



ANALISIS GAYA BAHASA IKLAN DI SHOPEE PADA BULAN MARET

¹ Arifka Aulia Wijayanti, ² Yuyun Alfiana, ³ Salsabilla Ahwa Maghfiroh,

⁴ Setiawanda Desy Rahmawati, ⁵ Khoirunnisa

^{1,2,3,4,5}Pendidikan Guru Sekolah Dasar/ FKIP, Universitas Murria Kudus, Indonesia

¹202333064@std.umk.ac.id, ² 202333070@std.umk.ac.id, ³ 202333073@std.umk.ac.id

⁴ 202333038@std.umk.ac.id, ⁵ 202333067@std.umk.ac.id

Abstract

Language variations are part of the language spectrum used in functions and situations, of course according to applicable linguistic rules. The aim of this research is to describe variations in slang and foreign language variations in advertisements on online shopping websites (Shopee). The method used in this research is descriptive qualitative. The source of information is the Shopee application where the information is in the form of foreign language words and slang. The data collection method is documentary study using reading and note-taking techniques. The data analysis technique uses data triangulation. The research results revealed two forms of linguistic variation, namely foreign language variant forms and slang forms. During the research, 31 materials were found with 11 slang variants and 20 foreign language variants. The use of English is dominated by foreign language variants, English is a language that can be used by everyone anywhere in the world. Variations in slang include abbreviations, which are a combination of two words that are combined to make a word easier to pronounce, especially as it is often used among teenagers, and also removing vowels from the word. The use of this slang is Shopee's strategy to follow current trends in order to reach buyers easily.

Keywords: Analysis, Advertisements, Shopee, Language Variations, Style

Abstrak

Variasi bahasa merupakan bagian dari spektrum bahasa yang digunakan dalam fungsi dan situasinya, tentu saja menurut kaidah kebahasaan yang berlaku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan variasi bahasa gaul dan variasi bahasa asing pada iklan di website belanja online (Shopee). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber informasinya adalah aplikasi shopee yang informasinya berupa kata-kata bahasa asing dan bahasa gaul. Metode pengumpulan datanya adalah studi dokumenter dengan teknik baca dan catat. Teknik analisis data menggunakan triangulasi data. Hasil penelitian mengungkapkan dua bentuk variasi linguistik, yaitu bentuk varian bahasa asing dan bentuk bahasa gaul. Selama penelitian ditemukan 31 materi dengan 11 varian bahasa gaul dan 20 varian bahasa asing. Penggunaan bahasa Inggris didominasi oleh varian bahasa asing, bahasa Inggris merupakan bahasa yang dapat digunakan oleh semua orang dimanapun di dunia. Variasi bahasa gaul antara lain singkatan, yaitu gabungan dua kata yang digabungkan agar suatu kata lebih mudah diucapkan, apalagi sering digunakan di kalangan remaja, dan juga menghilangkan huruf vokal dari kata tersebut. Penggunaan bahasa gaul ini merupakan strategi Shopee untuk mengikuti trend saat ini agar dapat menjangkau pembeli dengan mudah.

Kata Kunci : Analisis, Iklan, Shopee, Variasi bahasa, Gaya

Article History:

Received yyyy-mm-dd

Revised yyyy-mm-dd

Accepted yyyy-mm-dd

DOI:

10.0021xx/educatio.vxix.xxxx

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk menyampaikan suatu tujuan atau pesan kepada orang lain. Bahasa terutama digunakan sebagai alat komunikasi, selain itu juga digunakan untuk fungsi lain (Darmuki & Hidayati, 2019). Manusia berkomunikasi satu sama lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat komunikasinya. Oleh karena itu, setiap penutur dapat menggunakan bahasa untuk mengungkapkan maksud dan tujuannya. Bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari sangat serbaguna dan juga serbaguna. Seseorang menyesuaikan informasi atau pesan dengan konteks, tujuan, dan situasi yang sesuai. Dalam menyampaikan suatu informasi atau pesan kepada orang lain, setiap pembicara mempunyai gaya dan ciri khas yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesannya. Penutur dapat menyampaikan hal tersebut melalui pernyataan yang berbeda-beda.

