

CHARACTERISTIC AND FUNCTIONS OF LANGUAGE IN ONLINE BUYING ON WHATSAPP MEDIA

Maulidawati¹, Nia Astuti²

Universitas Malikussaleh Aceh, Universitas Almuslim

Corresponding Author: ¹ maulidawati@unimal.ac.id

Abstract

E-commerce has several different processes compare to offline stores. For example, the use of language as the most notable differences. This study examines the characteristics and functions of language in e-commerce on WhatsApp media. This study uses descriptive qualitative method. It is considered descriptive because it aims to describe linguistic phenomena which occur in certain community groups. Data collection in this study was carried out for one month starting from October 1 until October 31, 2021. The procedure of data collection is started with the listening method, then continued to the note-taking. The results of the study indicate that the use of language in e-commerce on WhatsApp has special characteristics and certain functions. The language features found in this study are code mixing, abbreviations, familiar greetings, and special terms. The language functions found in this study are personal functions, regulatory functions, interactional functions, heuristic functions, imaginative functions, instrumental functions, and representation functions.

Keywords: *characteristics, functions, E-commerce.*

KARAKTERISTIK DAN FUNGSI BAHASA DALAM JUAL BELI ONLINE PADA MEDIA WHATSAPP

Abstrak

Jual beli *online* memiliki perbedaan dengan proses jual beli yang terjadi secara langsung. Salah satu bentuk perbedaan yang sangat menonjol adalah penggunaan bahasanya. Penelitian ini mengkaji tentang karakteristik dan fungsi bahasa dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk menggambarkan fenomena kebahasaan yang terjadi pada kelompok masyarakat tertentu. Data dalam penelitian ini dikumpulkan selama satu bulan, yaitu mulai 1 hingga 31 Oktober 2021. Pengumpulan data menggunakan metode simak, dilanjutkan dengan teknik catat. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan bahasa dalam jual beli secara *online* di media *WhatsApp* terdapat karakteristik khusus dan fungsi tertentu. Karakteristik bahasa yang ditemukan dalam penelitian ini adalah campur kode, penyingkatan, sapaan akrab, dan istilah khusus. Adapun fungsi bahasa yang ditemukan dalam penelitian ini adalah fungsi personal, fungsi regulasi, fungsi interaksional, fungsi heuristik, fungsi imajinatif, fungsi instrumental, dan fungsi representasi.

Kata Kunci: karakteristik, fungsi, jual beli, *online*.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan kemajuan di bidang pengetahuan dan teknologi semakin memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Jika dahulu seseorang membutuhkan sesuatu, seperti makanan, pakaian, maupun kebutuhan lainnya, maka orang tersebut harus pergi ke toko atau pusat perbelanjaan untuk memperolehnya. Namun, di zaman modern ini kondisi telah berubah. Untuk mendapatkan barang kebutuhan tidak perlu pergi ke toko atau pusat perbelanjaan karena aktivitas belanja dapat dilakukan dari rumah. Hal tersebut juga berbanding lurus dengan orang yang berprofesi sebagai pedagang. Para pedagang dapat lebih mudah menawarkan barang dagangannya tanpa harus menyewa toko dan menunggu pelanggan mendatangi tokonya.

Jual beli *online* adalah cara yang efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan jual beli. Menurut Alimin (2004:76) jual beli *online* merupakan perpaduan pemanfaatan media teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen atau komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, serta pelayanan dan informasi dilakukan secara elektronik. Kehadiran aplikasi dan situs jual-beli *online* memberikan kemudahan baik bagi penjual maupun pembeli untuk mencapai tujuan masing-masing. Proses transaksi jual beli *online* biasanya diawali dengan penjual menawarkan barang dagangannya dengan cara *memposting* (membagikan) gambar atau video di media sosial. Calon pembeli yang berminat dapat merespons dengan cara mengirim pesan kepada penjual tersebut. Setelah itu terjadilah interaksi antara penjual dan calon pembeli. Interaksi dapat berupa tanya-jawab mengenai kualitas barang, negosiasi harga, dan proses pengiriman barang. Kemudahan dalam jual-beli juga bisa didapatkan melalui media sosial atau aplikasi *chatting*, yang saat ini hampir semua orang memilikinya. Ada banyak aplikasi *chatting* yang digunakan untuk jual-beli *online*, salah satu yang sangat populer adalah *WhatsApp*.

WhatsApp merupakan aplikasi pengiriman pesan melalui *smartphone* dengan menggunakan jaringan internet. Pemanfaatan program *WhatsApp* sangat efektif dengan fitur-fitur pendukungnya dibanding aplikasi pesan instan lainnya. Kecepatan pesan tanpa tertunda waktu yang lama, mampu beroperasi dalam kondisi *signal* lemah, kapasitas pengiriman data teks, suara, foto dan video yang besar tanpa

gangguan iklan. Oleh karena sifat penyebarannya tersebut yang membuat *WhatsApp* menjadi salah satu media alternatif dalam memberikan informasi dan meningkatkan kinerja Miladiyah (Rahartri, 2019:151).

