

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan sosial dalam suatu masyarakat dapat memengaruhi penggunaan bahasa. Dalam proses komunikasi biasanya setiap penutur tidak terpaku pada satu ragam tertentu saja karena setiap penutur pasti akan menyesuaikan dengan faktor sosial dan situasional yang mempengaruhi pemakaian bahasa tersebut. Faktor sosial dan situasional yang memengaruhi bahasa terdiri atas status sosial, tingkat pendidikan, umur, jenis kelamin, siapa yang bicara, dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan di mana, dan mengenai masalah apa (Fishman dalam Aslinda dan Leni, 2014, hlm. 17).

Dengan adanya faktor sosial dan faktor situasional ini, akan menyebabkan munculnya variasi bahasa. Variasi bahasa adalah bentuk-bentuk bagian atau varian dalam bahasa yang masing-masing memiliki pola umum bahasa induknya (Suwito dalam Aslinda, 2014, hlm. 17). Variasi atau ragam bahasa itu dilihat sebagai akibat adanya keragaman sosial penutur bahasa dan keragaman fungsi bahasa itu, variasi bahasa ada untuk memenuhi fungsinya sebagai alat interaksi dalam kegiatan masyarakat yang beraneka ragam (Chaer dan Agustina, 2010, hlm. 62). Faktor yang menjadi adanya variasi bahasa pada penelitian ini adalah adanya campur kode, campur kode terjadi dalam suatu keadaan jika tidak ada kata atau ungkapan yang tepat untuk menggantikan bahasa yang dipakai sehingga perlu memakai kata atau ungkapan dari bahasa daerah atau bahasa asing (Nababan dalam Aslinda, 2014, hlm. 87).

Selain itu, variasi bahasa dapat terjadi atas beberapa faktor, yaitu dari segi penutur, segi pemakaian, segi keformalan, dan dari segi sarana. Chaer dan agustina (2010, hlm. 62). Variasi bahasa ini masuk dalam ruang lingkup kajian sociolinguistik, sociolinguistik lazim didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari ciri dan pelbagai variasi bahasa, serta hubungan di antara para bahasawan dengan ciri fungsi variasi itu di dalam suatu masyarakat bahasa (Kridalaksana dalam Chaer, 2010, hlm. 3). Variasi bahasa yang akan dikaji pada penelitian ini lebih di fokuskan pada variasi bahasa dari segi pemakaian di kolom komentar penilaian oleh *netizen online shop shopee*. Selain itu, akan mengkaji juga mengenai bentuk lingual, dan faktor sosial.

Bentuk lingual yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu bentuk tuturan komentar yang terdapat pada tuturan kolom komentar penilaian oleh *netizen* di *online shop shopee* yang seringkali berbentuk kata. Bentuk lingual adalah suatu bahasa yang terdiri dari kata, frasa, klausa dan kalimat (Chaer, 2007, hlm. 219-252). Adapun komentar *netizen* umumnya berwujud kata, seperti *sis*, *order*, dan sebagainya. Selain itu, tuturan komentar *netizen* dalam *online shop shopee* juga didominasi dengan abreviasi. Abreviasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tuturan komentar *netizen* di *online shop* seringkali berbentuk singkatan, akronim, kontraksi dan penggalan. Abreviasi adalah penanggalan satu atau beberapa bagian leksem atau kombinasi leksem sehingga jadilah bentuk baru yang berstatus kata (Kridalaksana, 2007, hlm. 159).

Online shop atau bisnis *online* saat ini bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang dalam kesehariannya menggunakan internet ataupun tidak. *Online Shop* merupakan suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui *display* gambar yang ada di suatu website atau toko maya.

Setelah masyarakat mengenal sistem transaksi secara *online*, tingkat pengguna layanan jual beli *online* pun semakin meningkat. Hal tersebut membuat frekuensi bisnis *online* meningkat drastis. Saat ini semakin banyak situs jual beli atau *marketplace online* yang khusus menyediakan transaksi jual beli secara *online*. Salah satunya yakni *Shopee.co.id*. Namun tentu saja tidak berbeda jauh dengan situs e-commerce lainnya, *Shopee* merupakan aplikasi belanja *online* sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya. *Shopee* dirilis pada tahun 2015 karena aplikasi ini masih terbilang baru dapat memungkinkan pengguna baru aplikasi berbasis *online* ini pun bermunculan, mulai dari pengguna lama dan pengguna baru dalam penggunaan aplikasi belanja *online*.

