

ANALISIS BAHASA INDOGLISH DALAM KOMUNIKASI JUAL BELI ONLINE DI FACEBOOK

Afifah Istiqomah, Sumarwati, dan Budhi Setiawan

Program Studi Magister Pendidikan Bahasa Indonesia FKIP Universitas Sebelas Maret

Email: afifahistiqomah@student.uns.ac.id

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan penggunaan bahasa Indoglish dalam jual beli online yang ada di market place aplikasi Facebook. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data penelitian diambil dari kutipan data-data yang ada dalam iklan media sosial Facebook. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, analisis data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik simak catat dengan pendekatan wacana sosioliinguistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa unsur-unsur kebahasaan yang dominan digunakan dalam iklan jual beli yakni frasa, klausa, dan pemakaian nomina. Secara mendalam, penelitian ini menghasilkan tiga temuan, yaitu 1) bentuk lingual dalam penulisan iklan, 2) variasi bahasa yang digunakan dalam iklan, dan 3) tujuan dan maksud dari tuturan iklan tersebut oleh si penutur yakni penjual.

Kata kunci: sosioliinguistik, bahasa Indoglish, iklan, *facebook*

PENDAHULUAN

Internet menjadi salah satu kebutuhan yang penting bagi anak-anak, remaja, dewasa bahkan sampai orang dewasa. Penelitian yang dilakukan Supratman (2018) menyebutkan bahwa penggunaan internet oleh masyarakat informasi telah melalui transformasi paradigma bagi digital native untuk melakukan aktivitas mereka tanpa batas ruang dan waktu. Internet sudah dapat dikatakan menjadi kebutuhan pokok yang tidak bias dilepaskan dari aktivitas manusia. Sebagian besar pengguna internet biasanya memanfaatkan sebagai sarana sosial media. Data hasil riset Wearesosial Hootsuite yang pada Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi.

Perkembangan penggunaan internet ini pun sejalan dengan adanya berbagai aktivitas yang di dalukan di dalam jaringa. Salah satu yang berkembang dominan adalah jual beli online melalui aplikasi market place. Siapapun pengguna internet, bebas memasarkan barang dagangan mereka sehingga melalui aplikasi. Keberadaan sosial media seperti facebook, twitter, path, instagram, sudah tidak asing lagi bagi kalangan anak-anak sampai orang dewasa. Bahkan bagi beberapa orang, mereka membuat sosial media menjadi lapak untuk berdagang melalui situs jual beli online seperti shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Jd.id dan sebagainya.

Perkembangan aspek teknologi khususnya yang berhubungan dengan media sosial tersebut sejalan juga dengan perkembangan aspek kebahasaan. Penelitian yang dilakukan Atmawati (2016) menyebutkan bahwa varian Bahasa dalam media social, melibatkan unsur-unsur bahasa asing, seperti bahasa Inggris, bahasa Arab dan bahasa nusantara, seperti bahasa Jawa, bahasa Sunda. Keragaman bahasa dalam hal ini terfokus pada situs jual beli online tersebut berbagai bentuk tuturan. Pesan dalam tuturan tersebut sering terlihat dalam bentuk bahasa Indoglish. Bahasa Indoglish sering dijumpai dalam situs-situs jual beli online. Menurut penelitian Saddhono dan Sulaksono (2018) fenomena Indoglish banyak ditemukan di media sosial dan internet karena pada awalnya pengembang aplikasi tersebut menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantarnya.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai tuturan Bahasa indoglish yang muncul dalam situs jual beli online yang akan difokuskan pada tuturan penjual. Penelitian ini dianggap menarik dikarenakan situs jual beli online itu sudah tidak asing bagi kehidupan kita sehari-hari. Berdasarkan survei Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), transaksi online melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram mencapai 66%. Posisi teratas, diduduki oleh media Facebook yang mengambil pangsa pasar hingga 43%. Hanya 16% penjual dan pembeli yang menggunakan platform marketplace dan ada 7% yang memilih menggunakan website sendiri. Tingginya angka penggunaan ini memunculkan kebiasaan baru dalam bertransaksi di dalam jaringan.

