

ARTIKEL

**KARAKTERISTIK PENGGUNAAN BAHASA *ONLINE SHOP* DALAM
MEDIA SOSIAL FACEBOOK**



Oleh:

AGNESIA MANUHO

14.1.01.07.0025

Dibimbing oleh :

- 1. Dr. Subardi Agan, M.Pd**
- 2. Dr. Andri Pitoyo, M.Pd**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS
NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2019



SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2019

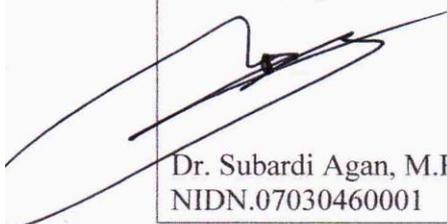
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Agnesia Manuho
NPM : 14.1.01.07.0025
Telepon/HP : 081259725249
Alamat Surel (Email) : agnesiamanuho66@gmail.com
Judul Artikel : Karakteristik Penggunaan Bahasa *Online Shop* Dalam
Media Sosial *Facebook*
Fakultas – Program Studi : FKIP-Pendidikan Bahasa Indonesia
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi : Jalan K.H Achmad Dahlan No. 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

- artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 15 Februari 2019
Pembimbing I  Dr. Subardi Agan, M.Pd. NIDN.07030460001	Pembimbing II  Dr. Andri Pitoyo, M.Pd. NIDN. 0012076701	Penulis,  Agnesia Manuho NPM.14.1.01.07.0025

KARAKTERISTIK PENGGUNAAN BAHASA *ONLINE SHOP* DALAM MEDIA SOSIAL FACEBOOK

Agnesia Manuho

14.1.01.07.0025

FKIP – Pendidikan Bahasa Indonesia

e-mail: agnesiamanuo66@gmail.com

Dr. Subardi Agan, M.Pd. dan Dr. Andri Pitoyo, M.Pd.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi dan komunikasi dan juga munculnya aplikasi-aplikasi media sosial yang dapat digunakan secara bebas dan gratis oleh masyarakat sehingga banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sarana pemasaran produk. Salah satu media sosial yang menjadi sarana pemasaran produk adalah *facebook*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif bersifat deskriptif. Ada tiga pertanyaan penelitian yang dibahas yaitu: (1) Bagaimanakah deskripsi penulisan kata yang digunakan penjual *online shop* dalam media sosial *facebook*? (2) Bagaimana deskripsi penggunaan istilah-istilah khusus yang digunakan penjual *online shop*? (3) Bagaimana deskripsi penggunaan diksi penjual *online shop* dalam media sosial *facebook*?. Penelitian ini menggunakan data berupa kalimat yang mengandung karakteristik penggunaan bahasa *online shop* pada media sosial *facebook*. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari *online shop* di *facebook* yang menampilkan penggunaan bahasa tertulis dalam memasarkan produk yang dijual.

KATA KUNCI : Karakteristik penggunaan bahasa, *online shop*, *facebook*.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi di dunia saat ini menjadi semakin lebih cepat dan maju. Begitu juga dengan perkembangan komunikasi juga mengikuti kemajuan dari teknologi. Sejak tahun 1970-an sudah banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan bahasa prokem atau lebih sering disebut dengan bahasa gaul. Bahasa prokem ini sering digunakan oleh anak-anak remaja dan komunitas-komunitas tertentu.

Kemajuan teknologi sudah banyak dimanfaatkan masyarakat dalam penyebaran informasi khususnya pemasaran

barang-barang kebutuhan masyarakat di media sosial. Perkembangan teknologi di zaman sekarang yang memudahkan masyarakat untuk saling berkomunikasi secara luas dan cepat. Munculnya aplikasi-aplikasi media sosial yang dapat digunakan masyarakat secara bebas dan gratis menjadikan alternatif utama dalam menyampaikan informasi. Para penjual atau distributor sering memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana dalam mencari konsumen dengan memasarkan produknya di media sosial. Kemajuan teknologi sudah banyak dimanfaatkan masyarakat dalam penyebaran informasi khususnya pemasaran barang-barang

kebutuhan masyarakat di media sosial.