Komentar *netizen* dalam penelitian ini berupa ulasan pembeli dalam penilaian suatu produk di *online shop shopee*. Dalam ragam tulis penutur dan mitra tuturnya tidak berhadapan langsung. Untuk mencapai kesepahaman antara penutur dan mitra tutur kode tutur yang digunakan harus jelas. Hal ini menyebabkan kata-kata yang digunakan harus tepat agar apa yang dimaksudkan oleh penutur dapat dipahami dengan benar oleh mitra tutur.

Netizen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *online shop*. Pengguna aplikasi *online shop* ini pun datang dari berbagai kalangan sehingga bahasa yang digunakan bervariasi. Perbedaan variasi bahasa di sini bukanlah yang berkenaan dengan isi pembicaraan,

melainkan dalam bidang morfologi, sintaksis, dan juga kosakata. Berdasarkan pendidikan kita juga bisa melihat adanya variasi sosial. Para penutur yang beruntung memperoleh pendidikan tinggi, akan berbeda variasi bahasanya dengan mereka yang hanya berpendidikan menengah, rendah, atau yang tidak berpendidikan sama sekali (Chaer dan Agustina, 2010, hlm. 65). Keterkaitan antara bahasa dengan pikiran juga terletak pada asumsi bahwa bahasa mempengaruhi cara pandang manusia serta mempengaruhi pemikiran individu pemakai bahasa itu. Contoh data variasi bahasa pada kolom komentar penilaian di aplikasi *online shop shopee* oleh akun *destasumarwati*:

“Gak kecewa belanja disini barang nya real pict sama kaya yg di gambar .. bahan nya bagus konsumen suka .. makasihh sis”

Pada pemakaian bahasa yang digunakan terlihat variasi bahasa dari segi pemakaian yaitu ragam bahasa jual beli *online*. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kata *real pict* yang berasal dari bahasa inggris. Kata *real pict* cukup sering digunakan oleh *netizen* dalam jual beli *online*. Kata *real pict* bermakna “gambar asli” jadi barang yang di jual sesuai dengan yang ada di gambar. Bentuk lingual yang terdapat pada tuturan di atas berupa frasa pada kata *real pict*. Selain itu, penggunaan bahasa yang digunakan pada data di atas dapat dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan kata yang digunakan oleh *netizen*, pada penggunaan kata *sis*. Penggunaan kata *sis* biasanya dipakai oleh kalangan sesama wanita, dalam jual beli online sebutan *sis* digunakan untuk mengakrabkan diri antara penjual dan pembeli. Selain itu, kata *sis* ini merupakan penggalan dari kata *sister* dan agar terkesan lebih sopan biasanya antara penjual dan pembeli menggunakan kata *sis*.

Selain itu, penelitian lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) dengan judul register penjualan *online shop* dalam media sosial *instagram*. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, bentuk register penjual *online shop* dalam media sosial *instagram* dapat dikategorikan berdasarkan proses pembentukan kata dan frase. Adapun Penelitian lain oleh Furri (2014) dengan judul register jual beli online pada aplikasi *blackberry messenger*. Hasil dari penelitian ini mengacu pada ragam santai yang digunakan selama proses jual beli berlangsung menyebabkan tuturan penjual dan pembeli didominasi oleh afiksasi, abreviasi, kalimat elips, dan campur kode.

Terdapat juga penelitian dari segi campur kode dalam transaksi jual beli pada media *online shop* di singaraja dan denpasar oleh Annisa, Suandi, dan Indriani (2016) dengan judul campur kode dalam transaksi jual beli pada media *online shop* di singaraja dan denpasar. Hasil dari penelitian ini menemukan campur kode yang meliputi (1) jenis campur kode yang terdapat dalam transaksi jual beli pada media *online shop* di Singaraja dan Denpasar, (2) bentuk campur kode yang terdapat dalam transaksi jual beli pada media *online shop* di Singaraja dan Denpasar. Selanjutnya dari segi variasi bahasa pada tayangan *kick andy* dalam episode “ngelmu sampai mati” oleh Rahmawati dan Sumarlam (2016). Hasil dari penelitian ini mendeskripsikan bahwa wujud variasi bahasa dalam tayangan ini terdiri dari variasi dari segi keformalan, penutur, penggunaan, dan sarana.