Pada penelitian oleh Samsudin (2015) meneliti tentang Peran Media Dalam Pemasarakatan Istilah Bahasa Indonesia, Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan peran media dalam memperkenalkan istilah baru bahasa Indonesia kepada masyarakat pengguna Bahasa sedangkan pada penelitian peneliti memfokuskan pada peran social media dalam situs jual beli online dalam untuk mengetahui bentuk-bentuk Bahasa indoglis yang beredar di masyarakat. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan peran media sosial sebagai objek kajiannya dan mengulas mengenai Bahasa indoglis di dalam masyarakat. Penelitian R. Kunjana Rahardi (2014) meneliti tentang Bahasa 'Indoglish' Dan 'Jawanesia' Dan Dampaknya Bagi Pemertabatan Bahasa Indonesia, dalam jurnal Kajian Linguistik dan Sastra, Vol 26, No 1. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena tentang permasalahan dua bahasa yakni 'Indoglish' dan 'Jawanesia' dalam domain pendidikan. Pendeskripsian data-data dilakukan dengan menggambarkan bentuk 'Indoglish' dan 'Jawanesia'. Penelitian ini sama-sama memfokuskan kajian pada penggunaan bahasa Indoglish. Bedanya dalam penelitian yang akan dilakukan, lebih menekankan pada aspek media sosial sebagai objeknya.

Penelitian oleh Kunjana (2014) yang terhadap penggunaan bahasa Indoglish menunjukkan gambaran fenomena 'Indoglish' dan 'Jawanesia' dalam domain pendidikan. Sementara, penelitian oleh Suryani (2014) lebih fokus menjelaskan pemanfaatan media sosial sebagai objek penelitian dan kaitannya dalam ranah komunikasi ekonomi. Hal ini penting, mengingat bahasa menjadi salah satu kunci dalam penerapan sistem ekonomi dalam media sosial.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Rakhmawati (2014) berupaya menganalisis pengenalan bahasa Indoglish yang terjadi di Universitas Indonesia, sementara pada peneliti ini menggunakan iklan jual beli online sebagai objek untuk mencari fenomena Bahasa indoglish. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian peneliti seperti yang telah dijelaskan di atas. Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menemukan dan mencocokkan bentuk tuturan dalam bahasa indoglis dalam situs jual beli online dengan melihat aspek-aspek teori sosiolinguistik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan analisis teori sosiolinguistik. Analisis sosiolinguistik berupaya menganalisis Bahasa dari sudut pandang ragam, varian, dan dialeknya. Data primer dari penelitian ini adalah kutipan dari situs jual beli online dari facebook, Data penelitian ini berupa wacana iklan yang memuat bahasa Indoglish dalam situs jual beli online. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan data. Subroto (1992:46) mengatakan klasifikasi data adalah pengaturan menurut asas tertentu. Klasifikasi data memberi arah serta gambaran mengenai langkah apa yang selanjutnya dilakukan dan dikerjakan peneliti. Pengklasifikasian data yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah mengelompokkan data berdasarkan cara penyampaian pesan iklan dan jenis tindak tutur yang dimiliki oleh wacana-wacana iklan jual beli online tersebut. Analisis data dalam penelitian ini

dengan menggunakan model pendekatan analisis isi atau analisis konten (content analysis). Analisis isi merupakan metode yang sifatnya objektif, sistematis, dan merupakan deskripsi kuantitatif atas konten manifes dari komunikasi (Berelson, dalam Krippendorff, 1980:21). Menggunakan teknik analisis isi, peneliti mampu menganalisis hal-hal didasarkan pada data-data kutipan dari temuan dalam objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Bentuk Lingual, Variasi Bahasa, dan Maksud Penuturan

Penggunaan Bahasa Indoglish merebak pada berbagai social media terutama pada penyusunan kalimat untuk iklan agar terlihat lebih menarik. Pemakaian Bahasa Indoglish ini pada umumnya terjadi pada jual beli dengan objek barang dagangan yang menyasar anak muda. Hal ini jelas sekali, mengingat banyak orang tua justru akan kebingungan jika Bahasa yang digunakan dalam iklan dengan Bahasa Inggris. Kutipan data pertama ditampilkan di bawah ini pada iklan vapor yang menyasar anak muda. Pemakaian Bahasa Indoglish terdapat pada bagian judul untuk membuat dagangan terlihat lebih menarik dan elegan. Kutipan data pertama, menunjukkan penggunaan bahasa Indoglish dalam judul iklan vapor yang ada di market place aplikasi facebook.