Anwar dan Riadi (2017:3) mendefinisikan *WhatsApp* adalah sebuah aplikasi *chatting* yang digunakan untuk mengirim berbagai macam pesan seperti teks, gambar, suara, lokasi, dan video kepada orang lain dengan menggunakan *smartphone*. Tidak hanya itu, *WhatsApp* juga menyediakan aplikasi khusus untuk bisnis, yaitu *WhatsApp Business* yang di dalamnya terdapat fitur-fitur untuk memudahkan penjual berkomunikasi dengan pelanggan.

Pada dasarnya, aktivitas jual beli merupakan interaksi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan. Namun, jual beli yang dilakukan secara *online* melalui *WhatsApp* merupakan bentuk jual beli yang tidak langsung. Peristiwa jual beli terjadi melalui media obrolan *online*. Setiap percakapan yang terjadi selama proses jual beli berlangsung disampaikan secara tertulis lewat *smartphone*. Oleh karena itu, bentuk percakapan dalam peristiwa jual beli ini digolongkan dalam bentuk interaksi tertulis. Sebagaimana terjadi pada kelompok-kelompok masyarakat tertentu, keberadaan jual-beli *online* ini juga ditandai dengan pemakaian ragam bahasa unik yang menjadi ciri khas suatu kelompok. Ragam bahasa tersebut ditandai dengan penggunaan istilah-istilah khusus yang terkait dengan bidang jual-beli khususnya jual beli *online*.

Jual beli *online* memiliki perbedaan dengan proses jual beli yang terjadi secara langsung. Salah satu bentuk perbedaan yang menonjol adalah penggunaan bahasanya. Penjual kerap memasukan kosakata dari bahasa asing selama proses jual beli berlangsung. Bahkan sepintas terlihat bahwa penggunaan bahasa selama proses transaksi didominasi oleh bahasa Inggris. Selain itu, struktur gramatikal bahasa penjual *online* ini memiliki kekhasan yang membedakannya dengan bahasa pedagang tradisional.

Mengingat pentingnya fungsi bahasa bagi masyarakat, bahasa sebagai alat komunikasi harus dapat dimengerti dan dipahami oleh masyarakat pemakainya. Menurut pandangan sosiolinguistik, diantara ciri bahasa adalah sebagai alat interaksi sosial dan alat mengidentifikasi diri (Chaer dan Agustina, 2014:15). Ketika menawarkan suatu produk atau jasa dalam jual beli *online* melalui aplikasi *WhatsApp*,

ada ciri khas bahasa yang digunakan penjual untuk membedakannya dengan situasi di luar itu. Ciri khas atau karakteristik bahasa tersebut berupa ungkapan-ungkapan atau istilah-istilah khusus dan sebagian istilah atau ungkapan tersebut hanya dipahami oleh sekelompok masyarakat tutur. Pemakaian ragam bahasa yang demikian mempunyai tujuan agar penutur dan mitra tutur menjadi lebih akrab, selain itu pembicaraan menjadi lebih menarik, komunikatif, dan santai.

Penelitian ini mengkaji tentang karakteristik dan fungsi bahasa dalam jual beli *online* pada aplikasi *chatting WhatsApp*. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena jual beli melalui media sosial kini mulai mendominasi aktivitas jual beli. Dalam proses tersebut sering ditemukan kata, istilah khusus, bentuk kata yang kreatif, atau kode-kode tertentu yang digunakan untuk promosi barang dagangan, testimoni produk, negosiasi, dan transaksi jual beli *online*. Istilah-istilah tersebut ada yang berasal dari bahasa asing, penyingkatan, bahasa asing yang disingkat, atau dapat pula berupa istilah-istilah baru yang khusus diciptakan untuk kebutuhan ini. Beberapa contoh karakteristik penggunaan bahasa dalam jual-beli *online* pada Aplikasi *Whatsap* adalah *tf (transfer)*, *ready*, *PO (pre order)*, *ongkir* (ongkos kirim), *kuy* ('yuk' dibalik), dll. Untuk mengetahui karakteristik dan fungsi bahasa yang digunakan oleh penjual dalam aktivitas jual beli *online* ini maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Hal ini dikarenakan penelitian mengenai karakteristik dan fungsi bahasa iklan dalam jual beli *online* khususnya pada aplikasi *WhatsApp* masih jarang dilakukan.

