

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Toko *Online* di zaman modern saat ini berperan besar bagi manusia. Toko *Online* membantu para pembeli dan para penjual untuk mendapat keuntungan satu sama lain. Dari aspek pembeli, mereka tidak perlu mencari toko fisik yang menyediakan barang yang dibutuhkan oleh pembeli. Pembeli hanya cukup mencari barang tersebut di toko *Online* menggunakan mesin telusur yang disediakan oleh toko *Online*. Dari aspek penjual, mereka dapat menyebarluaskan produk atau jasa yang dijual secara virtual melalui toko *Online*. Dan juga, apabila penjual tidak mempunyai toko fisik, mereka dapat mempunyai toko secara virtual melalui toko *Online*. Toko *Online* sangat banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan penjualan atau pembelian barang karena sistem penggunaannya yang mudah. Dari sistem perbelanjaan hingga pembayaran yang memberi berbagai pilihan yang memudahkan pengguna toko *Online* dalam bertransaksi. Toko *Online* mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan toko *Online* adalah sistem pencarian barang yang mudah dan pilihan yang bervariasi serta sistem pembayaran yang memberikan banyak pilihan metode pembayaran. Pembeli tidak lagi diperlukan untuk melakukan perjalanan menuju toko yang hendak digunakan untuk membeli barang. Toko *Online* juga mempermudah para penggunanya dengan cara menyediakan toko dari berbagai kota atau pulau. Dari sisi penjual, hal tersebut mempermudah ekspansi toko supaya dapat dilihat oleh para pembeli dari berbagai tempat yang dekat hingga tempat yang jauh. Dari sisi pembeli, hal tersebut memudahkan para pembeli untuk menemukan

barang yang diinginkan apabila barang tersebut tidak tersedia di wilayah pembeli melainkan barang yang diinginkan tersebut berada di wilayah lain. Toko *Online* juga mempermudah para penggunanya dalam metode pembayarannya. Metode pembayaran yang mudah tersebut digunakan untuk mempermudah para pembeli apabila seorang pembeli tidak memiliki metode pembayaran yang direkomendasikan, maka pembeli tersebut dapat memilih metode pembayaran lain seperti melalui ATM, Indomaret, Alfamart, atau menggunakan aplikasi pembayaran digital seperti OVO dan DANA. Toko *Online* juga menyediakan berbagai pilihan dalam sistem pengiriman paket untuk para pembeli seperti JNE, J&T, SiCepat dan ekspedisi lainnya. Toko *Online* memberikan kebebasan untuk para penggunanya dalam bertransaksi jual-beli barang *Online* dari berbagai hal seperti pilihan barang yang jaraknya dekat hingga jauh, metode pembayaran dan metode pengiriman yang beragam.

Kekurangan toko *Online* adalah pembeli hanya dapat melihat gambar yang disediakan oleh penjual. Kemudian, kekurangan lainnya adalah dapat terjadi penipuan kepada pembeli seperti misalkan seorang pembeli membeli sendok di toko *Online*, tapi ternyata yang datang hanyalah kardus kosong. Hal tersebut merugikan pembeli dan mengakibatkan trauma untuk membeli barang. Akan tetapi, dengan bantuan ulasan produk dari para pembeli sebelumnya, hal yang tidak diinginkan seperti penipuan dapat dicegah dan para pembeli dapat lebih bijak dalam mengamati sebelum membeli sebuah barang di toko *Online*.

Shopee adalah salah satu toko *online* terbesar di Indonesia yang memiliki banyak pengguna baik dari penjual dan pembeli. Menurut iPrice, Shopee masih menguasai jumlah pengikut di Instagram sepanjang tahun 2020. Kemudian di kuartal keempat, jumlah pengikut instagram Shopee mencapai 7,1 juta, sementara

Tokopedia memiliki jumlah pengikut Twitter terbanyak dibanding *e-commerce* lainnya. Pada kuartal ketiga, Tokopedia mengungguli BliBli yang sebelumnya berada di posisi pertama dalam jumlah pengikut di media sosial Twitter.

