



RAGAM BAHASA DALAM PENGGUNAAN BAHASA PERSUASIF PADA APLIKASI SHOPEE: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Yuyun Inzana, Gusnawaty, Ikhwan M. Said

Program Studi Linguistik Pascasarjana Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

Departemen Sastra Daerah Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

Departemen Sastra Indonesia Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima
7 Desember 2020

Disetujui
14 Januari 2021

Dipublikasikan
28 Januari 2021

Kata Kunci:

bahasa, diksi,
campur kode, alih
kode, aplikasi
shopee

Keywords:

language, diction,
code mixing, code
switching, shopee
application

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena penggunaan bahasa yang bervariasi dan memiliki ragam bahasa yang memiliki ciri khas yang berbeda antara wilayah yang satu dengan wilayah lainnya, antara Negara yang satu dengan negara lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pemilihan bahasa yang banyak digunakan oleh penjual dalam penggunaan kalimat ajakan untuk mempromosikan produk yang dijual agar lebih menarik pada aplikasi belanja online shopee. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif dengan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa ajakan dalam aplikasi shopee yang sering kita gunakan merupakan bahasa yang tidak baku tidak sesuai dengan KBBI. Campur kode dan alih kode terjadi pada situasi nonformal pada saat menyampaikan pesan untuk menegaskan informasi dalam berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Bentuk campur kode dan bentuk alih kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dan bahasa gaul adalah bentuk kata.

Abstract

This research was inspired by the phenomenon of using a variety of languages and has a variety of languages that have different characteristics from one region to another, from one country to another. The purpose of this study is to describe the language selection that is widely used by sellers in the use of invitation sentences to promote products being sold to make them more attractive in the Shopee online shopping application. The research method uses descriptive methods with qualitative analysis. The results showed that the language of invitation in the Shopee application that we often use is non-standard language and is not in accordance with KBBI. Code mixing and code switching occur in informal situations when delivering messages to emphasize information in interacting with one another. The form of mixed code and the form of code switching between Indonesian and English and slang is the form of words.

(C) 2021 UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

✉ Alamat korespondensi
inzanay20f@student.unhas.ac.id

P-ISSN 1829 9342, E-ISSN 2549-3183

PENDAHULUAN

Setiap manusia mengawali komunikasinya dengan dunia sekitarnya melalui bahasa tangis. Sejalan dengan perkembangan kemampuan serta kematangan jasmani terutama yang bertalian dengan proses bicara, komunikasi tersebut semakin meningkat dan meluas.

Bahasa adalah segala bentuk komunikasi di mana pikiran dan perasaan seseorang disimbolisasikan agar dapat menyampaikan arti kepada orang lain yang dimana sudah merupakan bagian dari kehidupan manusia yang ada dalam suatu masyarakat dengan adat dan ciri khas budaya yang berbeda-beda. Bahasa mencakup segala bentuk komunikasi baik yang diutarakan dalam bentuk lisan, tulisan, bahasa isyarat, bahasa gerak tubuh (*gesture*), ekspresi wajah, maupun pantomim atau seni. Dengan kata lain, setiap individu memiliki bahasa yang mencerminkan ciri khas dari budayanya masing-masing dan tergantung dari bentuk komunikasi yang digunakan. Bahasa memiliki variasi yang menyangkut pilihan bahasa bagi para pemakai dan digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan pikiran-pikiran dari seseorang (Saddhono, 2006). Adapun variasi bahasa Indonesia sebagai pengantar dibagi menjadi bahasa baku dan bahasa tidak baku (Saddhono, 2012).