Beberapa penelitian yang relevan yaitu penelitian Devi Kusumawati dengan judul "Karakteristik Penggunaan Bahasa pada Transaksi Jual Beli di Toko *Online*: Tinjauan Sociolinguistik". Berdasarkan analisis data, diperoleh enam karakteristik penggunaan bahasa yang ditemukan pada transaksi jual beli di toko *online*, yaitu: 1) alih kode dan campur kode, 2) pelepasan afiks, 3) interferensi morfologi, 4) bentuk kependekan (singkatan, akronim, pelepasan), 5) penggunaan huruf, angka dan tanda, dan 6) penggantian tulisan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah terdapat pada sumber data. Pada penelitian Devi Kusumawati, data dikumpulkan dari beragam media *online*, tidak dibatasi pada salah satu jenis media dan setiap bentuk transaksi. Sedangkan peneliti hanya memfokuskan data dari media *WhatsApp*, khususnya pada bahasa promosi.

Selanjutnya penelitian Gusti Ayu Desma Wida Kuncoro Putri dengan judul “Variasi Bahasa dalam Transaksi Jual Beli pada Media *Online*”. Penelitian tersebut mendeskripsikan bentuk variasi bahasa yang terdapat dalam transaksi jual beli pada media *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi bahasa dalam transaksi jual beli pada *online* memiliki empat buah bentuk yakni bentuk promosi, bentuk tawar-menawar, bentuk kesepakatan, dan bentuk kepuasan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah terdapat pada objek penelitian. Pada penelitian Gusti Ayu, objek kajian berupa variasi bahasa. Sedangkan peneliti berfokus pada karakteristik bahasa jual beli *online* pada iklan di aplikasi *WhatsApp*.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Rose Junieles dan Sarifah Firda Arindita dengan judul “Karakteristik dan Fungsi Bahasa Iklan Bisnis Layanan Aplikasi *Chatting* di Youtube”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukan bahwa adanya karakteristik bahasa pada iklan bisnis aplikasi *chatting* di *Youtube* seperti karakteristik bahasa daerah, karakteristik bahasa gaul dan karakteristik bahasa asing. Adapun fungsi bahasanya seperti fungsi informasi, fungsi ekspresif, dan fungsi direktif. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah terdapat pada sumber data. Penelitian Rose dan Sarifah menggunakan aplikasi *Youtube* sebagai sumber data sedangkan peneliti mengumpulkan data dari iklan pada aplikasi *WhatsApp*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian mengenai karakteristik dan fungsi bahasa iklan dalam jual beli *online* pada aplikasi *whatsapp* ini bersifat deskriptif kualitatif karena menggambarkan fenomena kebahasaan yang terjadi pada kelompok masyarakat tertentu. Indriantoro dan Supono (2013:26) mendefinisikan penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu popularisasi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut Sukmadinata (2013:60) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran orang secara individual atau kelompok. Terdapat dua tujuan utama dari penelitian

kualitatif, yakni (1) menggambarkan dan mengungkap (*to describe and explore*), (2) menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*).

Adapun data dalam penelitian ini adalah kata, frase, ungkapan, dan kalimat yang memiliki karakteristik atau ciri khas tertentu yang hanya digunakan dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp*. Sebelum melakukan penelitian data, peneliti melakukan pengamatan yang bertujuan memilih dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber data penelitian ini adalah bahasa yang terdapat pada status atau *Whatsapp Story* para pedagang *online* dalam bentuk tulisan maupun video. Data diambil dari *Whatsapp Story* atau teks yang menyertai gambar atau video yang diunggah oleh para pedagang *online* saat mereka mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan selama satu bulan, yaitu pada 1 hingga 31 Oktober 2021. Pengumpulan data menggunakan metode simak dilanjutkan dengan teknik catat. Metode simak merupakan penyimakan penggunaan bahasa. Menyimak tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa lisan, tetapi juga bahasa tulis (Mahsun, 2011:92). Teknik simak dilakukan saat penjual *posting* barang dagangannya. Teknik simak menggunakan dua cara, yaitu simak bebas libat cakap dan simak libat cakap. Teknik simak libat cakap perlu digunakan untuk menanyakan kepada penutur mengenai maksud penggunaan bahasa yang tidak dipahami oleh peneliti. Dalam teknik simak bebas libat cakap peneliti tidak terlibat dalam dialog selama proses jual beli berlangsung, sedangkan dalam teknik simak libat cakap peneliti memperhatikan penggunaan bahasa mitra tuturnya juga ikut serta dalam pembicaraan. (Sudaryanto, 1993:133-134).

