

Variasi Bahasa dalam Iklan Situs Belanja Online (Shopee)

Lutfi Anjarwati, Atiqa Sabardila

Universitas Muhammadiyah Surakarta

A310180167@student.ums.ac.id, as193@ums.ac.id

Diterima : 11 Januari 2022

Direvisi : 16 Mei 2022

Diterbitkan: 31 Mei 2022

ABSTRAK: Variasi bahasa merupakan bagian dari ragam bahasa yang dipakai dalam fungsi dan situasinya, tentunya dengan kaidah-kaidah bahasa yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi bahasa gaul dan variasi bahasa asing dalam iklan situs belanja online (Shopee). Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan yakni aplikasi Shopee, dengan data berupa kata bahasa asing dan bahasa gaul. Metode pengumpulan data ialah studi dokumentasi dengan teknik baca dan teknik catat. Teknik analisis data menggunakan triangulasi data. Hasil penelitian ditemukan dua wujud variasi bahasa yakni wujud variasi bahasa asing dan wujud bahasa gaul. Dalam penelitian ditemukan 31 data dengan 11 variasi bahasa gaul dan 20 variasi bahasa asing. Variasi bahasa asing dominan penggunaan bahasa Inggris, bahasa Inggris merupakan bahasa yang mampu digunakan untuk semua orang di seluruh duni. Sedangkan, variasi bahasa gaul terdapat adanya akronim gabungan dari dua kata yang dijadikan satu menjadi sebuah kata yang lebih mudah diucapkan apalagi sering digunakan dalam kalangan remaja, dan juga adanya penghilangan vokal dari kata tersebut. Penggunaan bahasa gaul ini menjadikan strategi dari pihak Shopee untuk dapat tersampainya pesan dengan mudah ke pembeli dengan mengikuti trend yang terjadi saat ini.

Kata-kata kunci: iklan, shopee, variasi bahasa

ABSTRACT: Language variations are part of the variety of languages which are used in functions and situations, of course with the applicable language rules. This study aims to describe variations in slang and foreign language variations in online shopping site advertisements (Shopee). The method used in this research is descriptive qualitative. The data source used is the Shopee application, with data in the form of foreign language words and slang. The method of data collection is a documentation study with reading and note-taking techniques. The data analysis technique uses data triangulation. The results of the study found two forms of language variation, namely the form of foreign language variations and the form of slang. The research found 31 data with 11 variations of slang and 20 variations of foreign languages. The dominant foreign language variation is the use of English, where English is a language that can be used by everyone around the world. Meanwhile, variations in slang have a combination of two words combined into a word that is easier to pronounce, especially when it is often used among teenagers, as well as the omission of vowels from the word. The use of slang is a strategy on the part of Shopee to be able to easily convey messages to buyers by following current trends.

Key words: advertising, shopee, language variation

PENDAHULUAN

Bahasa ialah sebuah alat komunikasi yang mampu digunakan dalam interaksi antar orang dalam bermasyarakat. Dalam masyarakat biasanya terdapat kategori dari berbagai sosial dan budaya yang berbeda, dalam perbedaan tersebutlah adanya sebuah variasi dalam penggunaan bahasa saat berkomunikasi.

Dalam penelitian yang akan dilakukan di sini penulis akan berfokus pada variasi bahasa ini serupa dengan ragam bahasa yang pemakainnya mampu digunakan sesuai fungsi dan situasi dengan menggunakan kaidah-kaidah bahasa yang berlaku Ertika et al. (2019: 85). Ragam bahasa sendiri dibedakan menjadi dua yakni dari segi pemakai dan pemakaian. Untuk segi pemakai ini dapat dibedakan lagi menjadi dua yakni dialek dan idiolek Suhendar (2016: 54). Menurut Ariesta et al. (2021: 260) ada faktor yang dapat memengaruhi penggunaan bahasa, diantaranya kondisi, situasi, waktu, pembicaranya, ruang, dan pendengar yang dihadapi. Salah satunya pada fenomena banyaknya yang meninggalkan penggunaan bahasa baku.