Beragamnya bahasa dan perbedaan ungkapan yang disampaikan menjadikan ciri-ciri bahasa. Fitur bahasa adalah hal-hal unik pada suatu bahasa. Properti bahasa bergantung pada konteks dan tujuan. Dalam bahasa yang digunakan dalam iklan, ciri kebahasaan lebih mengacu pada bahasa yang digunakan dalam iklan. Ciri-ciri bahasa yang digunakan dalam iklan biasanya lebih berkaitan dengan penggunaan bahasa asing, bahasa daerah atau bahasa gaul. Penggunaan bahasa-bahasa tersebut pasti mempunyai maksud dan tujuan tersendiri ketika disampaikan dalam iklan.

Dalam bahasa asing, bahasa tersebut digunakan dalam istilah-istilah tertentu, namun jika bahasa asing tersebut tidak digunakan maka sifat maknanya terkesan kurang atau berbeda. Selain itu, iklan media sosial menggunakan bahasa asing untuk membuat bahasa iklan itu sendiri agar lebih menarik. Apabila menggunakan bahasa daerah, maka bahasa tersebut digunakan untuk mengiklankan suatu produk kepada konsumen lokal. Selain itu, penggunaan bahasa daerah juga digunakan untuk melestarikan penggunaan bahasa daerah dan menghidupkan kembali bahasa daerah.

Lalu ketika menggunakan bahasa gaul, bahasa ini digunakan agar iklan yang ditampilkan lebih mudah dipahami, karena bahasa gaul yang digunakan akan familiar bagi banyak orang. Selain penggunaan bahasa-bahasa tersebut, bahasa periklanan umumnya bersifat informal. Kalimat-kalimat dalam iklan biasanya sederhana dan pendek. Selain itu, iklan TV berdurasi pendek (7-15 detik) dan kata-kata yang diucapkan memainkan peran yang relatif kecil karena menggabungkan kekuatan dan dampak visual dan pendengaran. Bahkan, ada juga iklan yang tidak memiliki kata-kata sama sekali atau diakhiri hanya dengan slogan.

Penggunaan bahasa memegang peranan yang sangat penting dalam menyampaikan fungsi bahasasesuai dengan konteks yang diinginkan. Fungsi bahasa sangatlah serbaguna, sehingga pemilihan bahasa yang digunakan mempengaruhi tujuan yang diinginkan sesuai dengan cara kerja bahasa itu sendiri dalam komunikasinya. Fungsi utama bahasa adalah sebagai alat komunikasi atau alat komunikasi yang hanya dimiliki oleh manusia (Chaer, 2014).

Hal ini berlaku pada bahasa yang digunakan dalam periklanan, yaitu suatu bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli untuk melakukan pemasaran dan mendeskripsikan produk yang ditawarkan dalam iklan. Bahasa periklanan juga mempunyai fungsi yaitu untuk

menarik perhatian calon pembeli agar membeli produk tersebut dan untuk meningkatkan persepsi calon pembeli terhadap produk yang diusulkan, hal ini termasuk dalam salah satu fungsi bahasa periklanan yaitu arahan. Fungsi bahasa iklan lainnya adalah fungsi informatif, fungsi pengingat, fungsi ekspresif, yang dibahas dalam fungsi bahasa iklan aplikasi belanja online di media sosial. Keanekaragaman linguistik adalah keragaman bahasa yang dihasilkan dari interaksi sosial antar masyarakat atau kelompok masyarakat yang sangat berbeda dan adanya penutur yang berbeda-beda (Chaer, 2011).

Menurut Sugono (Sugono, 1989), bahasa dapat dibedakan berdasarkan tiga kriteria, yaitu (1) medium yang digunakan, (2) latar belakang pembicara, dan (3) topik yang diangkat. Dalam penelitian ini, kami fokus pada keragaman linguistik media yang digunakan, khususnya pada iklan yang dapat disampaikan dalam media yang berbeda. Berbagai bahasa yang digunakan dalam iklan dapat disiarkan melalui media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, Twitter dll. Dan bisa juga melalui televisi atau radio. Dalam keberagaman iklan media sosial, berbagai bahasa informal digunakan untuk menarik perhatian calon pembeli, ditandai dengan perpaduan bahasa Indonesia, bahasa asing, dan bahasa gaul. Meskipun penggunaan bahasa dalam iklan bersifat informal, namun kaidah bahasa harus dipatuhi. Keragaman bahasa terkadang digunakan sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran antara produsen dan konsumen. Masyarakat khususnya remaja lebih memilih menggunakan dua bahasa secara bersamaan dan setara (Qoyyimah dan Prabawa, 2020).