Selanjutnya teknik catat, menurut Mahsun (2011:3) teknik catat adalah teknik lanjutan yang dilakukan ketika menerapkan metode simak. Saat proses simak berlangsung, peneliti berusaha mencatat tuturan di *WhatsApp Story* para pedagang *online*. Peneliti juga menggunakan alat bantu berupa *screenshot* (tangkapan layar). Data yang belum sempat tercatat *discreenshot* dan disimpan dalam memori ponsel, serta disalin di waktu yang lain. Data yang telah dikumpulkan kemudian dipilah berdasarkan masalah yang akan diteliti dan selanjutnya dapat dianalisis.

Analisis data merupakan bagian penting dalam penelitian. Miles & Huberman (Rohmadi dan Nasucha, 2015:87-88) memaparkan bahwa teknik analisis data terdiri atas empat komponen, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

PEMBAHASAN

Dalam aktivitas jual beli melalui media internet atau *online*, bahasa mempunyai peranan sangat penting untuk mewujudkan kemajuan usaha pedagang yang akan menjual barang atau produk. Oleh karena itu, bahasa tidak hanya digunakan untuk meningkatkan daya jual di media *online*, tetapi juga digunakan sebagai alat untuk mencapai target bahkan melampaui target yang diinginkan penjual. Pada jual beli secara *online* di media *WhatsApp*, penggunaan bahasa sangat beragam. Terdapat karakteristik khusus dan fungsi tertentu yang digunakan penutur untuk melakukan iklan produk. Berikut karakteristik dan fungsi bahasa yang ditemukan dalam iklan jual beli *online* pada media *WhatsApp*.

1. Karakteristik Bahasa dalam Jual Beli *online* di Media *WhatsApp*

a) Campur Kode

Campur kode merupakan suatu aktivitas berbahasa dengan cara memasukkan kosakata bahasa tertentu ke dalam bahasa yang sedang digunakan oleh penutur. Thealander (Chaer, 2014:115) mengatakan, jika di dalam suatu peristiwa tutur terdapat klausa-klausa atau frase-frase yang digunakan terdiri dari klausa dan frase campuran (*hybrid clauses, hybrid phrases*), masing-masing klausa dan frase tidak lagi mendukung fungsi sendiri-sendiri, maka peristiwa yang terjadi ini adalah campur kode. Peristiwa tersebut sering terjadi pada bahasa iklan jual beli pada media *online WhatsApp*. Berikut data yang ditemukan dalam iklan jual beli *online* pada media *WhatsApp*.

Tabel 1. Campur Kode dalam Jual beli *Online*

| No. | Campur Kode | Keterangan |
|-----|---|--------------------------------------|
| 1. | Action yuk | Ajakan untuk bergabung menjadi mitra |
| 2. | Hari ini kita sale 2an ... | Ada diskon besar-besaran |
| 3. | Yang udah naksir langsung fix ajha ... | Pastikan |
| 4. | ... order sekarang | Pesan sekarang |
| 5. | Hari ini ready ... | Tersedia |

| | | |
|-----|--|---|
| 6. | Silahkan di order ... | Silakan pesan |
| 7. | ... free ongkir ... | Gratis ongkos kirim |
| 8. | ... free delivery se-Kota Lhokseumawe | Gratis pengantaran |
| 9. | Inovasi fresh boba terbaru ... | Minuman yang di dalamnya terdapat bola-bola menyerupai mutiara yang terbuat dari tepung tapioka |
| 10. | ... lebih sehat & juicy | Mengandung air |
| 11. | ... stok ukuran dan size pack ... | Tabel ukuran |
| 12. | Ready stok ... | Barang tersedia |
| 13. | ... bikin kamu insecure ... | Perasaan tidak tenang |
| 14. | Mudah, simple , praktis, ... | sederhana |
| 15. | Warna best seller ... | Paling laris |
| 16. | Alhamdulillah after 2 box ... | Setelah 2 kotak |
| 17. | ... mau check out ... | Menyelesaikan pembelian |
| 18. | ... stocknya terbatas | Stok/ketersediaan barang |
| 19. | Parfum cream ... | Tekstur yang lembut |
| 20. | Dan cash back ... | Uang kembalian |
| 21. | Check lokasi | Periksa lokasi |
| 22. | ter bestseller | Paling laku |
| 23. | Free tali pinggang | Gratis/dapat percuma |
| 24. | Lagi ada owner ... | Pemilik usaha |
| 25. | Memang best cust ... | Pelanggan terbaik |
| 26. | ... akan di update ... | Diperbarui |
| 27. | Silakan dishare | Dibagikan |
| 28. | Booster imun | Peningkat daya tahan tubuh |
| 29. | Jadi reminder ... | peringat |
| 30. | H-2 promo launching | terbit |
| 31. | Bisa DP setengah harga | Uang muka |
| 32. | Sebagai tools ... | Peralatan |
| 33. | Biidznillah wasilah ... | Dengan izin Allah |
| 34. | Bikin wajah glowing | Cerah |
| 35. | Harus di manage | diatur |
| 36. | Ingredients jelas | Bahan yang digunakan |
| 37. | Expired tertera | Waktu kadaluwarsa |