Pada penelitian ini membahas tentang variasi bahasa yang dibedakan menjadi dua wujud yakni variasi bahasa gaul dan bahasa asing. Bahasa gaul disebut bahasa pergaulan dimana bahasa ini berdialek tidak formal yang kadang hanya mampu dipahami oleh kalangan tertentu. Penelitian ini menggunakan wujud variasi bahasa yang diteliti terdapat dalam bentuk kata-kata sebuah situs belanja online yakni Shopee. Alasan peneliti mengambil situs belanja online karena untuk saat ini salah satu media sosial yang juga disukai oleh masyarakat yakni situs belanja online. Menurut Muhammad Ari Rifqi Mubarak, Dkk (2021: 188) perdagangan elektronik ini dilakukan jual beli dengan cara menawarkan jasanya serta menginformasikannya secara elektronik.

Shopee merupakan salah satu situs belanja online yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini senada dengan pernyataan Andrean et al., (2021) yang menyatakan bahwa pada tahun 2020 di Indonesia Shopee menjadi salah satu situs yang banyak diminati adanya *Covid-19* yang mengakibatkan terbatasnya kegiatan banyak dari kalangan manusia lebih memilih belanja dengan online salah satunya Shopee. Shopee memasarkan beberapa barangnya agar banyak diketahui oleh konsumen dengan menggunakan sebuah iklan. Menurut Susanto, (2007:76) dan Ratu & Gunawan (2020:84) iklan ini merupakan komunikasi dalam sebuah perusahaan dalam melakukan pemasaran yang akan terjadinya komunikasi antar pembeli dan pemilik yang dilakukan dalam bentuk promosi. Menurut Suwandi & Septrizola (2015:76) dalam iklan terdapat faktor yang memengaruhi yakni faktor internal

yang berupa lingkungan yang berasal dari diri konsumen dan faktor eksternal yang berasal dari luar diri konsumen

Penulis pada penelitian ini tertarik pada variasi bahasa yang terdapat di iklan Shopee. Alasan menurut penulis karena iklan dalam Shopee memiliki karakter dan ciri yang sesuai dengan penelitian ini dengan dalam iklan tersebut terdapat beberapa data yang sesuai dengan kriteria fokus penelitian ini. Karena wacana dalam bahasa iklan ini terdapat karakter dan cirinya agar mampu menarik pembeli bahasa dalam iklan perlu diperhatikan karena ini aspek keberhasilan iklan tersebut.

Widya Dara Anindya (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Bentuk Kata Ragam Bahasa Gaul di Kalangan Pengguna Media Sosial Instagram”, menyatakan bahwa tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi bentuk kata ragam bahasa gaul dalam takarir kolom komentar di instgram. Dengan hasil penelitian ditemukan akronim, kontraksi, ragam walikan, abreviasi, penggunaan bahasa asing, pelepasan huruf vokal, asosiasi, bentukan kata baru kreativitas improvisasi kata asal, dan monoftongisasi,

Usnia Wati, Syamsul Rijal (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Variasi Bahasa pada Mahasiswa Perantau di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman: Kajian Sociolinguistik”, menyatakan bahwa tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan sebuah variasi bahasa serta faktor yang mampu menyebabkan variasi bahasa mahasiswa perantau pada sastra Indonesia angkatan 2014 di FIB, universitas Mulawarman. Penelitian ini menghasilkan sebuah variasi bahasa segi pemakaian, keformalan, saran, dan penutur yang disebabkan oleh faktor situasional dan sosial.

Permatasari (2013) dalam penelitiannya yang berjudul ” Abreviasi, Afiksasi, dan Reduplikasi Ragam Bahasa Remaja dalam Media Sosial Facebook”, menyatakan bahwa tujuan penelitian ini adalah menjelaskan dan menyebutkan fungsi afiksasi, reduplikasi dan abreviasi dalam ragam bahasa di media sosial facebook. Hasilnya berupa 2 pola penyingkatan, 4 pola pemenggalan, 5 pola surfixs, 3 pola reduplikaso dwilingga, dan 6 pola prefix.