Penelitian ini lebih fokus pada promosi software e-commerce di media sosial. Hal ini sangat menarik untuk dibahas lebih lanjut pada penelitian ini karena bahasa yang digunakan sangat serbaguna dan mempunyai ciri khas tersendiri yang dapat merebut hati konsumen untuk menjual suatu produk dan adanya persaingan antar produsen dalam menciptakan sesuatu, yang mana produk mereka di pasar toko online berbeda dan unik. Di era globalisasi saat ini, belanja online semakin dinikmati karena transaksi jual beli dapat dilakukan dimana saja dan harga jauh lebih menguntungkan dibandingkan membeli barang kebutuhan pokok secara langsung atau langsung (Tutik et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Isnanya, (2013) mengatakan bahwa deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan bentuk-bentuk bahasa untuk menafsirkan berbagai fungsi dan maknanya. Kajian yang diteliti berupa iklan dan slogan. Sumber data penelitian ini adalah iklan video *youtube* dan slogan dari situs belanja *online Shopee*. Informasi yang diterima berupa kata, kalimat, dan percakapan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian dokumenter dengan teknik baca dan catat. Teknik membaca dilakukan dengan membaca dan mengamati iklan dan slogan *website toko online shopee*. Teknik pencatatan dilakukan dengan mencatat bagian-bagian iklan dan slogan yang ada di *website Shopee*. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh fungsi dan makna yang terkandung dalam iklan dan slogan *website e-commerce Shopee*.

Penelitian ini dilakukan dengan mencari informasi dari televisi atau media sosial. Teknik pengumpulan data digali melalui observasi, Sejauh ini *Shopee* menasar konsumen atau pakar *e-commerce*. Tugas selanjutnya adalah menarik kesimpulan dari hasil analisis dan pengendalian agar lebih fokus. Fokus kajiannya adalah untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai

maksud dan makna pokok bahasan, serta tujuannya untuk menyaring informasi yang akan datang.

HASIL 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 mempunyai arti tertentu, unik, istimewa, kontroversial atau berbeda bila digunakan. Mulyana (2008) (Sari, 2015:172) bahasa gaul biasanya digunakan sebagai alat komunikasi antar remaja dalam suatu kelompok. Berikut ini kita bahas informasi yang ditemukan sebagai varian bahasa gaul.

(1) Ongkir Xtra

Kata Ongkir merupakan singkatan gabungan dari kata harga dan kirim. Pada saat yang sama, vokal /e/ dihilangkan dari kata XTRA, yang seharusnya EXTRA. Kata XTRA sendiri sebenarnya adalah sebuah script yang dibuat dengan tujuan agar iklan menjadi lebih menarik dan karena mengikuti trend bahasa keren yang sedang tren 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) Promo kilat

Pada kata promo yang menghilangkan bunyi /s/ dan /i/ pada akhir kata yang seharusnya menjadi iklan. Jika periklanan berarti presentasi (saat mempromosikan barang, bisnis, dll). Kata iklan ini sering terdapat dalam iklan. Karena tujuan periklanan adalah untuk menampilkan produk atau perusahaan Anda secara menarik.

(4) Murah lebay

Kata berlebihan adalah bahasa gaul remaja yang terlalu banyak. Jadi dalam hal ini, pihak shopee menawarkan harga barang yang murah atau tidak masuk akal. Lebay merupakan bahasa gaul yang artinya sesuatu yang dilakukan secara berlebihan. Murah lebay merupakan program promo yang ada dalam aplikasi Shopee. Shopee murah lebay menghadirkan berbagai macam produk dengan harga termurah dan voucher diskon Rp10.000,00.

(5) Ori

Kata ori merupakan kependekan dari original yang artinya asli. Di sini pihak shopee menjamin beberapa produk yang dijual adalah asli..

(6) COD

Pada kata COD merupakan singkatan dari kata Cash On Delivery yang juga berarti pengantaran. Oleh karena itu, Shopee menawarkan pilihan metode pembayaran yaitu pembayaran saat barang sudah ada di tempat..

(7) Garansi tepat waktu

Garansi Tepat Waktu adalah program yang diadakan oleh Shopee untuk memberikan jaminan waktu pengiriman pesanan bagi para pembeli. Jika pesanan tiba melewati tanggal Garansi Tiba (waktu pengiriman yang tertera), maka pembeli akan mendapatkan voucher kompensasi yang dapat diklaim sebelum status pesanan berubah menjadi Pesanan Selesai

(8) Promo kilat

Pada kata promo yang menghilangkan bunyi /s/ dan /i/ pada akhir kata yang seharusnya menjadi iklan. Jika periklanan berarti presentasi (saat mempromosikan barang, bisnis, dll). Kata iklan ini sering terdapat dalam iklan. Karena tujuan periklanan adalah untuk menampilkan produk atau perusahaan Anda secara menarik.