Tabel di atas menunjukkan adanya campur kode yang dilakukan oleh penutur, yaitu terdapat unsur bahasa asing dalam tuturan bahasa Indonesia, baik berupa kata, frasa maupun klausa. Bahasa asing yang umum digunakan oleh penutur adalah bahasa Inggris. Dalam penelitian ini ditemukan sebanyak 37 campur kode, yang terdiri atas 36 unsur bahasa Inggris dan 1 unsur bahasa Arab yang digunakan penutur ke dalam bahasa Indonesia ketika mengiklankan dan mempromosikan barang dagangannya di media *WhatsApp*. Kata-kata tersebut adalah *action, sale, fix, order, ready, order, free, delivery, fresh, juicy, size pack, ready, insecure, simple, best seller, after 2 box, check out, Characteristic and Function ...*| 213

stock, cream, cash back, check, bestseller, free, owner, best cust, update, share, booster, reminder, launching, dp, tools, biidznillah, glowing, manage, ingredients, expired.

b) Penyingkatan

Penyingkatan berasal dari kata dasar singkat yang diberi afiks pe-kan. Penyingkatan merupakan suatu proses menjadikan kata bahasa Indonesia menjadi lebih singkat atau pendek dari kata aslinya. Ada beberapa bentuk penyingkatan daam bahasa Indonesia, yaitu singkatan, akronim, kontraksi, penggalan, dan lambang huruf.

Tabel 2. Penyingkatan dalam Jual beli *Online*

| No. | Penyingkatan | Maksud | Keterangan |
|-----|-----------------------|--|------------|
| 1. | Ambil yuk bund | Bunda | Penggalan |
| 2. | ... ongkir ... | Ongkos kirim | Kontraksi |
| 3. | ... japri ... | Jalur pribadi | Kontraksi |
| 4. | uk ... | Ukuran | Penggalan |
| 5. | ... Bun | Bunda | Penggalan |
| 6. | PO | <i>Free Order</i> (Pemesanan sebelum barang tersedia) | Singkatan |
| 7. | <i>Real testi</i> | <i>Testimony</i> (pernyataan sebenarnya) | Penggalan |
| 8. | COD | <i>Cash on delivery</i> (bayar di tempat) | Singkatan |
| 9. | Gercep | Gerak cepat | Kontraksi |
| 10. | Cust ... | <i>Customer</i> (pelanggan) | Penggalan |
| 11. | DP | <i>Down Payment</i> (uang muka) | Singkatan |
| 12. | Nego | Negosiasi (tawar-menawar) | Penggalan |

Tabel di atas menunjukkan adanya bentuk-bentuk penyingkatan/pemendekan kata yang dilakukan oleh penutur. Data mengenai penyingkatan ini ditemukan sebanyak 12 penyingkatan yang terdiri dari (1) tiga bentuk singkatan, (2) enam bentuk penggalan, (3) tiga bentuk kontraksi. Sedangkan bentuk akronim dan lambang huruf tidak ditemukan dalam penelitian ini.

c) Sapaan Akrab

Sapaan merupakan bentuk ungkapan yang digunakan penutur untuk menyapa mitra tutur. Kata sapaan dalam Bahasa Indonesia sangat beragam. Dalam kegiatan jual beli sudah menjadi kebiasaan penjual yang menegur atau menyapa calon pembeli terlebih dahulu. Bentuk-bentuk sapaan tersebut bisa ditinjau dari jenis kelamin, perbedaan usia, status sosial, dll. Dalam jual beli *online* via *WhatsApp*, sapaan akrab sering digunakan penjual saat mempromosikan produk. Hal tersebut bertujuan agar menarik perhatian dan minat pembeli terhadap barang yang ditawarkan. Berikut beberapa bentuk sapaan akrab yang digunakan penjual saat mempromosikan dagangan di media *WhatsApp*.