Suminar (2016) dalam penelitiannya yang berjudul ” Pengaruh Bahasa Gaul terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Mahasiswa UNSGAWATI”, menyatakan bahwa tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh penggunaan bahasa gaul terhadap eksistensi bahasa Indonesia saat ini. Hasil penelitian yakni bahwa bahasa gaul ini digunakan dalam kalangan remaja yang keaneragamannya berupa bahasa yang bersifat santai. Namun alangkah baiknya tetap menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, supa bahasa Indonesia tetap terjadi dan terlestarikan.

Gunawan (2013) dalam penelitiannya yang berjudul ” Implikasi Penggunaan Bahasa Gaul terhadap Pemakaian Bahasa Indonesia di Kalangan Siswa SMAN 3 Kendari”, menyatakan bahwa tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan wujud bahasa alay siswa SMAN 3 Kendari yang berperan aktif di facebook dan implikasinya dalam pembelajaran. Hasil penelitiannya ditemukan bahwa siswa yang menggunakan bahasa gaul sangat mempengaruhi penggunaan dalam bahasa Indonesia. Yang dapat dilihat dari tanda baca khusus, penggunaan sistem morfologi tertentu dan kata sandang bahasa daerah.

Penelitian ini memiliki rumusan masalah yang berupa (1) bagaimana wujud variasi bahasa asing dalam iklan situs belanja online *Shopee*? (2) Bagaimana wujud variasi bahasa gaul dalam iklan situs belanja online *Shopee*? Dari rumusan masalah tersebut didapatkan tujuan penelitian yang berupa mendeskripsikan wujud variasi bahasa asing dan gaul dalam iklan situs belanja online *Shopee*.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Menurut Theodora (2013) penelitian kualitatif memiliki tujuan pemahaman fenomena sosial salah satunya yakni yang diuraikan tidak dalam bentuk angka tapi dengan bentuk kata. Objek penelitian yakni variasi bahasa pada iklan situs belanja online *Shopee*. Subjek penelitian yakni situs belanja online *Shopee*. Sumber data yang digunakan penelitian ini yakni iklan dalam situs belanja online (*Shopee*). Dengan data berupa kata dalam iklan. Metode pengumpulan data dengan studi dokumentasi yang menggunakan teknik pengumpulan data berupa (Sudaryanto, 2015) teknik baca dan catat metode simak (Mahsun, 2012:93) dalam (Wahyuni et al., 2018 : 14). Teknik analisis data menggunakan teknik triangulasi data yang berupa tiga alur kegiatan menurut Milles dan Hubermas (dalam Moleong 1990:15-16) dalam (Inggrid Akyuwen, Carolina Sasabone, 2020:96-97) yang pertama dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Wujud Variasi Bahasa

Pada penelitian dalam iklan situs belanja online *Shopee* ini ditemukan dua variasi bahasa dalam wujud variasi bahasa gaul dan variasi bahasa asing sebagai berikut.

A. Variasi Bahasa Gaul

Bahasa gaul ialah sesuatu yang memiliki sebuah arti tertentu, unik, khusus, bertentangan, atau menyimpang dengan pengertian yang sewajarnya saat digunakan.

Mulyana (2008) (dalam Sari, 2015: 172) bahasa gaul umumnya digunakan sebagai sarana komunikasi di antara remaja pada kelompoknya. Berikut pembahasan data yang ditemukan berupa wujud variasi bahasa gaul.

(1) Ongkir Xtra

Dalam kata Ongkir memiliki akronim gabungan kata *ongkos dan kirim*. Sedangkan untuk kata XTRA ini adanya penghilangan vokal /e/ yang seharusnya yakni EXTRA. Untuk kata XTRA sendiri sebenarnya ialah sebuah penulisan yang sengaja dibuat agar dalam iklan terlihat lebih menarik dan karena mengikuti kecenderungan bahasa yang keren saat ini.