PAKET SIAP KEBUL NEW BATRE oten (batre OTEN + Liquid + charger eksternal 1 slot & charger usb + coil sepasang dan kapas + alat alat dll)

Kutipan di atas menunjukkan campuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang disebut dengan bahasa Indoglish dalam pemakaian judul iklan perjualan vapor. Bentuk lingual dalam kutipan data di atas terdiri dari satu klausa berupa judul yang dilanjutkan dengan tambahan produk pada kutipan data setelahnya. Dominasi penggunaan kata nomina dalam penggalan kutipan di atas menunjukkan bahwa adanya bukti penjualan sebuah produk atau barang.

Dalam frasa 'paket siap kebul' pemakaian bahasa Indonesia masih lazim digunakan sebagaimana mestinya. Namun frasa tersebut diteruskan dengan 'new batre' yang merupakan Bahasa Inggris. Data tersebut menunjukkan penggunaan Bahasa Indoglish dalam sebuah kalimat judul iklan. Ini bertujuan untuk menampilkan kesan menarik dan elegan bagi konsumen yang menjadi sasaran.

Pada kutipan lainnya, penggunaan Bahasa Indoglish menunjuk pada daftar barang-barang dagangan yang dituliskan dengan campuran Bahasa. Frasa dalam kutipan data berikutnya masih mengarah pada campuran Bahasa Indonesia dan Inggris, yang berupaya menarik pelanggan dengan menyesuaikan nama-nama produk yang sebagiaian besar dengan nama asing.

- ✂pkt kebul VGOD promech rda 250rb
- ✂ pkt kebul VGOD elite rda 250rb
- ✂pkt kebul Tesla terminator rda 250 rb
- ✂ pkt kebul vgod 2kit rda 250rb
- ✂ pkt kebul battlestar 280rb
- ✂pkt kebul istick Pico rta 250rb
- ✂ Kapas vapor authentic 10rb(1/2 meter)

Bisa Cod karisidenan Surakarta

Kutipan data di atas menunjukkan analisis pada daftar dagangan yang berupa vapor. Bentuk lingual dalam kutipan di atas menunjukkan dominasi frasa yang menggunakan nomina

pada daftar barang atau produk yang dijual. Hampir keseluruhan ditampilkan bahasa Indoglish yang digunakan dengan frasa 'pkt kebul' atau kepanjangan paket kebul. Selanjutnya, frasa yang merujuk pada barang dagangan memunculkan indikasi adanya campuran bahasa pada iklan tersebut.

Pada kutipan tersebut, diakhiri dengan kalimat bisa cod karsidenan Surakarta. Artinya, perdagangan online ini juga bisa dilakukan dengan bertemu secara langsung antara penjual dan pembelinya. Namun ini perlu diawali dengan membuat perjanjian yang disetujui oleh kedua belah pihak. Perjanjian ini disebut dengan istilah cod atau call of date, yang menjadi istilah untuk penjual dan pembeli saling bertemu. Kalimat iklan di atas diakhiri dengan kalimat 'bisa cod' yang menunjukkan penggunaan Bahasa Indoglish yakni kata 'bisa' dalam Bahasa Indonesia dan kata 'cod' dalam istilah Bahasa Inggris. Rujukan Bahasa Indoglish dalam kalimat terakhir menandakan hal-hal yang bisa dilakukan dengan bertemu secara langsung khusus bagi konsumen yang ada di dalam karisidenan Surakarta saja.

Data selanjutnya di dapatkan pada iklan vapor dalam market place yang ada di facebook. Iklan ini menggunakan fenomena Indoglish dalam sasaran yang sama yakni anak muda. Penggunaan Bahasa Indoglish lebih banyak terjadi dalam pemakaian antarkalimatnya.