(9) *Shopee Big ramadhan Sale*

Iklan *Shopee Ramadan Sale* menggunakan variasi bahasa yang menarik dan kreatif untuk menarik perhatian audience dan meningkatkan penjualan selama bulan Ramadhan

Penelitian sebelumnya (Hudaa dan Bahtiar, 2020) mempunyai perbedaan terkait dengan penelitian ini. Jika tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan bahasa gaul, maka mempunyai makna positif. Bahasa ini digunakan di media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter* dan lain-lain. Kalangan milenial menggunakan kata ini untuk berkomunikasi dan berkomunikasi. Febrianti dan Pulungan (2021) menemukan bahwa penggunaan bahasa gaul memerlukan pembinaan dan pemupukan sejak dini pada generasi muda agar bangga menggunakan dan melestarikan bahasa Indonesia. Nampaknya di era globalisasi ini pembelajaran bahasa Indonesia sudah bisa kita manfaatkan berbasis ICT (*Information, Communication and Technology*). Kita juga tidak lupa untuk menanamkan kepada anak bangsa akan pentingnya berbahasa Indonesia dengan baik dan benar serta mencintai bahasa nasional yang merupakan identitas bangsa kita sendiri, dan yang terpenting sikap tersebut datang dari diri kita sendiri.

b. Variasi Bahasa Asing

Tabel 1. Variasi Bahasa Asing

No.	Data	Kalimat
1..	<i>Cashback</i>	Belanja hemat sekitarmu <i>cashback</i> hingga 80%
2.	<i>Flash Sale</i>	Super <i>Flash Sale</i> serba 7x seribu ratusan produk Rp. 1000
3.	<i>Trending Brands</i>	<i>Trending brands!</i> Dapatkan promo baru setiap jam 12 malam!
4.	<i>Stylish</i>	Tampil <i>stylish</i> di bulan Ramadhan dengan diskon mulai dari 50% "

5.	Super Serba Seribu Sale	Belanja hemat mulai rp.100 setiap jam 10 pagi
6.	Shopee Beauty	Shopee Beauty Sale diskon 80%
7.	Pay Day Sale	Promo Pay Day Sale

(1) *Cashback*

Data (1) Cashback artinya mendapatkan kembali uang anda Shopee menawarkan pengembalian uang virtual kepada pengguna Artinya, Shopee menawarkan pengembalian dana sebesar harga yang dibayarkan untuk penawaran tertentu melalui fitur cashback.

(2) *Flash Sale*

Data (2) flash sale berarti flash sale. Beberapa aplikasi belanja dan penjualan online, termasuk Shopee, menggunakan flash sale sebagai bentuk dukungan iklan. Flash sale adalah sistem penjualan produk yang menawarkan potongan harga dalam jangka waktu tertentu, biasanya diterapkan dalam jangka waktu singkat.

(3) *Trending Brands*

Data (3) Trending Brand artinya brand yang sedang trending Shopee menawarkan promosi baru setiap jam 12 siang untuk merek-merek yang sedang tren di Shopee Mall. Promosi yang ditawarkan terdiri dari diskon, flash promo, dan cashback dengan batas waktu yang ditentukan.

(4) *Stylish*

Data (4) Stylish artinya bergaya Shopee menawarkan pilihan toko yang menjual pakaian ibu dan anak dengan harga diskon mulai dari 50%. Kami menyediakan berbagai macam pakaian modis untuk ibu dan anak.

(5) *Super Serba Seribu Sale*

Data (5) Diskon di atas seribu yang dalam kode asli bahasa Indonesia berarti diskon di atas ribuan. Untuk implementasi ini ada beberapa produk yang harganya mahal atau terjangkau hanya seribu saja, namun produk tersebut sangat terbatas dan ditentukan hanya dalam beberapa menit bahkan detik saja.

(6) *Shopee Beauty*

Data(6) Kata shopee cantik adalah kode kecantikan asli bahasa indonesia shopee. Oleh karena itu jasa yang ditawarkan hanya untuk kecantikan, kosmetik, banyak produk yang ditawarkan disini dengan harga murah, namun itu hanya berlaku untuk produk kecantikan saja.