Selain bahasa digunakan dalam berkomunikasi, adanya perkembangan teknologi dewasa ini membuat lingkup bahasa juga semakin luas dan maju, sehingga dapat berpengaruh pada penggunaan bahasa, terutama bahasa yang digunakan di media cetak, media visual maupun media sosial. Mengingat saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era global, terutama di teknologi informasi sangat cepat (Marsudi, 2009: 133). Salah satu kemudahan yang akan diperoleh adalah bahwa teknologi dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alat komunikasi populer yang dapat meminimalisir perbedaan jarak dan waktu untuk saling bersilaturahmi, bertukar informasi maupun mendapatkan hiburan hanya melalui perangkat komunikasi, misalnya saja ponsel pintar (*smartphone*) yang hanya dalam satu genggam dapat melakukan segala hal dalam satu waktu, contohnya saja aktivitas jual beli

melalui aplikasi belanja *online* yang semakin hari semakin banyaknya pengemban berinovasi menciptakan tempat berbelanja yang dapat menyediakan segala kebutuhan dalam sebuah aplikasi, seperti *shopee*, *tokopedia*, *Lazada*, *blibli*, *sociola*, *JD.ID*, dan lain sebagainya. Temuan tersebut semakin membuktikan bahwa pangsa pengguna perangkat mobile merupakan potensi yang cukup besar dalam meraup jumlah kunjungan yang lebih tinggi (Maulana, 2018).

Belanja online atau *E-Commerce* adalah sebuah proses transaksi yang dilakukan melalui media atau perantara yaitu berupa situs-situs jual beli *online* ataupun jejaring sosial yang menyediakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Kini belanja online telah menjadi sebuah kebiasaan bagi sebagian orang, dikarenakan kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukan seperti kebutuhan sehari-hari, hobi, dan sebagainya. Belanja online juga dapat diartikan sebagai keinginan konsumen untuk membelanjakan uangnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan di toko *online*. Hanya bermodalkan *smartphone* dan jaringan internet, kita dapat mengunduh aplikasi belanja *online* tersebut, membuat akun dan memilih barang yang ingin dibeli dalam kolom pencarian. Setelah menemukan barang yang diinginkan, sampai pada proses pembayaran dan disi juga diberi banyak pilihan dan semua metode pembayaran yang diberikan sangat mudah dilakukan sehingga dapat mengefisienkan waktu dan biaya dalam proses transaksi jual beli tersebut.

Di sisi lain, walaupun ada dampak positif yang dapat diambil, kemudahan informasi dan komunikasi yang terkesan dimudahkan justru dapat pula menimbulkan dampak negatif. Hal tersebut dapat mengundang reaksi pro dan kontra oleh pengguna teknologi informasi, sehingga kesalahan penggunaan bahasa juga diperhitungkan. Aktivitas daring yang dilakukan oleh khalayak disejauh penjuru dunia terbilang masif dan intensif (Mulawarman, 2017).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dikatakan deskriptif kualitatif karena penelitian ini tidak berhubungan dengan angka-angka dan hanya mengamati gejala perubahan bahasa (Gunawan, 2012:140). Sedangkan strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis atau mengamati