Facebook adalah salah satu media sosial yang dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran barang melalui jaringan internet. *Facebook* memiliki banyak jangkauan dari masyarakat lokal di lingkungan, antar daerah, antar pulau hingga mencapai jangkauan internasional. Oleh karena itu, perlu penggunaan bahasa yang dapat memikat para konsumen dan dapat dimengerti oleh semua masyarakat.

Sosiolinguistik adalah ilmu yang mempelajari kajian bahasa dan penuturannya. Sosiolinguistik juga menganalisis faktor-faktor sosial seperti wilayah, penggunaan bahasa dalam pendidikan, masyarakat hukum dan tingkah laku, pergaulan sosial dan lainnya. Sosiolinguistik tidak akan terlepas dari persoalan hubungan bahasa dengan kegiatan atau aspek-aspek kemasyarakatan karena sosiolinguistik mengkaji bahasa dimasyarakat yang berfungsi sebagai alat komunikasi.

Bahasa memang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia. Bahasa diperlukan sebagai alat komunikasi untuk mengungkapkan perasaan, pikiran dan keinginan agar dapat melakukan interaksi dengan komunitasnya.

Penelitian ini mengkaji karakteristik penggunaan bahasa *online shop* dalam media sosial *facebook*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan wujud karakteristik bahasa *online shop*. Melalui penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca tentang karakteristik penggunaan bahasa *online shop*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini di antaranya: (1) Bagaimana deskripsi penggunaan diksi yang digunakan *online shop* dalam media sosial *facebook*, (2) Bagaimana deskripsi penulisan kata yang digunakan *online shop* dalam media sosial *facebook*. (3) Bagaimana deskripsi istilah-istilah khusus yang digunakan *online shop* dalam media sosial *facebook*.

II. METODE

Jenis penelitian ini yaitu kualitatif. Menurut Moleong (2017:6) “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan

memanfaatkan berbagai metode ilmiah”.

disimpulkan bahwa jenis penelitian ini yaitu kualitatif karena analisis datanya berupa kata-kata atau tuturan secara langsung yang dapat dideskripsikan secara terperinci melalui tulisan.

Alasan menggunakan jenis penelitian ini, salah satu diantaranya adalah bahwa jenis penelitian ini telah digunakan secara luas dalam penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini banyak memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan melalui pemberian informasi keadaan mutakhir, dan dapat membantu kita dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang berguna untuk pelaksanaan percobaan. Selanjutnya jenis penelitian ini dapat digunakan untuk menghasilkan suatu keadaan yang mungkin terdapat dalam situasi tertentu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi dokumen /teks (*document studies*). Studi dokumen atau teks merupakan pendekatan yang menitik beratkan pada analisis atau interpretasi bahan tertulis berdasarkan konteksnya. Peneliti menggunakan pendekatan studi dokumen /teks (*document studies*) karena dalam penelitian ini bahan yang diteliti adalah penggunaan bahasa *online shop* dalam

media sosial *facebook*. *Online shop* di media sosial *facebook* tersebut akan dianalisis secara mendalam mengenai penggunaan bahasa yang digunakan.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji karakteristik penggunaan bahasa *online shop* dalam media sosial *facebook*. Hal yang diteliti dibatasi pada karakteristik penggunaan bahasa yaitu: (1) deskripsi penggunaan diksi *online shop* dalam media sosial *facebook*, (2) deskripsi penulisan kata *online shop* dalam media sosial *facebook*, dan (3) deskripsi istilah-istilah khusus yang digunakan *online shop* dalam media sosial *facebook*.

