

SKRIPSI
PENGUNAAN BAHASA SLANG
DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI BARANG *ONLINE* DI *SHOPEE*:
KAJIAN SOSIOLINGUISTIK



Oleh
ALEX VERDIANSYAH MALIK
NIM 121711133074

PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022



SKRIPSI
PENGUNAAN BAHASA SLANG
DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI BARANG *ONLINE* DI *SHOPEE*:
KAJIAN SOSIOLINGUISTIK



Oleh
ALEX VERDIANSYAH MALIK
NIM 121711133074

PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022

**PENGUNAAN BAHASA SLANG DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI
BARANG *ONLINE* DI *SHOPEE*: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK**
SKRIPSI

Oleh
ALEX VERDIANSYAH MALIK
NIM 121711133074

PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022

PENGUNAAN BAHASA SLANG
DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI BELI BARANG *ONLINE* DI *SHOPEE*
SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi
Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga

Oleh
ALEX VERDIANSYAH MALIK
NIM 121711133074

PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

03 Februari 2022

Oleh
Pembimbing Skripsi

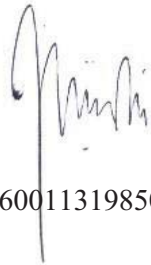
Dr. Dra. Sri Wiryanti Budi Utami, M. Si.,



NIP. 195805201986012001

Mengetahui,
Ketua Departemen Bahasa Dan Sastra Indonesia

Dr. Adi Setijowati, Dra., M.Hum.



NIP. 196001131985032002

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

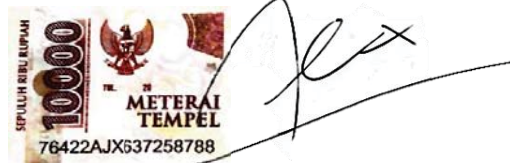
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini adalah karya tulis saya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Airlangga maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni hasil gagasan, penelitian, dan tulisan saya se
3. Karya tulis ini bukan karya jiplakan, dan di dalamnya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Surabaya, 03 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



ALEX VERDIANSYAH M.

NIM 121711133074

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penggunaan Bahasa Slang Pada Kegiatan Transaksi Jual-Beli

Barang *Online* Di *Shopee*: Kajian Sociolinguistik

Nama : Alex Verdiansyah Malik

NIM : 121711133074

Departemen : Bahasa dan Sastra Indonesia

Telah disetujui untuk diajukan pada tanggal 03 Februari 2022 oleh:

Pembimbing Skripsi

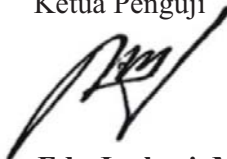


Dr. Dra. Sri Wiryanti Budi Utami, M. Si.,

NIP. 195805201986012001

Dan telah berhasil dipertahankan di Surabaya pada tanggal 04 bulan Maret tahun 2022 di hadapan Dewan Penguji:

Ketua Penguji



Dr. Drs. Edy Jauhari, M. Hum

NIP. 196310011992031001

Anggota I



Dr. Dra. Sri Wiryanti Budi Utami, M. Si.

NIP. 195805201986012001

Anggota II

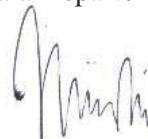


Dra. Dwi Handayani, M. Hum

NIP. 196702161992032001

Mengetahui,

Kepala Departemen



Dr. Adi Setijowati, M. Hum

NIP. 196001131985032002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Umi, Abah, Keluarga, dan Sahabat-sahabat saya

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penggunaan Bahasa Slang Pada Transaksi Jual-Beli Barang *Online*: Kajian Sociolinguistik” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga.

Skripsi ini meneliti penggunaan bahasa Slang yang terjadi dalam kegiatan jual-beli barang *Online* yang dilakukan oleh para pengguna toko *Online* sebagai alat komunikasi. Penelitian ini menggunakan kajian sociolinguistik untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan bahasa slang yang merupakan fenomena dalam toko *Online*.

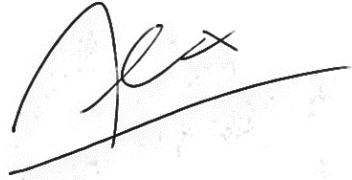
Penyelesaian skripsi didukung oleh berbagai pihak sehingga peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Purnawan Basundoro, selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga;
2. Dra. Adi Setijowati, M. Hum., selaku ketua program studi Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga;
3. Dr. Dra. Sri Wiryanti Budi Utami, M. Si., selaku dosen pembimbing skripsi;
4. Mochtar Lutfi S.S., M.Hum., selaku dosen wali;
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Budaya, terutama program studi Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga;
6. Kedua orang tua beserta keluarga;
7. Para responden yang telah berpartisipasi;
8. Irwina, Grandis, Aidil;

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran sangat diharapkan.