penggunaan bahasa dalam aplikasi belanja *online* shopee . Subjek dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi belanja *online* Shopee atau masyarakat karena banyaknya kesalahan bahasa yang tidak benar dalam postingan penjual dan pembeli dan penggunaan aplikasi shopee tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan dan memanfaatkan data tuturan yang diujarkan oleh penuturnya melalui akun Shopee masing-masing baik itu akun dari penjual ataupun pembeli. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis sesuai langkah-langkah yang digunakan yaitu dengan mengklasifikasi data tersebut sesuai dengan permasalahan yang dibahas. Dan terakhir akan disimpulkan berdasarkan hasil analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari penelitian ini bahwa perlunya pengetahuan terkait dengan penggunaan bahasa Indonesia dengan menuliskan kalimat yang baik dan benar seperti penggunaan diksi atau pilihan kata. Gorys Keraf (2002) mengemukakan beberapa poin penting tentang diksi yaitu: (1) pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-kata mana yang harus dipakai untuk mencapai suatu gagasan, bagaimana membentuk pengelompokan kata-kata yang tepat atau menggunakan ungkapan-ungkapan, dan gaya mana yang paling baik digunakan dalam suatu situasi; (2) Pilihan kata atau diksi adalah kemampuan membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna dari gagasan yang ingin disampaikan dan kemampuan untuk menemukan bentuk yang sesuai (cocok) dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki kelompok masyarakat pendengar; dan (3) pilihan kata yang tepat dan sesuai hanya dimungkinkan oleh penguasa sejumlah besar kosakata atau perbendaharaan kata bahasa itu. Sedangkan yang dimaksud pembendaharaan kata atau kosakata suatu bahasa adalah keseluruhan kata yang dimiliki suatu bahasa. Ditinjau dari makna kalimatnya, diketahui pula banyak tulisan yang terdapat dalam pengguna aplikasi *Shopee* baik penggunaan bahasa oleh penjual dalam mempromosikan produk yang dijual maupun pembeli yang ingin mengetahui informasi dari produk yang di tawarkan sebelum membeli yang mengalami penyimpanan makna secara pragmatis. Penyimpangan tersebut tampak dari munculnya unsur-unsur sarkasme dalam kalimat. Adapun

sarkasme yang paling sering muncul dan digunakan para penulis pesan di media *online* apapun itu adalah penggunaan kata-kata yang termasuk dalam kelompok kata bermakna kasar atau kurang sopan yang mengandung umpatan, sindiran, ejekan, serta penggunaan sebutan atau julukan pada orang lain dengan tidak menghormati atau bahkan merendahkan atau menghina lawan tutur. Dari data yang dikumpulkan, tampak bahwa pengguna aplikasi *Shopee* baik dari pihak penjual maupun pembeli ini banyak yang memilih untuk mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris bahkan bahasa gaul dalam mengekspresikan pikiran dan perasaannya. Peristiwa gejala bahasa tersebut sering disebut dengan interferensi, alih kode dan campur kode.

Menurut Myres dan Scotton (dalam Piantari, dkk., 2011:13) alih kode adalah peralihan penggunaan kode satu ke kode bahasa yang lainnya, Chaer dan Agustina (2010:114) menyatakan bahwa alih kode adalah peristiwa peralihan dari kode yang satu ke kode yang lain. Sedangkan Campur kode adalah penggunaan satuan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain untuk memperluas gaya bahasa atau ragam bahasa, termasuk di dalamnya pemakaian kata, frasa, klausa, idiom, dan sapaan (Kridalaksana, 2008:40). Menurut Suwito (dalam Chaer dan Agustina, 2010:114) mengungkapkan bahwa campur kode adalah penyusupan unsur-unsur kalimat dari suatu bahasa ke dalam bahasa yang lain, berwujud kata, frasa, pengulangan kata, ungkapan atau idiom. Fenomena alih kode dan campur kode ini juga ditemukan dalam penggunaan bahasa dalam aplikasi *Shopee*. Para penggunanya banyak yang mencampur bahasa aslinya seperti bahasa Indonesia dengan bahasa asing seperti bahasa Inggris.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ditemukan penggunaan diksi, alih kode dan campur kode dalam penulisan penjual dalam mempromosikan produknya pada aplikasi *Shopee*:

1) Bentuk 1

DRPDA GABUT MALMING AKU SHARE JUALAN AJA

Berdasarkan data dia atas diketahui pada data 1 merupakan penggunaan diksi dan campur kode yang terdapat pada akun toko @termurah.solo di aplikasi *Shopee*. Penggunaan diksi terdapat pada kata DRPDA yang merupakan kata "DARIPADA" dalam pemahaman si pembaca kata tersebut. Terdapat pula bahasa gaul yang ada dalam judul foto tersebut yaitu GABUT yang diartikan mewakili sebuah keadaan seseorang yang bingung ingin melakukan aktivitas

apa dan tidak memiliki kerjaan tertentu pada saat itu. Kemudian kata MALMING yang merupakan akronim dari kata "MALAM MINGGU". Terdapat pula kata AJA yang merupakan kata tidak baku yang seharusnya "SAJA". Selain itu, dalam data tersebut terdapat penggunaan campur kode yaitu adanya kata SHARE yang merupakan kata dari bahasa Inggris yang berarti "BAGIKAN". Penulisan dengan menggunakan huruf kapital sebagai bentuk penegasan dari kalimat persuasif dalam mempromosikan produk baru.