Tabel 3. Sapaan Akrab dalam Jual beli *Online*

| No. | Sapaan Akrab | Keterangan |
|-----|--|---|
| 1. | Mak mak produk baru ... | Sapaan akrab untuk calon pembeli berstatus 'Ibu-ibu' |
| 2. | Ambil yuk bund | Sapaan akrab untuk calon pembeli berstatus 'Ibu-ibu' |
| 3. | ...130 ya Bun | Sapaan akrab untuk calon pembeli berstatus 'Ibu-ibu' |
| 4. | ... kekurangan kolagen ya kak... | Sapaan untuk calon pembeli yang usianya sedikit lebih tua |
| 5. | Ibu-ibu, teman-teman, kakak-kakak | Sapaan untuk calon pembeli dengan berbagai rantang usia |
| 6. | Cek perbedaan yah sai | Sapaan untuk calon pembeli yang seusia |
| 7. | Holaa | Halo |

Pada tabel di atas, dapat kita lihat ada beberapa bentuk sapaan yang digunakan penutur. Bentuk-bentuk sapaan tersebut beragam, ada yang merupakan sapaan dalam bahasa Indonesia, seperti Ibu, teman-teman, kakak, ada juga bentuk sapaan yang merupakan kreasi penutur yang menjadi ciri khas dalam jual beli *online*, seperti Mak, Bund, sai, holaa.

d) Istilah khusus

Sebagian dari istilah-istilah yang digunakan penjual merupakan istilah yang lazim digunakan dalam jual beli. Namun, terdapat juga istilah-istilah atau ungkapan khusus yang hanya digunakan dalam jual beli *online*. Hal tersebut bertujuan untuk menarik

perhatian calon pembeli dan menunjukkan kekhasan jual beli *online*. Berikut beberapa istilah yang digunakan penjual dalam jual beli *online* via *WhatsApp*.

Tabel 4. Istilah Khusus dalam Jual beli *Online*

| No. | Istilah khusus | Maksud |
|-----|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. | Mimin | Sapaan untuk admin |
| 2. | Combo | Paket gabungan |
| 3. | COD | Bayar di tempat |
| 4. | Cuss | Segera |
| 5. | Gercep (gerak cepat) | Ajakan untuk segera membeli |
| 6. | Sultan | Istilah untuk barang mewah |
| 7. | Margin | Keuntungan |
| 8. | Nego | Negosiasi (tawar-menawar) |
| 9. | Omset | Hasil penjualan |
| 10. | Testimoni | Pernyataan kesaksian |
| 11. | Puool | Luar biasa |
| 12. | Ngeracun | Memengaruhi |

Tabel di atas merupakan istilah-istilah khusus yang digunakan penutur dalam jual beli *online*. Istilah-istilah tersebut berasal dari bahasa asing, kata yang disingkat, dan kata-kata yang memiliki makna lain tetapi digunakan untuk menyatakan maksud tertentu. Istilah tersebut digunakan ketika mengiklankan dan mempromosikan barang dagangan melalui media *WhatsApp*.

2. Fungsi Bahasa dalam Jual Beli *online* di Media *WhatsApp*

Fungsi bahasa dalam jual beli *online* di media *WhatsApp* difokuskan pada fungsi-fungsi bahasa pada iklan jual beli *online* yang muncul pada halaman *WhatsApp story* peneliti. Beberapa fungsi bahasa dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp* adalah sebagai berikut:

1) Fungsi personal

Fungsi personal merupakan penggunaan bahasa untuk mengungkapkan pendapat, pikiran, sikap atau perasaan pemakainya. Fungsi tersebut memberi kesempatan kepada penutur untuk mengekspresikan perasaan, emosi pribadi, dan reaksi-reaksi yang mendalam. Dalam hal tersebut, bahasa yang dipakai berkomunikasi dapat menunjukkan kepribadian seseorang. Dari bahasa yang digunakan, dapat diketahui emosi seseorang yang sedang terjadi, yakni marah, jengkel, sedih, gembira, dan sebagainya. Pada penelitian ini, ditemukan fungsi personal yang merupakan ungkapan

ekspresi penjual. Berikut beberapa contoh ungkapan dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp* yang mengandung fungsi personal.

- (1) “*Allaaaahu Akbar*, malam-malam dapat kabar baik dari mitra MM.”
- (2) “*Alhamdulillah min Fadli Rabbi* kurma sukkari Qassim berangkat ke Lambaro.”

Tuturan di atas merupakan ungkapan perasaan bahagia penutur, yakni penjual. Data (1) berupa testimoni (kesaksian) dari mitra penutur yang menggunakan produk herbal yang dijual oleh penutur. Pada tuturan tersebut tampak jelas ekspresi penutur yang senang ketika mendapat kabar baik yang diungkapkan dalam ungkapan “*Allaaaahu Akbar*”. Data (2) berupa ungkapan dari penutur sendiri. Ungkapan “*Alhamdulillah min Fadli Rabbi*” merupakan ungkapan rasa syukur kepada Tuhan atas nikmat yang didapatkan yaitu produk yang ditawarkan laku terjual.

2) Fungsi regulasi

Fungsi regulasi atau pengaturan menunjuk pada penggunaan bahasa untuk mengatur dan melakukan pengawasan yang bertujuan sebagai pengendali atau kontrol bagi setiap tindakan yang dilakukan mitra tutur. Tuturan dapat berupa bentuk larangan, ancaman, peraturan, persetujuan, penolakan atau perjanjian. Berikut beberapa contoh ungkapan dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp* yang mengandung fungsi regulasi.

