clayton setelah keramas. Hal tersebut juga ditambah dengan emoji ketawa yang memperjelas perasaan senang.
22.	30 Oktober	Makin dewasa anak cowok papa Rendy ❤️	Fungsi personal	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi personal yang mengungkapkan perasaan bangga, kasih sayang, dan cinta orang tua melihat anaknya semakin dewasa. Dengan adanya emoji love memperkuat ungkapan perasaan cinta dan sayang penutur.
23.	30 Oktober	Kalian udah pernah liat ini di Alfamart belum si? Kog aku baru tahu ya?	Fungsi personal dan Fungsi Fatik	Termasuk kedalam fungsi personal karena mengungkapkan perasaan bingung hal tersebut didasarkan pada kalimat "ko aku baru tahu ya?". Termasuk ke dalam fungsi fatik karena memperlihatkan keakraban dengan penonton atau berbasa basi dengan adanya <i>caption</i> "kalian udah pernah liat ini di Alfamart belum si?"
24.	31 Oktober	Anak papa rendhy hebat2 semuanya ❤️ Dulu Clayton tidur sendiri sejak 8 bulan, sekarang Celine malah sejak 3 bulan	Fungsi Personal	Keterangan <i>caption</i> tersebut termasuk fungsi personal karena mengungkapkan perasaan bangga dan cinta pada Clayton dan Celine yang bisa tidur sendiri. Adanya tambahan emoji love memperjelas ungkapan perasaan cinta penutur.
25.	21 Oktober	🙏🙏🙏	Fungsi Personal	Keterangan atau <i>Caption</i> pada video yang memperlihatkan Clayton berdo'a untuk keselamatan warga palestina termasuk fungsi personal karena emoji sedih dan terlihat Lelah mengungkapkan perasaan sedih dan haru melihat Clayton berdo'a pada video.
26.	17 Oktober	😊😊😊	Fungsi Personal	Keterangan atau <i>Caption</i> pada video perjalanan pernikahan Ci Liz dan suami sampai sekarang memiliki dua anak diberi <i>caption</i> emoji senyum dengan love. Keterangan termasuk kedalam fungsi personal karena mengungkapkan perasaan cinta dan sayang.
27.	12 Oktober	Ini alesannya kenapa aku gak pernah gossip sama di koko!! 😏😏 FYP	Fungsi Personal	Keterangan tersebut termasuk fungsi personal karena mengungkapkan perasaan heran yang diungkapkan dengan emoji. Dan perasaan marah atau kesal yang diungkapkan atau



		nya dia isinya mobil sama jam aja 🙄🙄		diperjelas juga dengan penambahan emoji pada keterangan atau <i>caption</i> tersebut.
28.	10 Oktober	Aku paling pintar bacain map	Fungsi Direktif	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi direktif yang mempengaruhi pendengar atau penonton bahwa aku (Ci Liz) pintar baca map(aplikasi petunjuk arah).
29.	11 Oktober	Ada yang terganggu guys 😂😂	Fungsi Personal	Keterangan tersebut termasuk ke dalam fungsi personal karena menungkapkan perasaan senang, hal tersebut juga diperjelas dengan adanya emoji ketawa pada keterangan tersebut.
30.	31 Oktober	Bayi cino ku wis nangis 🥲	Fungsi Personal	Keterangan pada video yang memperlihatkan Celine (anaknya Ci Liz) menangis tersebut termasuk ke dalam fungsi personal. Karena mengungkapkan perasaan sedih melihat anaknya menangis. Hal tersebut juga diperjelas dengan penambahan emoji menangis pada keterangan tersebut.
31.	31 Oktober	Gimana sih gurunya?	Fungsi direktif	Keterangan pada video tersebut ayah clayton mempengaruhi pendengar atau penonton bahwa clayton pulang sekolah jadi lemas, sehingga di kolom komentar netizen juga ikut berpendapat tentang anak mereka ketika pulang sekolah.
32.	30 oktober	Pilihan kita sama gak?	Fungsi direktif	Keterangan pada video tersebut ci lizz dan keluarga mengajak netizen untuk memilih calon presiden RI dengan menggunakan filter.
33.	29 Oktober	Mukanya happy kan?? 😊😊😊	Fungsi direktif	Keterangan pada video tersebut ci Lizz dan Ko Rendy mengajak netizen untuk berpendapat tentang isi video tersebut, dimana mereka sedang mencium anak mereka secara bersamaan.
34.	27 Oktober	Anter Clayton Fieldtrip. Anak tu lucu ya, di rumah ceriwis banget. Kalo ada temen2nya langsung malu2 gitu padahal sama bapaknya sendiri, ada yang samaan?	Fungsi personal dan direktif	Keterangan pada video tersebut memiliki fungsi personal karena ci Lizz mengungkapkan apa yang dirasakannya kepada netizen dan meminta netizen untuk ikut berpendapat.
35.	27 Oktober	Bayi cini zipit	Fungsi personal	Keterangan dalam video tersebut menjelaskan bahwa Ko Rendy sangat gemas dengan anaknya yang bermata sipit