2) Bentuk 2

Ready banyak warna cantik

Berdasarkan data 2 di atas merupakan penggunaan campur kode yang terdapat pada akun toko @zifa_store di aplikasi *Shopee* yang merupakan toko yang menjual produk pakaian muslimah mulai dari atasan sampai bawahan dengan berbagai model serta warna yang dapat dipilih. Dari data 2 di atas di temukan penggunaan campur kode pada kata *Ready* yang merupakan kata dari bahasa Inggris yang 'siap' dan dilanjutkan dengan kalimat bahasa Indonesia yaitu *banyak warna cantik*.

3) Bentuk 3

Tersedia hanya satu warna (HITAM). Gambar 100% *real pict*

Data 3 di atas merupakan penggunaan campur kode yang terdapat pada akun toko @grosir_kulot_murah di aplikasi *Shopee* yang merupakan toko yang menjual produk pakaian wanita mulai dari atasan sampai bawahan dengan berbagai model serta warna yang dapat dipilih. Dari data 3 di atas di temukan penggunaan campur kode yaitu yang dimulai dengan penggunaan bahasa Indonesia *Gambar 100%* dan dilanjutkan dengan bahasa Inggris *real pict* yang berarti 'gambar nyata, gambar asli'.

4) Bentuk 4

Harap baca deskripsi produk. Jadilah *smart buyer*

Data 4 di atas merupakan penggunaan campur kode yang terdapat pada akun toko @sitomar di aplikasi *Shopee* yang merupakan toko yang menjual produk pakaian laki-laki mulai dari

atasan sampai bawahan dengan berbagai model serta warna yang dapat dipilih. Dari data 4 di atas di temukan penggunaan campur kode yaitu yang dimulai dengan penggunaan bahasa Indonesia *Harap baca deskripsi produk, jadilah...* dan dilanjutkan dengan bahasa Inggris *smart buyer* yang berarti 'pembeli cerdas'.

5) Bentuk 5

Look at the design deeply dear, how perfect it is! Cuttingannya yang elegan bikin stylemu look girly.

Data 5 di atas merupakan penggunaan alih kode yang terdapat pada akun toko *shopee @bayleaf.agsby* yang berbentuk alih kode *Inter-sentential switching* (terjadi antar kalimat). Alih kode *Inter-sentential switching* ditandai dengan pengalihan kode ke bahasa lain dengan batas antar klausa yaitu *Look at the design deeply dear, how perfect it is!*. Kemudian dilanjutkan dengan penggunaan bahasa Indonesia yaitu *Cuttingannya yang elegan bikin stylemu look girly* yang di mana penggunaan campur kode juga terdapat pada kalimat ke 2 pada kata *cutting, style dan look girly*.

6) Bentuk 6

Are you looking for Korean Style inspiration? You have to try this one! Dazel recommended buat kamu karena blouse dengan cuttingan oversized nya bisa bikin kesan chic and casual disaat yang bersamaan.

Data 6 di atas merupakan penggunaan alih kode yang terdapat pada akun toko *shopee @bayleaf.id* yang berbentuk alih kode *Inter-sentential switching* (terjadi antar kalimat). Alih kode *Inter-sentential switching* ditandai dengan pengalihan kode ke bahasa lain dengan batas antar klausa yaitu *Are you looking for Korean Style inspiration? You have to try this one!*. Kemudian dilanjutkan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang merupakan penggunaan campur kode yaitu *Dazel recommended buat kamu karena blouse dengan cuttingan oversized nya bisa bikin kesan chic and casual disaat yang bersamaan*, yang di mana penggunaan campur kode ini terdapat pada kata *Dazel, recommended cutting, oversized, chic and casual*. Kata ini juga bisa digunakan dalam bahasa gaul untuk mendukung bahasa Indonesia tersebut terutama dalam mempromosikan produk penjual.

7) Bentuk 7

Dress Wanita CASUAL dengan bahan berkualitas cocok untuk busana sehari-hari

Data 7 di atas merupakan penggunaan campur kode yang terdapat pada akun toko *shopee @ramayanaofficialshop* yang berbentuk penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa. Penggunaan campur kode berbentuk penyisipan unsure-unsur yang berwujud klausa terdapat pada kutipan *Dress* yang berarti 'Gaun' dan kata *CASUAL* yang berarti 'SANTAI' yang kemudian dimasukkan atau dicampurkan dengan bahasa Indonesia yaitu *dengan bahan kualitas cocok untuk busana sehari-hari*. Penggunaan huruf kapital pada kata *CASUAL* sebagai bentuk penekanan pada kata *CASUAL* yang mencerminkan inti dari model baju yang ingin dipromosikan.

8) Bentuk 8

Selamat datang di MADINAH FASHION

Ada Promo Nih kak Beli 5 pcs dapat bonus 1 pcs dari kami, yu di order kapan lagi ada promo begini :)

Data 8 di atas merupakan penggunaan campur kode yang terdapat pada akun toko *shopee @asyifa_fasion* yang berbentuk penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa. Penggunaan campur kode berbentuk penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa terdapat pada kata bahasa Inggris *pcs* yang merupakan singkatan dari *pieces* untuk penggunaan kata satuan (buah) dan kata *order* yang berarti 'memesan' yang kemudian dimasukkan atau dicampurkan dengan bahasa Indonesia yaitu *Ada Promo Nih kak Beli 5 pcs dapat bonus 1 pcs dari kami, yu di order kapan lagi ada promo begini*. Adapun *Nih* diartikan untuk menjelaskan kata penunjuk dan *yu* yang seharusnya *yuk* atau *ayo* untuk memberi informasi ajakan. Kata tersebut sudah menjadi kebiasaan masyarakat untuk memberikan informasi kondisi yang singkat tetapi mudah dipahami.

9) Bentuk 9

The blouse menggunakan bahan kualitas terbaik, model yang selalu *up to date* di pasaran, dan harga yang terjangkau

Data 9 di atas merupakan penggunaan campur kode yang terdapat pada akun toko *shopee @theblouse* yang berbentuk penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa. Penggunaan campur kode berbentuk penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa terdapat pada

kutipan *The blouse* dan *up to date* yang kemudian dimasukkan atau dicampurkan dengan bahasa Indonesia yaitu *The blouse* menggunakan bahan kualitas terbaik, model yang selalu *up to date* di pasaran, dan harga yang terjangkau.

10) Bentuk 10

Hitamnya bagus banget beb..

Berdasarkan data 10 di atas merupakan penggunaan diksi yang terdapat pada akun toko *shopee @klatenolshop*. Penggunaan diksi terdapat pada kata *beb..* yang seharusnya 'baby'. Kata itu merupakan suatu ungkapan orang dalam memanggil pasangannya. Ada yang "honey", "baby" atau "sayang". Dari banyaknya panggilan itu, "Baby", atau biasa juga disingkat "Beb" merupakan salah satu yang cukup umum digunakan. Tetapi, jika dilihat dari definisinya, kata itu berarti bayi. Kata ini juga bisa digunakan untuk kata gaul agar lebih akrab dengan para konsumen atau calon pembeli yang membaca kalimat tersebut.

SIMPULAN

Bahasa merupakan sarana komunikasi yang digunakan oleh setiap individu dalam memberikan informasi yang berupa pikiran, gagasan, maksud maupun perasaan. Fungsi bahasa yang paling utama adalah sebagai sarana komunikasi dan interaksi (Chaer dan Agustina, 2010:17). Bahasa penjual aplikasi *shopee* yang sering kita gunakan merupakan bahasa yang tidak baku tidak sesuai dengan KBBI. Mengapa Bahasa Indonesia tidak digunakan sesuai aturannya, karena dalam aplikasi belanja *online* terutama SHOPEE memiliki gengsi yang besar dan mengakibatkan pengguna menjadi kebiasaan menggunakan bahasa gaul, bahasa tidak baku dan Bahasa Inggris. Tetapi disisi lain dalam penggunaan bahasa yang tidak sesuai juga sama saja bisa diartikan makna yang sama sesuai maksud dari tulisan tersebut.

Campur kode dan alih kode terjadi pada situasi nonformal pada saat menyampaikan pesan untuk menegaskan informasi dalam berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Bentuk campur kode dan bentuk alih kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dan bahasa gaul adalah bentuk kata. Bentuk kata yang banyak mengalami campur kode dan alih kode yang banyak digunakan untuk penjual dalam mempromosikan dagangannya pada aplikasi *shopee* adalah campur kode bentuk kata dan gabungan kata. Campur kode dan alih kode terjadi bagi penjual dalam mempromosikan dagangannya

pada aplikasi *shopee* karena faktor penyebab tertentu, seperti kedekatan emosional pembicara dengan lawan bicara atau dipengaruhi oleh keakraban pembicara dengan lawan bicara dalam suasana santai dan akrab, dan pada umumnya memiliki latar belakang bahasa ibu yang sama. Hasil penelitian di atas disimpulkan kurangnya kesadaran masyarakat dalam menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Saddhono, Kundharu. 2006. Bahasa Etnik Madura di Lingkungan Sosial: Jurnal Kajian Sociolinguistik di Kota Surakarta. Jurnal Kajian Linguistik dan Sastra. 18(34) : 1-15. <http://hdl.handle.net/11617/204>

Saddhono, Kundharu. 2012. Pengantar Sociolinguistik Teori dan Konsep Dasar. Surakarta: Program Buku Teks LPP UNS.

DAFTAR PUSTAKA

Chaer, Abdullah dan Leoni, Agustina. 2010. Sociolinguistik Perkenalan Awal. Jakarta. Rineka Cipta

Keraf, Gorys. 2002. Diksi dan Gaya Bahasa: Komposisi Lanjutan 1: Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Gunawan Fahmi. 2012. Cyberspace dan Bahasa Alay: Kajian Sociolinguistik. *Kandai* 8(2) 137-147.

Marsudi. 2009. Jati Diri Bahasa Indonesia di Era Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Sosial Humaniora*. 2(2)133-148.

Marni, Wa Ode. 2016. Campur Kode dan Alih Kode dalam Peristiwa Jual Beli di Pasar Labuan Tobelo Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara. *Jurnal Bahasa dan Sastra* 2(1) 2503-3875.

Mulawarman, Aldila D. 2017. Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Jurnal Buletin Psikologi*. 25(1): 36-44 DOI: 10.22146

Maulana, R. (2018). Tren Perilaku Konsumen Belanja Online Indonesia Tahun 2018 Menurut iPrice. Retrieved from <https://id.techinasia.com/tren-perilaku-konsumen-online-indonesia-menurut-iphone>.

Piantari, Lian, dkk. 2011. "Alih Kode (Code-Switching) Pada Status Jejaring Sosial Facebook Mahasiswa". (Online). (<http://alih-kode-code-18-switching-pada-status-jejaring-sosialfacebook-mahasiswa>). Diakses tanggal 5 Desember 2020.