Suatu negara memiliki beragam bahasa yang dipergunakan masyarakatnya. Pada suatu daerah tertentu pun memiliki beragam bahasa yang dapat dipergunakan. Indonesia mengenal adanya bahasa nasional dan bahasa daerah. Dalam linguistik, bahasa tidak hanya dipahami sebagai tanda saja tetapi juga dipandang sebagai sistem sosial, sistem komunikasi, dan sebagai bagian dari kebudayaan masyarakat tertentu. Oleh karena itu, timbul adanya variasi bahasa.

Variasi bahasa timbul disebabkan adanya kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat atau kelompok orang yang sangat beragam dan para

penuturnya yang tidak homogen. Menurut pandangan sosiolinguistik, bahasa tidak hanya dipandang dari segi gejala individual, tetapi juga dipandang dari segi gejala sosial. Sebagai gejala sosial, bahasa dan pemakaiannya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor linguistik saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor nonlinguistik. Subjek dalam penelitian ini *online shop* yang ada pada media sosial *facebook*.

1. Penggunaan diksi

Finoza (2006: 105) menyatakan bahwa, “diksi adalah hasil dari upaya dalam memilih kata tertentu untuk dipakai sebagai suatu tuturan berbahasa”. Dapat diartikan bahwa, diksi atau pilihan kata adalah upaya untuk memilih kata yang tepat untuk dapat menyatakan sesuatu sesuai dengan situasi dan tempat kata-kata tersebut saat digunakan.

(002) Postingan dari akun *facebook* Sherellshop
Tas ransel terbaru 2018
Import Batam
Po 10 hari
Harga sudah termasuk ongkir.
Ceki2 pict kuy say 😊

Pada data (002) kalimat kedua mengandung penggunaan diksi yaitu kata “Import Batam” yang berarti tas yang dijual oleh *online shop* tersebut merupakan produk yang di datangkan dari luar negeri dan saat ini berada di kota Batam. Penjual menggunakan kata

“import” untuk menarik perhatian konsumen. Kata *Import* identik dengan produk yang bagus sehingga bisa membuat konsumen ingin membeli produk tersebut.

2. Penulisan kata

Menurut Tarigan (2008: 22) Menulis ialah menuliskan atau melukiskan lambang-lambang grafik yang menggambarkan suatu bahasa yang dipahami oleh seseorang, sehingga orang-orang lain dapat

(003) Postingan dari akun *facebook* ika kosmetik

“Lagi cari softlens kece badai hits ulalaaaa yang gak bikin kantong kering??

Tanpa Minimum Order?!

Original dan Normal Minus Harga Sama..

TERLENGKAP & TERMURAH

Low Price and High Quality Sista..

Disini yahh Tempatnya

WA Admin : 085755995995

Instagram : Ferdian_softlens_center”

Pada data (003) kalimat pertama “Lagi cari softlens kece badai hits ulalaaaa yang gak bikin kantong kering??”. Kata *softlens* atau yang sering disebut dengan *soft contact lenses* merupakan jenis lensa kontak lunak terbuat dari plastik. Dalam bahasa Indonesia kata baku dari *soft lens* adalah lensa kontak. Kata *soft lens* diartikan ke dalam bahasa Indonesia memiliki arti

lensa lunak, sedangkan kata *softlens* tidak memiliki arti sehingga tetap *softlens*. Kata “kece” memiliki makna keren, menurut KBBI kata “keren” memiliki arti “tampak gagah”. Kata “kece badai” yang dimaksudkan penjual memiliki arti “bagus”, kata “kece” dalam KBBI memiliki arti “cantik”, sedangkan kata “badai” memiliki arti “ angin kencang disertai cuaca buruk”. Kata “hits ulalaaa” yang ditulis penjual merupakan bahasa gaul yang memiliki arti “barang yang dijual merupakan produk terbaru, terbaik”. Kata “yang gak bikin kantong kering” memiliki arti harga produk yang dijual harganya murah sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak uang”.

3. Istilah-Istilah Khusus

Istilah-istilah khusus adalah istilah yang pemakaiannya atau maknanya terbatas pada bidang tertentu . *Online shop* banyak menggunakan bahasa-bahasa yang unik dan istilah khusus yang hanya digunakan di *online shop*. Istilah khusus di dalam *online shop* biasanya menggunakan akronim dan singkatan. Akronim ialah singkatan yang berupa gabungan huruf awal gabungan suku kata yang diperlakukan sebagai kata.