- (3) “Tenang...cukup pakai Leafhea Gluta Soap & Brightening Serum sehari 2x hasilnya optimal,, *insecure* pun hilang.
- (4) “Bingung cari jilbab yang tdk mudah kusut, nyaman dipakai dan mudah dibentuk, pilih FIDDINI aja, pasti kamu suka.”

Tuturan di atas merupakan ungkapan bentuk perjanjian dari penutur (penjual) terhadap mitra tutur (calon pembeli). Data (3) merupakan jaminan dari penutur kepada mitra tutur, yaitu jika menggunakan produk yang ditawarkan penutur, maka keluhan atau masalah yang dialami akan hilang. Data (4) merupakan jaminan dari penutur kepada mitra tutur, yaitu jika menggunakan produk tersebut, pembeli pasti menyukainya.

3) Fungsi interaksional

Fungsi interaksional merupakan penggunaan bahasa untuk menjalin kontak dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain. Bahasa berfungsi menjamin dan memantapkan ketahanan serta keberlangsungan komunikasi serta menjalin interaksi sosial. Misal, penggunaan kata sapaan dalam berkomunikasi. Berikut beberapa contoh ungkapan dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp* yang mengandung fungsi interaksional.

- (5) “Spesifikasi red diamond mak, yakin g tertarik..”
- (6) “Ada yang punya masalah spt ini.. bisa jadi tubuh kita kekurangan kolagen ya kak..”

Pada tuturan di atas, terdapat kata sapaan, yaitu kata “mak” pada data (5) dan kata “kak” pada data (6). Produk yang ditawarkan adalah peralatan dapur dan kosmetik. Untuk itu, sapaan yang digunakan adalah “mak” dan “kak” yang dikhususkan untuk menyapa mitra tutur (calon pembeli) yang berjenis kelamin perempuan.

4) Fungsi Heuristik

Penggunaan bahasa pada fungsi heuristik yaitu berupa pertanyaan atau permintaan penjelasan mengenai suatu hal. Hal tersebut bertujuan untuk memperoleh informasi. Fungsi tersebut sering disampaikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang menuntut jawaban. Berikut beberapa contoh ungkapan dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp* yang mengandung fungsi heuristik.

- (7) “Ada yang mau ikhtiar untuk wajahnya?? Atau wajah Ibunya??
- (8) “Ada yg punya masalah spt ini...?”

Data di atas adalah pertanyaan yang dituturkan penjual pada *WhatsApp story*. Penutur yang merupakan penjual memberikan pertanyaan kepada konsumen dan berharap mendapatkan jawaban “iya”. Selain ingin memperoleh jawaban, pertanyaan tersebut juga bermaksud agar mitra tutur membeli produk yang ditawarkan.

5) Fungsi imajinatif

Fungsi imajinatif merupakan penggunaan bahasa untuk memenuhi dan menyalurkan rasa estetis (indah) dan digunakan dalam proses penciptaan imajinasi. Bahasa berfungsi sebagai pencipta sistem, gagasan, atau kisah yang imajinatif karena mengekspresikan perasaan dalam bentuk bahasa yang indah.

- (9) “Menyetrika dengan gaya bebas tanpa terbatas kabel, bisa maju mundur, geser kanan kiri, berputar juga karena alas setrikanya yang multi arah.”
- (10) “Sensasi boba yang meletup dan lumer di mulut kini dapat Anda nikmati dengan kualitas terbaik dan harga yang terjangkau.”

Kedua data di atas menunjukkan adanya fungsi imajinatif. Pada data (9) terdapat nilai estetis yang dapat menciptakan imajinasi, yaitu “bisa maju mundur, geser kanan kiri, berputar juga”. Pada data (10) juga terdapat nilai estetis dan dapat menciptakan imajinasi mitra tutur yaitu pada “sensasi boba yang meletup dan lumer di mulut”.

6) Fungsi instrumental

Fungsi instrumental merupakan penggunaan bahasa untuk mengungkapkan keinginan atau kebutuhan pemakainya yang dapat menyebabkan terjadinya sesuatu. Fungsi instrumental dalam jual beli *online* digunakan untuk menyakinkan pembeli. Dalam hal ini, bahasa mengatur tingkah laku pendengar. Dalam konteks tersebut, bahasa tidak hanya membuat si pendengar melakukan sesuatu, tetapi pendengar juga melakukan kegiatan yang sesuai dengan yang diinginkan si pembicara. Hal tersebut dapat dilakukan penutur dengan menggunakan kalimat-kalimat yang menyatakan perintah, permohonan, imbauan, permintaan, pemberian perhatian, maupun rayuan. Berikut pernyataan yang mengandung fungsi instrumental dalam jual beli *online* pada media *WhatsApp*.