Shopee mempunyai banyak pengguna dan dengan banyaknya pengguna, mereka memiliki bahasa sendiri dalam berkomunikasi. Komunikasi tersebut dilakukan melalui pesan langsung kepada pengguna lain, atau dilakukan pada kolom komentar halaman penjualan. Bahasa yang mereka gunakan terindikasi menggunakan bahasa campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bahasa tersebut diduga berasal dari beberapa pengguna, kemudian para pengguna lain mengikuti bahasa tersebut dan menjadi sebuah budaya dalam berkomunikasi di toko *Online*. Contoh bahasa yang mereka gunakan adalah sebagai berikut:

1. (Pembeli kepada penjual): “Apakah barangnya *ready*?”
2. (Penjual kepada pembeli): “Barang siap di*order*”
2. (Deskripsi penjual pada barang): “Barang *pre-order*”

Contoh bahasa tersebut merupakan campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Penjelasan contoh ke-1 merupakan pertanyaan apakah barang tersebut tersedia atau tidak. Penjelasan contoh ke-2 merupakan pernyataan bahwa barang siap dipesan. Dan penjelasan contoh ke-3 merupakan keterangan barang bahwa barang tersebut bersifat pra-pesan yang artinya pembeli harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan barang yang dipesan. Kedua contoh tersebut merupakan bahasa 2 bahasa yang sebenarnya dapat disampaikan melalui 1 saja. Kemudian terdapat sebutan nama kepada pembeli dan penjual. Sebutan nama pembeli dari sisi penjualan dapat berupa “kak” atau “gan”. Sebutan nama penjual dari sisi pembeli dapat berupa “min” atau “gan”. Dari sisi pembeli, Kata “kak” merupakan kata dari

“kakak” dan kata “gan” merupakan kata dari “juragan”. Dari sisi penjual, kata “min” merupakan kata dari “admin” dan kata “gan” juga merupakan kata dari “juragan”. Komunikasi dengan kata tersebut tidak terikat oleh aturan apapun. Terkadang pembeli menyebut penjual “kak” atau “gan”. Dan terkadang penjual menyebut pembeli “kak” atau “gan”. Dan terkadang, pembeli dan penjual memanggil satu sama lain dengan “kak” atau “gan”. Akan tetapi, kata “min” hanya berlaku pada penjual karena kata “admin” lebih menunjukkan kepada sisi penjual yang terkait dengan administrasi penjualan.

Bahasa yang digunakan dalam toko *Online* dapat disebut dengan bahasa slang. Bahasa slang adalah bahasa yang digunakan oleh sebuah kelompok. Bahasa yang digunakan dalam toko *Online* dapat disebut bahasa slang dikarenakan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dalam sebuah tempat tertentu. Yaitu, toko *Online*. Para pengguna baru mungkin akan mengalami kebingungan dalam memahami komunikasi yang terjadi di kolom komentar atau berkomunikasi dengan penjual. Akan tetapi, semakin lama pengguna baru tersebut menggunakan toko *Online*, maka akan terbiasa dengan cara berkomunikasi di toko *Online*. Pengetahuan bahasa tersebut dapat berupa bertanya kepada kerabat atau dapat dipahami tanpa disadari.

Penelitian ini mencari makna atau arti pada bahasa slang yang terjadi dalam komunikasi kegiatan jual-beli barang *Online* sehingga dapat memahami asal bahasa, alasan bahasa tersebut digunakan, dampak dan berbagai hal yang berkaitan dengan fenomena pada penelitian. Sociolinguistik merupakan alat kajian yang tepat untuk meneliti permasalahan yang terdapat pada fenomena bahasa karena mempelajari bahasa melalui interaksi di dalam masyarakat yang merupakan bukti nyata dari fenomena tersebut. Berbagai aspek dari bidang sociolinguistik digunakan

untuk meneliti fenomena bahasa. Variasi bahasa merupakan bagian pada penelitian ini karena bahasa yang digunakan oleh para pengguna toko *Online* terkesan memiliki variasi dalam berbahasa meskipun hanya tergolong dalam 1 jenis bahasa yaitu bahasa slang, namun variasi yang dimaksud adalah kata-kata baru yang terus muncul seiring waktu berjalan. Fenomena penggunaan bahasa slang dalam komunikasi kegiatan jual-beli *Online* dapat tersebar luas meskipun hanya berbentuk tulisan yang kemudian para pengguna lain mengikuti dan menerapkan bahasa tersebut sebagai bahasa yang lazim digunakan untuk berkomunikasi di dalam toko *Online* karena mereka merasa nyaman ketika menggunakan bahasa yang digunakan oleh lingkungan yang berada disekitarnya.