✦Beli liquid gratis coil ni 80 sepasang dan kapas🔥BARBAR VAPE STORE🔥buka jam 4 sampai 12 malam✦

📍Liquid komplit, Vapor, Rda, kapas, kawat, Batre, charger, & vapor siap kebul📍

WA 087836083383 <https://maps.app.goo.gl/WtAY5> perempatan tong mojosongo solo

📍Liquid non 📍 60 ml @60 rb / 100rb dpt 2

<https://maps.app.goo.gl/WtAY5> mojosongo solo

Wa 087836083383

Kutipan iklan di atas menunjukkan penggunaan Bahasa Indoglish dalam iklan vapor di aplikasi media sosial facebook. Ragam bahasa komunikasi yang digunakan menyesuaikan sasaran yang akan dituju sebagai konsumen barang tersebut. Pada kalimat pertama 'Beli liquid gratis coil ni 80 sepasang dan kapas' masih didominasi penggunaan bahasa Indonesia, meski istilah barang yang dijual masih dengan istilah asing. Kalimat selanjutnya ragam bahasa Indonesia masih digunakan pada kalimat 'buka jam 4 sampai 12 malam'. Pemakaian bahasa Inggris dilakukan ketika menunjukkan nama toko dan barang dagangan pada kalimat selanjutnya.

📍Liquid komplit, Vapor, Rda, kapas, kawat, Batre, charger, & vapor siap kebul📍

Bisa Cod karisidenan Surakarta

085700385475 wa only fast response

Meski dominasi dalam kalimat di atas merupakan nomina, namun variasi atau ragam bahasa yang digunakan dalam istilah cukup unik. Bahasa Indoglish atau percampuran bahasa dalam kalimat di atas lebih merujuk pada benda-benda yang dijual oleh Barbar Vape Store. Istilah yang digunakan dengan bahasa Inggris sebenarnya lumrah digunakan sebagai bahasa lisan maupun bahasa tulis oleh masyarakat Indonesia dalam kehidupan sehari-harinya. Misalnya saja untuk menyebut pengisi daya, banyak yang lebih menggunakan istilah charger sebagai benda yang digunakan untuk mengisi baterai. Hal ini umum terjadi yang membuat fenomena penggunaan bahasa Indoglish dalam sistem jual beli online menjadi semakin banyak.

Data-data yang didapatkan dari hasil penelitian berasal dari media social facebook sebagai salah satu aplikasi media social yang menyediakan fasilitas jual beli di dalamnya. Hal ini

memunculkan daya tarik tersendiri bagi pengguna aplikasi ini pada umumnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada 10 data, didapatkan hasil penemuan dominan pada frasa dan klausa sebagai judul atau pemaparan kondisi dari barang yang dijual. Klausa yang ditemukan sejumlah 15, sedangkan frasa yang ditemukan sejumlah 21. Sementara, pemakaian nomina menjadi dominan karena objek penjualan berupa barang yakni vapor dan segala perlengkapannya.

Analisis yang dilakukan pada kutipan-kutipan data yang didapatkan pertama kali adalah mencari bentuk lingualnya. Didapati dominasi bentuk lingual pada beberapa penggunaan bahasa Indoglish dalam iklan vapor pada market place aplikasi facebook yakni penggunaan frasa dan klausa, serta nomina. Bentuk-bentuk lainnya sangat jarang ditemukan dan bahkan tidak ada sama sekali. Aspek analisis kedua adalah aspek variasi bahasa yang digunakan dalam penuturan iklan vapor di media social tersebut. Temuan data menunjukkan variasi bahasa jika dilihat dari segi keformalan termasuk aspek variasi bahasa santai. Ini tentu berhubungan dengan aspek analisis ketiga yakni maksud tuturan. Variasi bahasa santai dimaksudkan menarik konsumen yang menjadi sasaran penjualan barang yakni anak muda.

Dominasi klausa yang muncul dalam iklan vapor di facebook tersebut terdiri dari klausa lengkap dan klausa tidak lengkap. Sebagian klausa yang tidak menggunakan objek hanya menunjukkan kualitas barang atau produk yang dijual dengan keterangan adjektiva. Misalnya dalam kutipan Beli liquid gratis coil ni 80 sepasang dan kapas, menunjukkan klausa tidak lengkap dengan pelepasan pada konsumen. Selain itu, klausa tidak lengkap yang ditemukan dalam data, misalnya PAKET SIAP KEBUL NEW BATRE oten. Klausa ini menunjukkan judul yang dominan menggunakan nomina sebagai penunjuk barang.