(2) Shopee mantul sale

Dalam kata mantul memiliki akronim gabungan yakni *mantap dan betul*. Dimana untuk penjualan di Shopee saat ini sangat bagus sekali. Kata mantap betul ini sering digunakan apalagi pada kalangan remaja saat ini.

(3) Shopee murmer shoppe

Dalam kata murmer memiliki akronim gabungan ialah kata *murah dan meriah*. Sehingga, kata murmer ini merupakan sebuah harga saat ini yang sangat murah dimana disbanding dengan lainnya atau dibanding pada hari lainnya.

(4) Promo kilat

Pada kata promo yang menghilangkan vokal /s/ dan /i/ pada akhir kata yang seharusnya promosi. Dimana promosi yang memiliki arti sebuah perkenalan (dalam memajukan dagangan, usaha, dsb). Kata promo ini sering tersedia dalam iklan. Karena tujuan iklan ialah mengenalkan dagangan ataupun usahanya dalam bentuk menarik.

(5) Holla

Pada kata holla yang mengalami perubahan vokal /o/ yang seharusnya vokal /e/. perubahan vokal tersebut juga dapat dikatakan perubahan metatesis. Dimana kata holla ini ialah sapaan untuk pengguna Shopee.

(6) Tebus murah

Pada kata tebus yang merupakan seharusnya tembus. Bentuk tebus ini dalam KBBI merupakan bentuk tidak baku. Maksud tebus dalam iklan ini ialah harga barang yang sangat murah.

(7) Jambore

Dalam kata Jambore ini merupakan akronim dari jam, belanja dan hore. Pada saat ini shopee menyediakan sebuah promo yang ditentukan jamnya. Sehingga, terdapat jam

untuk belanja yang membuat pembeli senang atau diungkapkan dengan kata hore pastinya dengan banyak tawaran barang dengan harga lebih murah.

(8) Murah lebay

Pada kata lebay merupakan bahasa anak remaja yang berarti berlebihan-lebih. Sehingga dalam ini Shopee akan memberikan sebuah harga barang yang murah nya hingga berlebih-lebih.

(9) Ori

Dalam kata ori merupakan akronim dari kata original yang memiliki arti asli. Shopee disini menjamin beberapa barang yang di jual dengan ketentuannya ialah barang asli.

(10) COD

Dalam kata COD ini merupakan akronim dari Cash On Delivery yang juga dimaksud bayar saat diantar. Sehingga, shopee memberikan pilihan bentuk pembayaran yakni membayar saat barang di tempat.

(11) SMS

Dalam kata SMS ini merupakan akronim dari Shopee Mantul Sale. Untuk kata mantul yakni akronim mantap dan betul. SMS ini yakni sebuah iklan yang sangat mengiurkan yang ditawarkan oleh pihak Shopee.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hudaa & Bahtiar, 2020) ini memiliki perbedaan pada topik dengan penelitian ini. Jika pada penelitian yang dilakukannya adalah memaparkan bahasa gaul yang memiliki makna positif. Bahasa ini digunakan di media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya. kata ini digunakan oleh kategori milenial untuk berkomunikasi dan berinteraksi.

Sedangkan temuan Febrianti & Pulungan (2021) bahwa dalam menggunakan bahasa gaul diperlukan pembinaan dan pemupukan sejak dini kepada generasi muda agar mereka bangga menggunakan dan melestarikan bahasa Indonesia. Pemanfaatan pembelajaran Bahasa Indonesia berbasis ICT (*Information, Communication and Technology*) tampaknya sudah bisa kita aplikasikan di era globalisasi saat ini. Tidak lupa juga kita tanamkan pada diri anak bangsa pentingnya berbahasa Indonesia yang baik dan benar, serta mencintai bahasa nasional yang merupakan identitas bangsa kita sendiri, dan yang paling penting sikap itu dimulai dari diri kita sendiri.