36.	25 Oktober	Celine 3 months makin berotot	Fungsi personal	Keterangan dalam video tersebut menjelaskan tentang kekaguman ko rendy kepada anaknya yang berumur 3 bulan makin berisi.
37.	21 Oktober	Siapa yang paling heboh????	Fungsi direktif	Keterang pada video tersebut mereka sedang membuat konten dan mengajak netizen untuk berkomentar siapa yang paling heboh diantara mereka dalam video tersebut.
38.	19 Oktober	Bantu vote dong buat kasih ke istri. Bagus anioniq 5 or 6? Atau ada ide yang lain?	Fungsi direktif	Keterangan pada video tersebut ko rendy mengajak netizen untuk bantu memilih mobil mana yang harus dibeli olehnya.
39.	18 Oktober	Beatnya asik pol...karokean lagu ini bareng yuk!	Fungsi direktif	Keterangan pada video tersebut ci Lizz mengajak netizen untuk karokean bareng dengan lagu yang digunakan dalam video.
40.	16 Oktober	Makin nguawur ya panase?? Di kota kalian panasnya nyampe berapa yaaa??	Fungsi fatik	Keterangan pada video tersebut ci Lizz bertanya kepada netizen tentang cuaca di kota masing-masing untuk menunjukkan keakraban dengan netizen.
41.	30 November	Jadi enaknya gimana?	Fungsi direktif	Keterangan pada video tersebut mereka mengajak netizen untuk berpendapat dua anak lebih baik atau tidak.
42.	29 November	Ngaku yang masih kemakan parenting jaman baheula..ndak boleh lo ya!	Fungsi referensi 1	Keterangan dalam video tersebut ci lizz membicarakan hal parenting yang benar kepada netizen.
43.	26 November	Tebak di video ini ada berapa orang???	Fungsi fatik	Keterangan dalam video tersebut ci lizz sedang membuat konten dan mengajak netizen untuk menebak, ini menunjukkan fungsi fatik karena digunakan untuk sekedar berbasa-basi saja.
44.	25 November	Owww ternyata mau duwaaa	Fungsi personal	Keterangan dalam video tersebut menunjukkan fungsi personal karena ci lizz sedang mengajak ngobrol anaknya yang masih kecil.
45.	23 November	Lo Clay baru belajar duduk bentar kok udah oleng?	Fungsi personal	Keterangan dalam video tersebut menunjukkan fungsi personal karena mereka sedang mengungkapkan apa yang terjadi dalam video tersebut.
46.	20 November	Ciwi2 setuju?	Fungsi fatik	Keterangan dalam video tersebut menjelaskan tentang ayah ketika diminta tolong untuk menjada anaknya ketika ibunya sedang ingin bersantai, kemudian bertanya kepada netizen untuk menunjukkan keakraban.

47.	17 November	Mending milih yang aman aja..jaga2 lebih baik	Fungsi referensi 1	Keterangan dalam video tersebut yaitu ci lizz sedang menjelaskan hal mengenai parenting yaitu harus membeli carseat untuk anak ketika di mobil.
48.	15 November	Udah tau bahaya masih pada ngeyel, sebel gak?	Fungsi referensi 1	Keterangan dalam video tersebut ci lizz sedang menjelaskan bahayanya bahan BPA dalam galon.
49.	15 November	Bayi kesumukan nangis ya??	Fungsi personal	Keterangan dalam video tersebut ci lizz mengungkapkan hal yang membuat anaknya nangis.
50.	13 November	Udah tau kan Celine tu anak siapa??	Fungsi fatik	Keterangan dalam video tersebut ci lizz mengajak netizen untuk berpendapat mengenai anaknya mirip siapa.