Adapun Penelitian lain oleh Noorahim (2018) dengan judul register jual beli *online* pada aplikasi media sosial. Hasil dari penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut. Pertama, proses morfologis yang ditemukan proses morfologis yang meliputi; (1) afiksasi, (2) reduplikasi, (3) komposisi, dan (4) abreviasi. Kedua, struktur sintaksis yang ditemukan berupa kalimat elipsis dengan pelepasan subjek, predikat serta subjek dan predikat. Ketiga, wujud variasi stilistik yang ditemukan meliputi; (1) campur kode, (2) interferensi, dan (3) penggunaan ragam santai.

Penelitian ini difokuskan pada variasi bahasa segi pemakaian, bentuk lingual, dan faktor sosial yang ada pada kolom komentar penilaian dan penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya. Selain itu, struktur gramatikal tuturan penjual dan pembeli pun memiliki kekhasan yang dapat membedakannya dengan tuturan jual beli lainnya, yaitu didominasi oleh abreviasi. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai variasi bahasa melalui kajian sosiolinguistik untuk mengungkap variasi bahasa yang digunakan pada aplikasi *online shop shopee*.

1.2 Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Identifikasi masalah dari penelitian ini diuraikan seperti di bawah ini.

- 1) Bahasa dalam *online shop* memiliki variasi tersendiri sehingga dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda.
- 2) *Online shop shopee* memiliki karakteristik tersendiri yang mengakibatkan masyarakat tertarik untuk berbelanja.

1.2.2 Batasan Masalah Penelitian

Dari pembatasan masalah di atas, penelitian ini akan dibatasi pada hal-hal berikut ini.

- 1) Penelitian ini akan difokuskan pada bentuk lingual komentar *netizen* dalam *online shop shopee*.

Silvana Evsa Putri, 2018

VARIASI BAHASA KOMENTAR NETIZEN DALAM ONLINE SHOP SHOPEE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 2) Karakteristik variasi bahasa komentar *netizen* dalam *online shop shopee* berdasarkan segi pemakaiannya.
- 3) Faktor sosial yang mempengaruhi variasi bahasa komentar *netizen* dalam *online shop shopee*.

1.2.3 Rumusan Masalah Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada berbagai karakteristik variasi bahasa yang digunakan pada jual beli *online*. Masalah tersebut dapat dijabarkan ke dalam rumusan masalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana bentuk lingual dalam komentar *netizen* dalam *online shop shopee*?
- 2) Bagaimana karakteristik variasi bahasa komentar *netizen* dalam *online shop shopee* berdasarkan segi pemakaiannya?
- 3) Bagaimana faktor sosial yang mempengaruhi variasi bahasa komentar *netizen* dalam *online shop shopee*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan hal-hal berikut.

- 1) Mendeskripsikan bentuk lingual dalam komentar *netizen* dalam *online shop shopee* berdasarkan aspek penuturnya.
- 2) Menjelaskan karakteristik variasi bahasa komentar *netizen* dalam *online shop shopee* berdasarkan segi pemakaiannya.
- 3) Mengungkapkan faktor sosial yang mempengaruhi variasi bahasa komentar *netizen* dalam *online shop shopee*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Manfaat penelitian ini secara teoretis diharapkan dapat memberikan sumbangan analisis bagi perkembangan disiplin ilmu sosiolinguistik, khususnya mengenai variasi bahasa dalam kehidupan sehari-hari.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi Masyarakat, diharapkan dapat membantu pembaca untuk memahami kata-kata yang digunakan dalam transaksi jual beli *online*, termasuk pembaca yang ingin mencoba melakukan transaksi jual atau beli pada media apapun.
- 2) Bagi Pemilik *Online Shop*, diharapkan dapat menjadi evaluasi komunikasi dalam transaksi jual beli *online*.
- 3) Bagi Pembeli, diharapkan dapat membantu proses komunikasi dalam transaksi jual beli *online*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian berisi rincian urutan dari setiap bab dan sub bab dalam skripsi, mulai dari Bab I sampai Bab V. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Pada Bab I diuraikan latar belakang munculnya permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Bab II landasan teoretis dan penelitian terdahulu. Selanjutnya, pada Bab III dijelaskan metode penelitian yang meliputi, data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Pada Bab IV dibahas temuan dan analisis data pada variasi bahasa, bentuk lingual, dan faktor sosial yang ada dalam komunikasi di *online shop shopee*. Adapun Bab V terdiri atas simpulan dan rekomendasi.