Alat komunikasi yang berupa pesan bentuk tulis ditujukan kepada para penggunanya dalam melakukan interaksi seperti kegiatan jual-beli yang dilakukan antara pembeli dan penjual. Dan dari hal tersebut, para pengguna memiliki kebebasan dalam berbahasa karena toko *Online* tidak memiliki bahasa yang dijadikan sebagai standar dalam berkomunikasi sehingga mereka menggunakan bahasa slang. Selain dari aspek kebahasaan, manfaat yang dapat diambil dari sistem komunikasi berupa pesan adalah kedua belah pihak dapat berkirim gambar mengenai produk yang didiskusikan supaya dapat mengetahui kondisi barang atau hal lain yang dibutuhkan dalam melakukan interaksi tersebut. Kemudian, pesan tertulis dapat disimpan sebagai riwayat dalam bertransaksi. Jadi, apabila seorang pembeli mengalami masalah dengan seorang penjual, riwayat tersebut dapat dijadikan sebagai bukti untuk menjadi bagian dari penyelesaian masalah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk penggunaan bahasa slang pada kegiatan jual-beli barang *online* di *Shopee*?
2. Bagaimana makna penggunaan bahasa slang dalam komunikasi toko *online* *Shopee*?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui makna ideasional yang terdapat pada bahasa slang yang digunakan dalam jual-beli *online* di *Shopee*.
2. Untuk mengetahui alasan penggunaan bahasa slang yang digunakan dalam jual-beli *online* di *Shopee*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ilmu sociolinguistik yang terdapat dalam jual-beli barang *Online* di *Shopee*.

1. Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan analisis kebahasaan bagi perkembangan disiplin ilmu sociolinguistik dalam kehidupan sehari-hari.
2. Dapat meningkatkan hasil belajar mahasiswa/i untuk menemukan pengetahuan dan pengembangan wawasan, meningkatkan kemampuan menganalisis kebahasaan melalui kajian sociolinguistik.

1.5 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan penjelasan terhadap gambaran pada penelitian agar mendapatkan pengertian yang lebih tepat mengenai fenomena penggunaan bahasa slang dalam komunikasi jual-beli barang di toko *online*. Sehingga dapat memiliki pemahaman yang lebih jelas mengenai fenomena tersebut. Berikut istilah yang perlu dijelaskan:

Penggunaan bahasa merupakan bahasa yang digunakan oleh para pengguna toko *online* antara penjual dan pembeli dalam melakukan kegiatan jual-beli barang.

Slang adalah bahasa bersifat informal yang digunakan oleh para pengguna toko *online* untuk berkomunikasi dalam kegiatan jual-beli barang.

Transaksi Jual-Beli Barang *Online* merupakan kegiatan jual-beli barang antara seorang penjual dan pembeli yang bersifat virtual dan hanya dapat diakses melalui jaringan internet.

Shopee merupakan salah satu toko *online* di Indonesia yang para penggunanya menggunakan bahasa slang sebagai alat untuk berkomunikasi dalam melakukan kegiatan jual-beli barang secara *online*.

Sosiolinguistik adalah kajian yang sesuai dengan penelitian karena fenomena penggunaan bahasa slang di toko *online* merupakan sebuah variasi kebahasaan yang terjadi dalam masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi 5 bab. Pembahasan kelima bab yang telah disebutkan sesuai dengan proses penyelesaian dalam permasalahan pada penelitian. Bab-bab tersebut yaitu:

BAB 1 merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan landasan teori.

BAB 2 merupakan gambaran umum objek penelitian mengenai pengertian, tujuan, dan jenis dari bahasa slang.

BAB 3 merupakan metode penelitian yang memuat sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, metode penyajian hasil analisis penelitian, operasionalisasi konsep, dan sistematika penulisan.

BAB 4 merupakan pembahasan yang memuat analisis data dan interpretasi data sehingga dapat memecahkan permasalahan yang terdapat pada penelitian penggunaan bahasa slang dalam komunikasi kegiatan jual-beli barang di toko *online*.

BAB 5 merupakan kesimpulan dari seluruh elemen pembahasan terhadap penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dapat diberikan terhadap penelitian.