Analisis terhadap 50 caption video pada akun Instagram @lizzebethmua menunjukkan bahwa terdapat lima fungsi bahasa yang digunakan, yaitu fungsi personal, fungsi direktif, fungsi imajinatif, fungsi fatik, dan fungsi referensial. Fungsi bahasa yang paling dominan adalah fungsi personal dengan jumlah 19 data (38%), diikuti fungsi referensial sebanyak 13 data (26%), fungsi direktif sebanyak 12 data (24%), fungsi fatik sebanyak 4 data (8%), dan fungsi imajinatif sebanyak 2 data (4%). Temuan ini menunjukkan bahwa caption pada akun @lizzebethmua lebih banyak digunakan untuk mengungkapkan perasaan atau ekspresi pribadi, disusul oleh penggunaan untuk menyampaikan informasi terkait objek atau peristiwa, serta untuk memberikan arahan atau ajakan. Adapun fungsi fatik dan fungsi imajinatif ditemukan dalam jumlah yang relatif sedikit. Berikut adalah diagram batang yang menggambarkan distribusi lima fungsi bahasa pada caption Instagram @lizzebethmua beserta jumlah dan persentasenya.

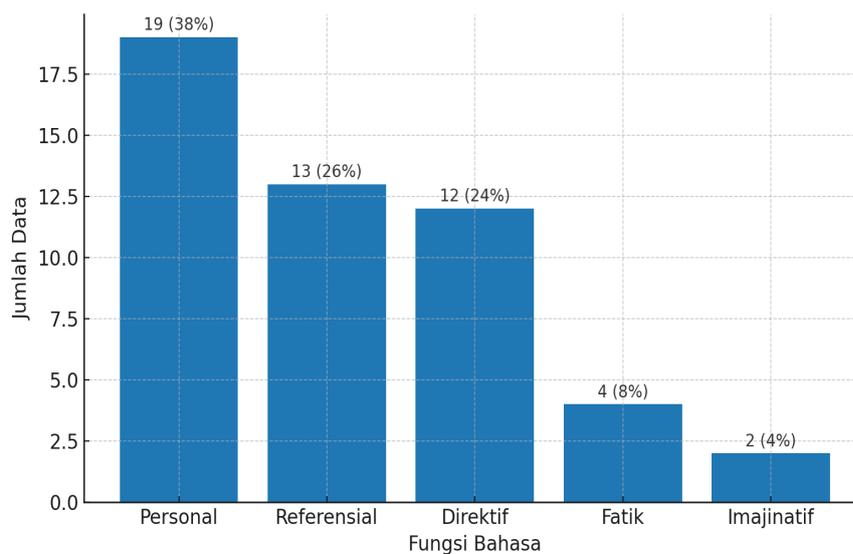


Diagram 1
Distribusi Lima Fungsi Bahasa Pada Caption Instagram @lizzebethmua



Pembahasan

Analisis terhadap caption video akun Instagram @lizzabethmua menunjukkan dominasi kuat fungsi personal, atau emotif, yang merefleksikan ekspresi perasaan dan sikap pribadi. Fungsi ini sesuai dengan salah satu fungsi komunikasi menurut Jakobson yang menyoroti orientasi penutur terhadap pesan (Jakobson, 1960/1971). Penggunaan emoji dan ekspresi spontan memperkaya makna afektif, sejalan dengan konsep *textual paralanguage*, yaitu elemen nonverbal tertulis yang menyampaikan tone dan emosionalitas dalam komunikasi digital (Luangrath, Peck, & Barger, 2016).

Fungsi referensial juga kerap muncul dalam caption, berfungsi menyampaikan informasi mengenai situasi, pengalaman, atau konteks nyata sehari-hari, seperti aktivitas pengasuhan anak atau rutinitas harian. Fungsi referensial dalam caption, terutama yang berkaitan dengan pengasuhan anak dan rutinitas harian, merupakan area penelitian yang penting dalam psikologi dan pendidikan anak. Dalam konteks ini, caption sering digunakan untuk menyampaikan informasi mendidik mengenai pengalaman sehari-hari orang tua, termasuk aktivitas seperti pengasuhan anak. Penelitian menunjukkan bahwa pengasuhan yang penuh perhatian dapat memberikan informasi kontekstual yang kaya mengenai interaksi orang tua dan anak, serta tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut (Harianto & Theresia, 2022; Parmanti & Purnamasari, 2015). Salah satu fungsi referensial yang mencolok dapat terlihat dalam pengaruh lingkungan sosial terhadap pengasuhan anak. Misalnya, penelitian tentang pengasuhan di komunitas urban menunjukkan bahwa ruang publik dapat berperan penting dalam menyediakan fasilitas dan aktivitas yang mendukung pengasuhan anak, seperti kegiatan rekreasi dan edukasi (Supriyanto et al., 2017; Muzzammil, 2022). Ini menunjukkan bagaimana caption dapat menyampaikan informasi yang relevan mengenai pemanfaatan fasilitas publik dalam pengasuhan.