B. Variasi Bahasa Asing

Bahasa asing dalam KBBI merupakan bahasa yang dikuasai oleh bangsa lain, biasanya bahasa asing tidak dianggap bahasa sendiri ketika dalam pendidikan formal dan ketika secara sosiokultural. Menurut (Oktavia & Hayati, 2020:5) bahasa asing dalam sebuah iklan lebih sering menggunakan bahasa Inggris. Karena bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional yang umumnya digunakan di seluruh dunia. Berikut pembahasan data yang ditemukan dalam wujud variasi bahasa asing.

(1) Birthday sale

Dalam kata Birthday sale dalam asal kode bahasa Indonesianya yakni *penjualan ulang tahun*. Karena ulang tahun *Shopee* maka adanya beberapa promo terbaik yang disediakan pihak *Shopee*. Ini termasuk salah satu iklan yang juga membuat banyak pembeli antusias karena banyaknya promo.

(2) Shopee brand festival

Dengan kata Shopee brand festival dalam asal kode bahasa Indonesianya yakni berarti bahwa *festival merek shopee*. Dimana ini *Shopee* sedang menyelenggarakan sebuah festival beberapa produk yang ada di *Shopee* dengan tentunya adanya sebuah keuntungan bagi pembeli ketika melakukan pembelian dalam acara ini.

(3) In shopee by shopee

Dengan kata in shopee by shopee dalam asal kode bahasa Indonesianya berarti *di shopee oleh shopee*. Ini ialah sebuah adanya sebuah penjualan yang adanya hanya di *Shopee* dan oleh *Shopee*. Dimana dengan begitu *Shopee* mengatakan bahwa pembelian di *Shopee* ini juga dari *Shopee*.

(4) Shopee luxury deals

Dengan kata Shopee luxury deals dalam asal kode bahasa Indonesianya yang berarti *promo mewah Shopee*. Untuk barang-barang yang harganya mahal pada saat ini *Shopee* menyelenggarakan tawaran lebih murah untuk barang-barang mewah tersebut dibandingkan dengan hari-hari lainnya.

(5) Cashback

Dengan kata cashback dalam asal kode bahasa Indonesianya ini berarti *uang kembali*. *Shopee* dalam hal ini memberikan layanan berupa timbal balik dengan adanya uang kembali saat melakukan pembelian produk. Cara ini digunakan *shopee* guna sebuah strategi dalam pemjualannya dengan pembeli akan membelinya kembali di lain waktu.

(6) Year end sale

Dengan kata year end sale asal kode bahasa Indonesianya yang berarti *penjualan akhir tahun*. Dalam rangka menutup akhir tahun *Shopee* menyelenggarakan berbagai tawaran

yang menggiurkan yang dapat berupa gratis ongkir kirim, potongan produk, uang lembali, dan lain sebagainya.

(7) New end sale

Dengan kata new end sale asal kode bahasa Indonesianya memiliki pengertian *penjualan tahun baru*. Chris Feng merupakan lulusan terbaik dari Universitas Singapura. Ini hampir sama dengan data (17) yakni Shopee mengadakan layanan di akhir tahun dengan berbagai tawaran kepada pembeli.

(8) Big sale

Dengan asal kode bahasa Inggris pada kata big sale asal kode bahasa Indonesianya memiliki arti *cuci gudang*, cuci gudang disini bukan berasi mencuci gudang. Akan tetapi, cuci Gudang yang memiliki arti sebuah akan adanya sebuah promo besar-besar yang diselenggarakan oleh pihak Shopee dengan puncaknya pada tanggal 12 Desember atau dibilang 12.12.

(9) Shopee brand day

Dengan kata Shopee brand day asal kode bahasa Indonesianya yang artinya *hari merek shopee*. Untuk beberapa barang bermerek yang diantaranya memiliki harga yang sangat marah, dengan diadakannya ini Shopee memberi tawaran harga turun atau harga lebih murah dengan merek-merek yang ada di Shopee tersebut.