Selain itu, pemakaian frasa dalam data-data yang ditemukan merujuk pada nomina atau unsur kebendaan yang dominan. Seperti pada kutipan data Liquid komplit, Vapor, Rda, kapas, kawat, Batre, charger, & vapor siap kebul, menunjukkan variasi produk yang dijualbelikan dengan penggunaan frasa dan nomina tertentu. Frasa lainnya yang ditemukan berupa himbuan atau informasi tambahan dari penjual tentang toko atau barang dagangan yang dijualnya. Selain itu, frasa yang dimunculkan berupa aturan jika akan membeli dari tokoh, misalnya pada kutipan Bisa Cod karisidenan Surakarta, 085700385475 wa only fast response. Kutipan dua frasa tersebut menunjukkan penggunaan bahasa Indoglish sebagai pesan yang biasa disampaikan dalam informasi tambahan. Maksud tuturan di atas lebih menekankan pada informasi tambahan bagi konsumen yang hendak membeli atau berminat membeli barang dagangan tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada iklan jual beli online pada aplikasi Facebook, didapatkan hasil penggunaan kata, frasa, klausa, dan kalimat yang melibatkan unsur-unsur bahasa Indoglish dalam maksud dan tujuan tertentu. Klausa dan frasa yang didapatkan dari data-data yang dihimpun cukup banyak yakni sejumlah 15 klausa, sedangkan frasa yang ditemukan sejumlah 21. Sementara unsur bahasa dominan dalam penggunaan iklan lainnya adalah nomina ditemukan sejumlah 64. Hal ini berhubungan dengan barang dagangan yang dijual di dalam aplikasi Facebook tersebut.

Analisis yang dilakukan merujuk pada aspek sosiolinguistik yakni aspek bentuk lingual bahasa, variasi bahasa, dan tujuan dari penuturan yang dalam hal ini mengarah pada aspek-aspek bahasa tulis. Variasi bahasa yang banyak digunakan dalam iklan cenderung merupakan variasi bahasa santai. Ini memberikan pengaruh pada pemakaian bahasa Indoglish untuk menunjukkan iklan terlihat lebih menarik dan persuasif. Sementara, pada tujuan dari penuturan lebih bisa ditegaskan bahwa iklan menyasar kalangan muda sehingga melibatkan campuran

bahasa atau bahasa Indoglish dalam penyampaian pesan dalam iklan. Hal ini dimaksudkan untuk menambah kesan elegan, santai dan menarik dalam iklan tersebut.

REFERENSI

- Atmawati, D. 2016 Penggunaan Bahasa Pada Media Sosial (The Use of Language in Social Media), Internatonal seminar prasasti III: Current Research in Linguistic.
- Katadata.co.id judul Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia? Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia> pada 26 Juli 2019 pukul 18.19
- Katadata.co.id judul Media Sosial, Platform Paling Banyak Digunakan saat Transaksi e-commerce diakses melalui , <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/media-sosial-platform-paling-banyak-digunakan-saat-transaksi-e-commerce> pada 26 Juli 2019 pukul 19.00
- Nababan, P. 1993. Sosisolinguistik: Suatu Pengantar. Jakarta: Gramedi Pustaka Utama.
- Rahardi. R.. 2014. Bahasa 'Indoglish' Dan 'Jawanesia' Dan Dampaknya Bagi Pemertabatan Bahasa Indonesia, dalam jurnal Kajian Linguistik dan Sastra, Vol 26, No 1
- Rakhmawati, A. Dkk. 2014. A Phenomenon Of Indoglish Usage At Universities In Indonesia: Breaking Down The Motives From Sociolinguistics Perspective. Dalam International Seminar Prasasti III: Current Reseach Linguistics
- Rohmadi, M. 2004. Pragmatik Teori dan Analisis. Yogyakarta: Lingkar Media.
- Saddhono, K & Sulaksono, D. 2018. Indoglish as Adaptation of English to Indonesia: Change of Society ub Big Cities of Indonesia. IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 126 012092
- Samsudin, D. 2015. "Peran Media Dalam Pemasyarakatan Istilah Bahasa Indonesia". Dalam Jurnal Metalingua, Vol. 13 No. 2.
- Subroto. 1992. Pengantar Metode Penelitian Linguistik Struktural. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Supratman, L. Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native, Jurnal Ilmu Komunikasi VOLUME 15, NOMOR 1, Juni 2018: 47-60
- Suryani, I. 2014. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat), Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014
- Wardaugh, R. 1986. An Introduction to Sociolinguistics. New York: Basil Blackwell.