Sementara itu, fungsi direktif hadir melalui ajakan atau dorongan untuk berinteraksi, seperti mengajak diskusi atau meminta opini pengikut. Interplay antara ketiga fungsi ini, personal, referensial, dan direktif, menggambarkan komunikasi yang tidak hanya bersifat ekspresif, melainkan juga informatif sekaligus interaktif. Sebaliknya, fungsi fatik, yang berperan dalam menjaga saluran komunikasi melalui sapaan ringan atau basa-basi, relatif minim. Hal ini menunjukkan bahwa akun ini lebih menekankan penyampaian makna personal atau informasi konkret dibanding mengelola hubungan sosial secara ritualistik. Fungsi imajinatif, yang melibatkan kreativitas berbahasa, metafora, atau estetika puitis, juga jarang ditemukan. Akun ini tampak lebih memilih gaya otentik dan pragmatis daripada bahasa artistik atau berornamen.

Gaya komunikasi ini konsisten dengan temuan dalam penelitian tentang penggunaan emoji sebagai alat ekspresi afektif dan strategi identitas digital. Misalnya, emoji dapat memperkuat persepsi kehangatan interpersonal serta memandu pemahaman audiens melalui unsur visual komunikatif (Luangrath et al., 2016). Selain itu, kajian kuantitatif oleh Jones, Wurm, Norville, dan Mullins (2020) menunjukkan bahwa emoji yang digunakan dengan frekuensi dan valensi sentimen tertentu mencerminkan dimensi emosional yang kuat dalam komunikasi daring (Jones et al., 2020).

Peneliti seperti Luangrath et al. (2016) menegaskan bahwa *textual paralanguage*, termasuk emoji, tanda baca kreatif, dan simbol, berperan sebagai komponen penting dalam komunikasi digital, memperkuat atau menggantikan fungsi ekspresif dan emosional. Ini relevan dengan pola dominan fungsi personal yang ditemukan di caption akun @lizzebethmua. Selain itu, penelitian tentang motivasi penggunaan emoji oleh Hu et al. (2017) mengungkap berbagai niat pengirim, seperti mengekspresikan sentimen positif, negatif, atau menambah kekuatan emosional dalam pesan, yang semuanya tampak tercermin dalam penggunaan caption emotif dan ajakan interaktif.

D. Kesimpulan, Implikasi dan Rekomendasi

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi pada caption video akun Instagram @lizzebethmua didominasi oleh fungsi personal yang menonjolkan ekspresi diri, penyampaian perasaan, dan pembentukan kedekatan emosional dengan audiens. Fungsi referensial dan direktif hadir sebagai pelengkap yang memberikan informasi relevan sekaligus mendorong partisipasi audiens, sehingga membentuk interaksi yang bersifat aktif dan timbal balik. Fungsi fatik dan imajinatif ditemukan dalam porsi yang lebih kecil, menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan lebih memprioritaskan keaslian pesan dan relevansi isi dibandingkan pemeliharaan hubungan sosial secara rutin atau eksplorasi kreatif bahasa. Secara keseluruhan, gaya berbahasa yang digunakan mencerminkan pendekatan komunikasi digital yang memadukan ekspresi personal dengan interaksi informatif, sehingga mampu membangun identitas digital yang autentik sekaligus mempertahankan keterlibatan audiens secara efektif.

Implikasi dan Rekomendasi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dominasi fungsi personal dalam komunikasi digital dapat menjadi strategi efektif untuk membangun kedekatan emosional antara kreator konten dan audiens. Hal ini menegaskan pentingnya keaslian dan konsistensi gaya bahasa dalam membentuk identitas digital. Minimnya penggunaan fungsi fatik dan imajinatif juga memberi gambaran bahwa interaksi daring tidak selalu harus bersifat basa-basi atau estetik untuk tetap relevan, melainkan dapat berfokus pada pesan yang otentik dan bermakna. Bagi kajian linguistik dan komunikasi, hasil ini memperkaya pemahaman tentang penerapan teori fungsi bahasa dalam konteks media sosial, sekaligus memberikan bukti empiris bahwa kombinasi fungsi bahasa tertentu dapat mengoptimalkan keterlibatan audiens.