(10) Shopee pay day

Dengan kata shopeepay day asal kode bahasa Indonesianya yang memiliki arti *hari pembayaran shopee*. Untuk pembayaran Shopee terdapat berbagai metode pembayaran salah satunya dengan Shopee pay ini. Dalam kegiatan yang di laksanakan ini Shopee mengadakan pengguna Shopee pay akan mendapat beberapa tawaran mengiurkan contohnya yang kembali dan gratis ongkir.

(11) Super serba seribu sale

Dalam super serba seribu sale yang dalam asal kode bahasa Indonesianya berarti *penjualan super serba seribu*. Untuk pelaksanaan ini ada beberapa barang yang dengan harga mahal hingga sedang menjadi harga seribu saja, namun barang ini sangat terbatas dan ditentukan dalam beberapa menit saja bahkan detik.

(12) Flash sale

Pada flash sale yang merupakan dalam asal kode bahasa Indonesianya *penjualan kilat*. Untuk ini Shopee selalu mengadakan dijam-jam tertentu, saat jam itu ada barang yang mendapat potongan sangat banyak dari harga biasanya.

(13) Shopee loyalty

Pada shopee loyalty dalam asal kode bahasa Indonesianya arti *loyalitas shopee*. Loyalitas pengguna situs belanja online ini dan pemilik sangat penting juga, dengan adanya ini maka akan juga banyak orang menggunakan situs ini dan ini sangat menguntungkan untuk situs belanja online ini.

(14) Flash voucher

Dalam kata flash voucher dalam asal kode bahasa Indonesianya berarti *voucher kilat* untuk ini yakni adanya perebutan dalam penggunaan voucher yang sangat terbatas jumlah dan waktunya untuk para pengguna situs online belanja ini.

(15) Fashion Year-End Sale

Dalam fashion year-end sale dalam asal kode bahasa Indonesianya adalah *penjualan akhir tahun mode*. Untuk penhujung tahun memang banyak yang akan ditawarkan oleh Shopee dari bentuk barang mode, kecantikan, makanan, dll.

(16) 12.12 Edition

Dalam 12.12 Edition dalam asal kode bahasa Indonesianya artinya *edisi 12.12*. Untuk penyelenggaraan ini dilakukan setiap tanggal 12 bulan Desember yang dimana ini menjadi puncak acara juga pada akhir tahun.

(17) Local brand salebration

Untuk local brand salebration yang dalam asal kode bahasa Indonesianya *penjualan merek lokal*. Shopee disini melakukan beberapa tawaran kepada pembeli tenatng merek local. Disini juga Shopee berkolaborasi dengan beberapa merek local.

(18) TV show

Dalam TV show dalam asal kode bahasa Indonesianya berarti *acara TV*. Shopee menyebarkan iklan juga dalam bentuk tayangan TV nasional atupun tidak dengan bintang tamu sangat luar biasa. Pada acara 12.12 adanya TomorrowXTogether.

(19) Shopee beauty

Pada kata Shopee beauty ini dalam asal kode bahasa Indonesianya ialah *keindahan Shopee*. Untuk ini layanan yang diberikan berupa tentang kecantikan, tentang kosmetik, ada beberapa barang yang ditawarkan disini tentukan dengan harga murah akan tetapi ini hanya berlaku dalam benda tentang kecantikan.

(20) Birthday deals

Dalam kata Birtday deals dalam asal kode bahasa Indonesianya merupakan *penawaran ulang tahun*. Pada ulang tahun Shopee yang diselenggarakan pada 12.12 atau 12

Desember ini ia menyelenggarakan penawaran beberapa barang yang terdapat di situs online ini dengan harga miring disbanding sebelumnya.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan (Mubarok, 2021) bahwa juga terdapat kata Indoglish adalah akronim dari “IndonesianEnglish”, adalah istilah yang digunakan untuk merujuk penggunaan variasi bahasa Inggris dalam nuansa yang didominasi bahasa Indonesia. Menurut (Moriyama, 2010) menyatakan bahwa ada kecenderungan masyarakat bahasa meminjam kata bahasa lain untuk memenuhi kebutuhan kata dalam bahasa mereka sendiri. Dari data yang diperoleh, terdapat 5 slogan iklan yang terdapat variasi bahasa asing Indoglish.