(006) Postingan dari akun *facebook* Grosir baju anak dan dewasa RES-

simki.unpkediri.ac.id

ELLER & DROPSHIP WELLCOME
#Ready bunda celana anak harian
#Langsung dr konveksi sendiri
#harga murah meriah
Minimal Pembelian 10pc random
Blh campur model murah kok
Bahan adem,halus,dan nyaman.
Foto Yang kami upload Hanya sample
Motif,
Stok motif kami SELALU BARU&
BERUBAH.

<https://shopee.co.id/ithafashion2018>

Kirim dr Jakarta. BCA-Bri.

081296158176

<http://bit.ly/2NEQi4l>

<http://bit.ly/2NEQi4l>

<http://bit.ly/2NEQi4l>

Ongkir dcari paling termurah. insyaAllah
amanah dan aman pastinya.

Pada data (006) kalimat pertama men-
gandung istilah khusus yaitu “RES-
ELLER & DROPSHIP WELLCOME”.

Kata “*Reseller*” merupakan kata serapan
dari bahasa Inggris yang berarti “menjual
kembali”. *Reseller* adalah seseorang
yang memperoleh barang dari *supplier*
atau distributor, setelah mendapatkan
barang dalam jumlah tertentu *reseller*
baru menjual barangnya. Kata
“*Dropship*” dalam *onlineshop* berarti
seseorang yang menjualkan barang dari
supplier tanpa menyetok barang.
Dropshiper bisa langsung menjual
produk hanya dengan mengunggah
postingan produk yang ia jual di media

sosial. Pengiriman barang yang dijual
dropshiper akan dikirim oleh *supplier*.

IV. PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian
tentang “ Karakteristik Penggunaan
Bahasa Penjual *Online Shop* dalam
Media Sosial *Facebook*”. Karakteristik
Penggunaan Bahasa Penjual *Online
Shop* dalam Media Sosial *Facebook*
adalah cara berbahasa penjual *online
shop* dalam memasarkan produk yang
dijual dengan membuat tulisan-tulisan
yang unik berupa singkatan, akronim,
penggunaan campur kode, dan bahasa
gaul dengan maksud menarik perhatian
pelanggan sehingga pelanggan
berminat untuk membeli produk yang
dipasarkan.

Terdapat tiga masalah yang dikaji
dalam penelitian ini yaitu penulisan
kata, istilah-istilah khusus, dan
penggunaan diksi. Berdasarkan data
dan pembahasan dalam penelitian ini
dapat disimpulkan sebagai berikut.
Karakteristik penggunaan diksi atau
pemilihan kata yang digunakan *online
shop* yakni penggunaan kata serapan
dari bahasa Inggris, jargon, slang,
bahasa alay dan juga menggunakan
singkatan. Karena dalam memasarkan
produk penjual tidak dalam situasi

formal maka Penggunaan campur kode sering digunakan penjual dalam memilih kata untuk memasarkan produk hal tersebut bertujuan menarik minat konsumen .

Karakteristik penulisan kata yang digunakan *online shop* banyak menggunakan kata yang tidak baku. penulisan kata yang digunakan *online shop* lebih mengarah pada penggunaan bahasa gaul dan bahasa asing hal tersebut menambah ke unikan variasi bahasa. Penggunaan singkatan dan akronim juga ditemukan pada penulisan kata yang digunakan *online shop*.