Surabaya, 03 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Alex', with a long horizontal stroke extending to the right.

Alex Verdiansyah Malik

NIM 121711133074

MOTTO

Lakukan apa yang menurutmu benar

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Operasionalisasi Konsep	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Sosiolinguistik.....	12
2.1.2 Semantik.....	16
2.1.2.1 Makna Ideasional	16
2.1.2.2 Makna Referensial	17
2.1.3 Bahasa Slang	18
2.1.3.1 Tujuan Bahasa Slang.....	19
2.1.3.2 Jenis Bahasa Slang	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Sumber Data.....	20
3.2 Metode Pengumpulan Data	20
3.3 Metode Analisis Data.....	21
3.4 Penyajian Hasil Penelitian.....	21
BAB IV PEMBAHASAN	22

4.1	Bahasa Slang Dalam Komunikasi Toko <i>Online</i>	22
4.1.1	Bentuk Campuran Bahasa Indonesia dan Inggris Toko <i>Online</i>	22
4.1.2	Arti Bentuk Campuran Bahasa Indonesia dan Inggris Toko <i>Online</i>	23
4.1.3	Bentuk Bahasa Slang Dalam Panggilan.....	31
4.1.4	Bentuk Bahasa Slang Dalam Singkatan.....	31
4.2	Makna Ideasional Bahasa Slang Toko <i>Online</i>	35
4.2.1	Makna Ideasional Bahasa Slang Dalam Penggunaan Panggilan.....	36
4.2.2	Makna Ideasional Bahasa Slang Dalam Penggunaan Singkatan.....	38
4.3	Makna Referensial Bahasa Slang Toko <i>Online</i>	41
4.3.1	Makna Referensial Bahasa Slang Dalam Penggunaan Panggilan	49
4.3.2	Makna Referensial Bahasa Slang Dalam Penggunaan Singkatan	49
4.3.3	Makna Referensial Bahasa Slang Dalam Penggunaan Sebutan	51
4.4	Fungsi Makna Ideasional Dan Makna Referensial Bahasa Slang.....	52
4.4.1	Fungsi Makna Ideasional	52
4.4.2	Fungsi Makna Referensial.....	52
4.5	Asal Bahasa Slang Toko <i>Online</i> Berdasarkan Pengguna...	56
4.6	Alasan Bahasa Slang Toko <i>Online</i> Berdasarkan Pengguna	59
4.7	Tujuan Bahasa Slang Toko <i>Online</i> Berdasarkan Pengguna	62
4.8	Faktor Lingkungan Sosial	65
4.9	Faktor Media Sosial	66
BAB V	PENUTUP	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA	71
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	73

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Penggunaan Bahasa Slang Dalam Transaksi Jual-Beli Barang *Online*: Kajian Sociolinguistik” bertujuan untuk menjelaskan bentuk penggunaan, makna ideasional, dan makna referensial yang terdapat dalam komunikasi pada saat melakukan kegiatan-jual beli barang secara *online*. Tujuan penelitian ini dilandaskan oleh fenomena penggunaan bahasa slang dalam toko *online* dengan merujuk kepada masalah penggunaan dan makna. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang merupakan metode yang menjelaskan secara deskriptif berdasarkan fenomena. Landasan teori yang digunakan pada penelitian ini meliputi sociolinguistik, semantik, makna, dan bahasa slang. Temuan yang pertama diperoleh dalam penelitian ini adalah bentuk penggunaan bahasa slang dalam komunikasi jual-beli barang di toko *online* yang berisi bahasa campuran Indonesia dan Inggris dalam bentuk panggilan, singkatan, dan sebutan. Temuan kedua yaitu makna ideasional dan makna referensial yang terdapat dalam komunikasi bahasa slang di toko *online*. Temuan ketiga yaitu faktor-faktor yang mendukung para penggunanya dalam penggunaan bahasa slang yaitu faktor lingkungan sosial dan faktor media sosial.

Kata kunci: Penggunaan Bahasa, Slang, Transaksi Jual-Beli, Barang *Online*, Sociolinguistik