Sedangkan pada penelitian yang diteliti (Galuh, 2021) terdapat perbedaan bahwa dia menggunakan analisis karakteristik bahasa komunitas jual beli online di media sosial instagram merupakan penelitian yang dihasilkan dengan memanfaatkan keterangan/caption. Karakteristik penggunaan bahasa pada komunitas jual beli online di media sosial instagram berimplikasi pada bahan ajar yaitu KD 3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar, dan KD 4.4 Menyajikan gagasan, pesan dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis

Penulis dalam melakukan penelitian menemukan wujud variasi bahasa dalam iklan situs belanja online Shopee yang berupa 20 kata yang diklasifikasikan dalam bahasa asing dan 11 kata yang diklasifikasikan dalam bahasa gaul. Variasi bahasa asing dominan penggunaan bahasa Inggris yang dimana bahasa Inggris merupakan bahasa yang mampu digunakan untuk semua orang di seluruh dunia. Sedangkan, variasi bahasa gaul terdapat adanya akronim gabungan dari dua kata yang dijadikan satu menjadi sebuah kata yang lebih mudah diucapkan apalagi sering digunakan dalam kalangan remaja, dan juga adanya penghilangan vokal dari kata tersebut. Penggunaan bahasa gaul ini menjadikan strategi dari pihak Shopee untuk dapat tersampainya pesan dengan mudah ke pembeli dengan mengikuti trend yang terjadi saat ini.

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas maka dalam penelitian ini didapatkan dua wujud variasai bahasa yakni wujud variasi bahasa asing dan wujud bahasa gaul. Dalam penelitian ditemukan 24 data dengan 20 variasi bahasa asing dan 11 variasi bahasa gaul. Kategori Bahasa asing lebih banyak dalam Bahasa Inggris dimana Bahasa Inggris ini merupakan Bahasa internasional, dengan penggunaan Shopee yang juga mendunia dengan Bahasa Inggris akan juga memudahkan semua penggunanya. Sedangkan, variasi Bahasa gaul ini ditemukan dalam bentuk akronim yang berupa bentuk gabungan dari dua kata yang menjadi satu atau menjadi sebuah kata yang lebih memudahkan pengguna dalam pengucapannya, selain itu juga terdapat penghilangan vocal dalam kata yang berada dalam iklan situs belanja online Shopee.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang didapat, maka disampaikan saran sebagai berikut :