(7) *Pay Day Sale*

Data (7) Penawaran shopee setiap tanggal 15-30 Selama periode ini, shopee memberikan diskon spesial, produk dengan harga murah, mulai dari Rp 10.000, uang hingga poin. Diskon pun berkisar antara 10 persen hingga 90 persen. Namun, Shopee tidak menawarkan program belanja khusus, sehingga pelanggan sebaiknya rutin mengecek produk yang dicari dan memantau atau memantau notifikasi diskon secara berkala untuk mencegah diskon yang cepat dan bersifat jangka pendek.

2. Fungsi Direktif

Fungsi direktif bermaksud untuk mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu (Murtadho F. Meirisa, 2017). Fungsi direktif ini berorientasi pada penerima pesan. Bahasa digunakan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengingatkan, memerintah, memesan, mengingatkan, mengancam, dan lain-lain. Dalam fungsi direktif ini bahasa tidak hanya membuat si pendengar melakukan sesuatu, tetapi melakukan kegiatan sesuai yang diinginkan pembicara (Chaer, 2004:15).

Tabel 2. Analisis Fungsi Direktif

No	Data	Kalimat
1.	Beli Semua	Beli semua di <i>Shopee</i>
2.	Sekarang!	Khusus pengguna baru klaim hadiah gratismu, Sekarang!

(1) Beli Semua

Dalam wacana slogan shopee “Beli semuanya dari shopee”. bermaksud mengajak pembaca atau pemirsa iklan untuk menggunakan situs belanja shopee untuk kebutuhan belanjanya, karena shopee melayani segala kebutuhan konsumen. Penggunaan nada santai pada iklan Anda dengan cara yang mudah dipahami akan menambah nilai slogan iklan Anda bagi mereka yang menyukai situs belanja online. Strategi pada slogan di atas sering disebut dengan berhenti. Postingan yang tersisa dan tersisa tidak dapat mendatangkan siapa pun karena iklan dapat berbicara tentang merek dan membuat merek dikenal selamanya. Konten inilah yang menjadikan Shopee unik dalam menarik konsumen.

(2). Sekarang!

“Khusus bagi pengguna baru, Anda dapat menukarkan hadiah gratis sekarang untuk mengundang dan memperkenalkan situs e-commerce kepada konsumen yang baru bergabung dengan menawarkan hadiah menarik dan gratis. Hal ini tercermin dari kata tukarkan hadiah gratis Sekarang ini merupakan pasar yang strategis untuk meyakinkan konsumen Shopee untuk memesan toko online.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan di atas, muncul dua ragam bahasa yaitu ragam bahasa asing dan bahasa gaul dalam penelitian ini. Penelitian menemukan 16 kumpulan data 7 dengan varian bahasa asing dan 9 dengan varian bahasa gaul, selain itu terdapat 2 kata direktif. Kategori bahasa asing lebih banyak bahasa inggris, dimana bahasa inggris merupakan bahasa internasional, menggunakan *shopee* yang juga bersifat global dalam bahasa inggris, memudahkan semua pengguna. Sedangkan varian bahasa gaul ini dapat ditemukan dalam bentuk singkatan, yaitu gabungan dua kata yang menjadi satu atau satu kata yang memudahkan pengguna dalam pengucapannya, hanya saja kata-kata yang ada di situs tersebut juga merupakan kata yang sama. pengecualian vokal. iklan di toko *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugono, D. (1989). *Berbahasa Indonesia dengan benar*. Priastu.
- Darmuki, A. & Hidayati, N.A. (2019). Peningkatan Kemampuan Berbicara Menggunakan Model Kooperatif Tipe NHT pada Mahasiswa Tingkat I-A Prodi PBSI IKIP PGRI Bojonegoro Tahun Akademik 2018/2019 [The Improvement of Speaking Skill using NHT Cooperative Model at First Year Students of Indonesian Language and Literature Department]. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 6(2), 9-18.
- Tutik, A. D., Fitriani, N., & Inderasari, E. (2020). Variasi dan Fungsi Ragam Bahasa Pada Iklan dan Slogan Situs Belanja Online Shopee. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol 2(2), 137-148.
- Riyadi, dkk. (2015). "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 2.
- Riyadi, shabur, miftah dan heru, S. (2015). "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online". *Administrasi Bisnis*, 29(1), 2.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 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.
- 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 Dikstrasia*, 5(1), 130–145