B. Implikasi

Berdasarkan dari hasil penelitian karakteristik penggunaan bahasa penjual *online shop* dalam media sosial *facebook* perdagangan melalui *internet* atau sering disebut *online shop* saat ini sedang berkembang dengan pesat. Hampir semua lapisan masyarakat pernah berbelanja *online*, adanya istilah-istilah khusus, bentuk penulisan kata dan juga pemilihan kata yang digunakan oleh penjual *online shop* terkadang tidak dipahami oleh pembeli sehingga penjual *online shop* harus selektif dalam memilih kata dan menggunakan istilah khusus sehingga mudah dipahami oleh pembeli.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang karakteristik penggunaan bahasa penjual *online shop*, khususnya bagi mahasiswa maupun bagi masyarakat pada umumnya. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat dijadikan acuan bagi penelitian sejenis selanjutnya.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran dari penulis adalah sebagai berikut.

1. Fenomena kebahasaan yang digunakan penjual *online shop* tidak hanya terdapat pada media sosial *facebook*, masih banyak media sosial lain yang digunakan penjual *online shop* dalam memasarkan produk. Untuk itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji fenomena bahasa penjual *online shop* pada media sosial lain yang lebih menarik untuk diteliti.
2. Penelitian bahasa dalam media sosial tidak hanya dapat teliti dengan tinjauan sosiolinguistik, tetapi sangat dimungkinkan dikembangkan kedalam penelitian lainnya seperti pragmatik atau wacana,
3. Sesuai dengan namanya media sosial adalah media untuk mengikat pertemanan, sehingga apa yang ada dalam profil, status, dan catatan tentu akan

menjadi konsumsi publik. Untuk itu diharapkan penggunaanya dapat menerapkan bahasa yang baik, benar, dan layak dipublikasikan.

D. DAFTAR PUSTAKA

Alwi, dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Amma, dkk. 2016. *Makalah Mata Kuliah Bahasa Indonesia Singkatan Dan Akronim*. Universitas Mahaputra Muhammad Yamin

Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* 53 (1). p. 61.

Brogan, Cris. 2010. *Sosial Media 101: Tactics and Tips Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.

Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaer, Abdul. 2010. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta

Coupland, Nikolas dan Adam Jaworski. 1997. *Sosiolinguistics: A Reader and Coursebook*. England: Macmillan Press LTD.

Damanik, Florida. 2012. *Menjadi Masyarakat Informasi*. ISSN. 1412-0100 VOL 13, NO 1. Medan: STMIK Mikroskil Medan

Finoza, Lamuddin. 2006. *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.

Harimurti Kridalaksana. (1982). *Pengantar sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.

Hidayat, Taufik, 2008, *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. Jakarta: Mediakita

Hismendi, 2016. Model Interaksi Jual Beli. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Volume 15, No. 1, Feb 2016 ISSN 1693-8852. Politeknik Negeri Lhokseumawe

Holmes, Janet. 2001. *An introduction to sociolinguistics*. Edinburgh: Person Education Limited.

Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kridalaksana, H. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

Kridalaksana, H. 2010. *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

Laudon, Kenneth C, dkk, 2007, *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10 Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat.

Mdcoms. 2010. *Facebook, Twitter, Dan Plurk dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta: Andi.

P.W.J. Nababan, (1986). *Sosiolinguistik: suatu pengantar*. Jakarta: Gramedia.

Rosita, Mundianita. 2011. "Alih Kode dan Campur Kode Bahasa Jawa dalam Rapat Ibu-Ibu PKK di Kepatihan Kulon.

Surakarta: Kajian Sosiolinguistik" simki.unpkediri.ac.id

Skripsi. Jurusan sastra Daerah UNS,
Surakarta.

Sumadi. 2010. *Morfologi Bahasa Indonesia*. Malang: Universitas Negeri Malang. Sumarsono dan Paina Partana. 2012. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda.

Suyanto M, 2003, *Strategi Periklanan pada eCommerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.

Tarigan, Henry Guntur. 2008. *Menulis sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.

Utami, Djuwita. 2010. *Karakteristik Penggunaan Bahasa Pada Status Facebook*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Varmaat, Shelly Cashman. 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3*. Jakarta: Salemba Infotek.

Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Anggota IKAPI

Tekno, Kompas. "Pengguna Facebook Terbanyak ke 4 di Dunia". 02 februari 2018. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>.