Berdasarkan temuan penelitian, direkomendasikan agar kreator konten mempertahankan penggunaan fungsi personal sebagai ciri khas komunikasi untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens, namun tetap memberikan ruang bagi fungsi imajinatif guna menghadirkan variasi dan memperkaya daya tarik konten. Fungsi referensial dan direktif sebaiknya terus dioptimalkan untuk menjaga relevansi informasi sekaligus mendorong partisipasi aktif pengikut. Selain itu, peneliti di bidang linguistik dan komunikasi disarankan memperluas kajian pada berbagai platform media sosial dan jenis



konten yang berbeda, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola penggunaan fungsi bahasa dalam interaksi digital. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh pendidik literasi digital sebagai bahan pembelajaran mengenai strategi bahasa yang efektif dalam membangun identitas digital dan keterlibatan audiens secara berkelanjutan.

E. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Institut Pendidikan Indonesia (IPI) Garut** atas dukungan dan kepercayaannya melalui pendanaan hibah internal tahun 2024.

F. Daftar Pustaka

- Avivi, M., & Megawati, F. (2020). Instagram post: Writing caption through process approach in developing writing skill. *EduLite: Journal of English Education, Literature and Culture*, 5(2), 240-250.
- Cahyani, B. D. I., & Jafar, S. (2020). Bentuk dan Fungsi Bahasa Slang pada Keterangan Foto Akun Lambe Turah di Media Sosial Instagram: The Form and Function of The Slang in The Caption Photo of The Lambe Turah Account on Instagram Social Media. *Jurnal Bastrindo*, 1(2), 116-123.
- Hariato, L. F., & Theresia, E. (2022). Pengasuhan penuh perhatian dan stres pengasuhan pada orang tua dengan anak usia 2-6 tahun. *Jurnal Psikologi*, 15(2), 229-241.
- Hu, T., Guo, H., Sun, H., Nguyen, T.-v. T., & Luo, J. (2017). *Spice up your chat: The intentions and sentiment effects of using emoji*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/1703.02860>
- Jakobson, R. (1960/1971). Closing statement: Linguistics and poetics. In T. A. Sebeok (Ed.), *Style in language* (pp. 350-377). MIT Press.
- Jones, L. L., Wurm, L. H., Norville, G. A., & Mullins, K. L. (2020). Sex differences in emoji use, familiarity, and valence. *Computers in Human Behavior*, 108, Article 106305. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106305>
- Keraf, G. (2001). *Diksi dan gaya bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kholifah, U. N. and Sabardila, A. (2020). Analisis kesalahan gaya berbahasa pada sosial media instagram dalam caption dan komentar. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 15(3), 352-364. <https://doi.org/10.14710/nusa.15.3.352-364>
- Luangrath, A. W., Peck, J., & Barger, V. A. (2016). *Textual paralinguistics and its implications for marketing communications*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/1605.06799>



- Muzzammil, F. (2022). Parenting communication: penerapan komunikasi empatik dalam pola pengasuhan anak. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 2(2). <https://doi.org/10.33830/ikomik.v2i2.3881>
- Muktiadi, R. (2021). Pemanfaatan Internet Marketing untuk Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan di Kampung Sri Rahayu Banyumas. *Jurnal Pengabdian Teknik dan Sains (JPTS)*, 1(2).
- Nurfitasari, F. A. (2021). Analisis Fungsi Bahasa pada Postingan Selebgram Tahun 2020 (Kajian Sociolinguistik). *PBSI, Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Parmanti, P. and Purnamasari, S. E. (2015). Peran ayah dalam pengasuhan anak. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 17(2), 81. <https://doi.org/10.26486/psikologi.v17i2.687>
- Sinaga, S., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2024). Instagram sebagai Media Informasi Digital Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 232-253.
- Supriyanto, S., Soerjoatmodjo, G. W. L., & Prasetio, T. (2017). Gambaran pengasuhan anak pada keluarga urban yang tinggal di wilayah rptra anggrek bintaro, jakarta selatan. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 30. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.332>
- Yuliani, N. M., Sukri, S., & Saridewi, D. P. (2023). Campur Kode Luar Bahasa Fandom "ARMY" pada Kolom Komentar Postingan Instagram@ army_indonesiaa: Kajian Sociolinguistik. *Journal of Education Research*, 4(3), 1265-1274.