1. Untuk pembaca, diharapkan dari penelitian ini memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan dan referensi pada penelitian berikutnya khususnya dalam variasi bahasa.
2. Untuk penulis, penelitian yang telah diteliti ini dikembangkan menjadi lebih baik lagi dengan melihat penelitian-penelitian terdahulu untuk menjadikan penelitian ini lebih akurat. Sehingga, masih diperlukan penelitian yang lebih lanjut tentang variasi Bahasa dalam situs belanja online (Shopee) ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrean, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Anggraini, D., & Supriyanto, S. (2021). Keterkaitan Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi Shopee. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (SENSASI)*, 240–244.
- Ariesta, W., Lisamawati, A., Qoyyimah, N., Pendidikan, M., Indonesia, B., & Surakarta, U. M. (2021). Pergeseran Bahasa Baku : Ragam Bahasa Elitis dalam Akun Instagram Humor Recehku. *DIGLOSIA : Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 4(3), 259–274.
- Ertika, R., W, D. E. C., & Diani, I. (2019). Ragam Bahasa Gaul Kalangan Remaja di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Korpus*, 3(5), 84–91.
- Febrianti, Y. F., & Pulungan, R. (2021). Penggunaan Bahasa Gaul Terhadap Eksistensi Bahasa. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, 2(1), 43–48.
- Galuh, U. (2021). KARAKTERISTIK BAHASA KOMUNITAS JUAL BELI ONLINE. *Jurnal Diksatrasia*, 5(1), 130–145.
- Gunawan, F. (2013). Implikasi Penggunaan Bahasa Gaul terhadap Pemakaian Bahasa Indonesia di Kalangan Siswa SMAN 3 Kendari . *Al-Izzah*, 8(1), 56–72.
- Hudaa, S., & Bahtiar, A. (2020). Variasi Bahasa Kaum Milenial: Bentuk Akronim dan Palindrom dalam Media Sosial. *ESTETIK : Jurnal Bahasa Indonesia*, 3(1), 41–52. <https://doi.org/10.29240/estetik.v3i1.1470>
- Ingrid Akyuwen, Carolina Sasabone, N. T. (2020). Ragam Bahasa Gaul dalam Media Sosial Facebook Remaja Negeri Passo Kota Ambon. *Mirlam*, 1(1), 93–102.
- Moriyama, M. dan M. B. (2010). *Geliat Bahasa Selaras Zaman: Perubahan Bahasabahasa di Indonesia Pasca-Orde Baru*.
- Mubarok, M. A. R. (2021). Variasi Bahasa Slogan dalam Iklan Situs Belanja Daring Tokopedia : Kajian Sociolinguistik. *Bapala*, 8(5), 187–196.
- Oktavia, W., & Hayati, N. (2020). Pola Karakteristik Ragam Bahasa Istilah Pada Masa Pandemi Covid 19 (Coronavirus Disease 2019). *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.22515/tabasa.v1i1.2607>
- Permatasari, N. P. (2013). *Abrebiasi, Afiksasi, dan Reduplikasi Ragam Bahasa Remaja dalam Media Sosial Facebook*.
- Ratu, R. G., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Emotional Advertising Dan Environment Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Arika*, 14(02),

83–92.

- Sari, B. P. (2015). Dampak Penggunaan Bahasa Gaul di Klaangan Remaja terhadap Bahasa Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa UNIB*, 171–176.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa (Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistis)* (Issues 1–315). http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jag.2018.07.004%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41598-018-25369-w%0Ahttps://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_
- Suhendar, N. (2016). Ragam Bhasa di Kecamatan Pakisjaya Kabupaten Karawang (Kajian Sociolinguistik). *Lokabasa*, 7(1), 53–61.
- Suminar, R. P. (2016). Pengaruh Bahasa Gaul terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Mahasiswa UNSGAWATI. *Jurnal Logika*, XVIII(3), 114–119.
- Susanto, G. (2007). Pengembangan Bahan Ajar BIPA Berdasarkan Kesalahan Bahasa Indonesia. *Bahasa Dan Seni*, 35(2), 231–239.
- Suwandi, A. R., & Septrizola, W. (2015). Pengaruh Iklan Dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Brand Switching Kartu Seluler Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 4(1), 73–86.
- Theodora, N. (2013). Studi tentang Ragam Bahasa Gaul di Media Elektronik Radio pada Penyiar Memora-FM Manado. *Acta Diurna*, II(I).
- Usnia Wati, Syamsul Rijal, I. S. H. (2020). Variasi Bahasa pada Mahasiswa Perantau di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman: Kajian Sociolinguistik. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 4(1), 21–37.
- Wahyuni, S. T., Retnowaty, R., & Ratnawati, I. I. (2018). Tindak Tutur Ilokusi Pada Caption Akun Islami Di Instagram. *Jurnal Basataka (JBT)*, 1(2), 11–18. <https://doi.org/10.36277/basataka.v1i2.25>
- Widya Dara Anindya, V. N. R. (2021). Bentuk Kata Ragam Bahasa Gaul di Kalangan Pengguna Media Sosial Instagram. *Prasasti: Journal of Linguistics*, 6(1), 120–134.