- (11) “Modal Rp 650 ribuan udah bisa jadi pengusaha. Dibimbing lagi sampai menghasilkan. Semakin cepat bergabung, insyaaAllaah semakin cepat menghasilkan. *Action yuk.*”
- (12) “wrn2 best seller dari manset Safety, dapatkan penawaran spesial utk pembelian grosir.”

Pada tuturan di atas, terdapat ungkapan yang digunakan penutur untuk menyakinkan mitra tutur. Pada data (11) kalimat “Semakin cepat bergabung, insyaaAllaah semakin cepat menghasilkan.” Penutur berusaha meyakinkan mitra tutur agar segera bergabung dengan bisnis yang ditawarkan dan ditambah dengan ajakan atau rayuan “*Action* yuk.” secara tidak langsung dapat mengatur tingkah laku mitra tutur. Selanjutnya, pada data (12) kalimat “dapatkan penawaran spesial utk pembelian grosir.” bertujuan meyakinkan mitra tutur untuk membeli produk yang ditawarkan dalam jumlah banyak atau grosir agar mendapatkan harga yang lebih murah.

7) Fungsi Representasi

Bahasa berfungsi untuk membuat pernyataan, menyampaikan fakta-fakta dan pengetahuan, menjelaskan, atau melaporkan realitas yang dilihat atau dialami orang. Apabila dilihat dari segi topik ujaran, maka bahasa berfungsi representational. Dalam hal tersebut, bahasa berfungsi sebagai alat untuk membicarakan objek atau peristiwa yang ada di sekeliling penutur atau budaya pada umumnya.

- (1) “Bismillah, open PO, kita sudah aktif kembali Kamis ini.”
- (2) “Ready kembali gamis polos dengan model terbestseller super cantik bgt.”

Tuturan di atas merupakan kalimat yang memiliki fungsi representasi. Pada data (13), penutur menyampaikan kepada mitra tutur bahwa produk yang dijual sudah dapat dipesan dan aktivitas jual beli sudah aktif kembali. Pada data (14) penutur melaporkan atau menyampaikan kepada mitra tutur bahwa salah satu produk pakaian yang terbaik sudah ada *stock* lagi dan dapat dibeli.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik dan fungsi bahasa dalam jual beli *online* pada media *Whatspp*, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat empat karakteristik bahasa yang ditemukan dalam penelitian ini, yaitu campur kode, penyingkatan, sapaan akrab, dan istilah khusus.

2. Fungsi bahasa yang ditemukan dalam penelitian ini adalah fungsi personal, fungsi regulasi, fungsi interaksional, fungsi heuristik, fungsi imajinatif, fungsi instrumental, dan fungsi representasi.

Perkembangan zaman mempengaruhi perkembangan bahasa yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat, khususnya dalam jual beli *online* melalui media *WhatsApp*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Muhamad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE
- Anwar dan Riadi. 2017. Analisis Investigasi Forensik WhatsApp Messenger Smartphone Terhadap WhatsApp Berbasis Web. *Jurnal Ilmu Teknik elektro Komputer Dan Informatika*, (Online), Volume 3, Nomor 1, Juni 2017 (<http://journal.uad.ac.id/index.php/IITEKI>, diakses 12 September 2021).
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2014. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kusumawati, Devi. 2014. Karakteristik Penggunaan Bahasa pada Transaksi Jual Beli di Toko Online: Tinjauan Sosiolinguistik. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Indriantoro, Nur., Supono, Bambang. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Junieles, Rose dan Arindita, Sarifah Firda. Karakteristik dan Fungsi Bahasa Iklan Bisnis Layanan Aplikasi *Chatting* di Youtube. *Jurnal Konfiks*. (Online), Volume 7, Nomor 1, Juli 2020 (<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/konfiks/article/view/3314/2905>, diakses 11 September 2021)
- Mahsun. 2011. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Putri, Gusti Ayu Desma Wida Kuncoro. 2018. Variasi Bahasa dalam Transaksi Jual Beli pada Media *Online*. Tesis. Mataram: Universitas Mataram.
- Rahartri. 2019. "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspipstek). *Visi Pustaka*, (Online), Volume 21, Nomor 2. Agustus 2019 (<https://ejournal.perpusnas.go.id/vp/article/view/552/pdf>, diakses September 2021)

Rohmadi, M., dan Nasucha, Y. (2015). *Dasar-dasar Penelitian Bahasa, Sastra, dan Pengajaran*. Surakarta: Pustaka Brilliant.

Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa (Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik)*. Yogyakarta: Duta Wacana University Pers.

Sukmadinata. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya