



**Variasi Bahasa dalam Jual Beli Online Marketplace Tiktok
sebagai Bahan Ajar Menulis Iklan**

Meisy Triyesha¹, Herdiana², Sri Mulyani³

^{1,2,3}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Galuh, Indonesia
mtriyesha@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi bahasa dalam jual beli *online marketplace* tiktok serta potensinya sebagai pengembangan bahan ajar menulis teks iklan. Akun jual beli *online marketplace* tiktok yaitu *skintific_id*, *sajodo snacks & foods*, dan *jiniso.id*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa teknik catat dan dokumentasi terhadap gambar kata atau kalimat pada kolom komentar akun jual beli *online*. Hasil penelitian variasi bahasa dalam jual beli *online marketplace* tiktok terdapat variasi bahasa dari segi penutur yaitu idiolek, dialek, kronolek, sosiolek yang terdiri dari akrolek, basilek, vulgar, slang, kolokial, dan jargon. Berdasarkan temuan tersebut, variasi bahasa dalam jual beli *online marketplace* tiktok dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar alternatif yang bervariasi dalam menulis teks iklan serta terhubung dengan fenomena dan kehidupan nyata. Pemanfaatan media populer seperti aplikasi tiktok dapat meningkatkan daya tarik pembelajaran dan pemahaman siswa terhadap fenomena sosial yang ditunjukkan dengan variasi bahasa.

Kata Kunci: Variasi Bahasa; Jual beli online; Tiktok; Bahan ajar; Teks iklan;

Abstract

This study aims to describe language variations in online buying and selling on the TikTok marketplace and its potential as a basis for developing teaching materials for writing advertisement texts. The TikTok marketplace accounts analyzed in this study are skintific_id, sajodo snacks & foods, and jiniso.id. This research employs a descriptive qualitative method with data collection techniques in the form of note-taking and documentation of words or sentences found in the comment sections of online marketplace accounts. The findings show that language variations in the online buying and selling on the TikTok marketplace include speaker-based variations such as idiolect, dialect, chronolect, and sociolect, which consist of acrolect, basilect, vulgar language, slang, colloquial expressions, and jargon. Based on these findings, language variations in the TikTok marketplace can be utilized as alternative teaching materials for writing advertisement texts, providing diverse examples connected to real-life phenomena. The use of popular media such as the TikTok app can increase student engagement in learning and enhance their understanding of social phenomena reflected through language variation.

Keywords: Language variation; Online buying and selling; TikTok; Teaching material; Advertisement text.

Pendahuluan

Bahasa merupakan alat interaksi sosial atau alat komunikasi manusia. Manusia merupakan makhluk sosial yang harus berkomunikasi atau berinteraksi dengan sesamanya dalam memenuhi kebutuhan hidup. Setiap komunikasi manusia saling menyampaikan informasi yang dapat berupa pikiran, gagasan, maksud, dan perasaan, maupun emosi secara langsung. Manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri tanpa berkomunikasi dengan orang lain.

Bahasa sebagai alat komunikasi meliputi kata, kumpulan kata, klausa dan kalimat yang diinginkan secara lisan maupun tulisan. Bahasa akan terus berkembang dari zaman ke zaman mengikuti perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Modernisasi mempengaruhi munculnya banyak bahasa baru. Perkembangan bahasa baru ini dipicu oleh berkembangnya teknologi khususnya di bidang media, baik melalui media massa maupun media sosial.

Media sosial berkembang dengan pesat di dasari karena kini semua orang dapat memiliki dan menggunakan media komunikasi sendiri. Media komunikasi seperti *Handphone* yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun sesuai keinginan pemiliknya menjadi faktor media sosial dapat di akses kapan saja dan dimana saja. Media komunikasi media sosial juga banyak diminati oleh khalayak umum karena dapat memberikan tontonan hiburan dan memenuhi kebutuhan hidup lainnya. Seiring berkembangnya zaman perkembangan teknologi digital khususnya media sosial membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat melakukan transaksi jual beli.

Salah satu platform yang semakin populer sebagai tempat jual beli online adalah tiktok, melalui fitur tiktok shop. Menurut Rosiyana dkk (2021:371) “TikTok Shop sangat populer di kalangan pelaku bisnis e-commerce dan pelanggan yang sering berbelanja online, karena aplikasi ini menyediakan tampilan yang menarik dan mudah digunakan untuk pemasaran produk dan pembelian produk”. TikTok memiliki peran positif sebagai media pemasaran digital untuk mempengaruhi keputusan pembelian oleh seorang pelanggan. TikTok kini tidak hanya menjadi media hiburan tetapi juga menjadi platform marketplace yang inovatif, memanfaatkan pendekatan visual dan interaktif untuk menarik konsumen. Media sosial seperti TikTok dalam pemasaran digital, menawarkan kesempatan unik untuk membangun hubungan interaktif dengan audiens serta mendapatkan umpan balik yang berharga. Usaha membangun hubungannya dengan audiens para *e-commerce* akan memerhatikan penggunaan bahasa dalam pemasaran digital. Bahasa yang digunakan akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau hanya melewati pemasaran. Berdasarkan pengaruh bahasa tersebut munculah bahasa dari segi penutur, yaitu penjual yang seringkali menggunakan variasi bahasa yang khas untuk menarik perhatian calon pembeli, menjelaskan produk, dan meyakinkan pelanggan.

Setiap kegiatan atau individu penutur yang berbeda-beda menyebabkan keberagaman bahasa. Banyaknya penutur dan wilayah jangkauannya menyebabkan bertambahnya keragaman bahasa yang muncul. Chaer dan Agustina (2010:62) menyebutkan “Variasi bahasa itu terjadi sebagai akibat dari adanya keragaman sosial dan keragaman fungsi bahasa”. Artinya variasi bahasa dapat terjadi karena penutur bahasa yang tidak homogen, baik dari etnis, status sosial maupun lapangan pekerjaannya.

Keragaman bahasa pada interaksi jual beli online menyatakan bahwa penutur di media sosial heterogen dan menjalin interaksi sosial yang beragam dalam dunia maya. Variasi bahasa yang terjadi dalam jalinan interaksi jual beli online didasari oleh komunitas sekitar seperti halnya kelompok-kelompok pedagang yang satu dengan yang lainnya. Kelompok-kelompok pedagang itu terkadang menggunakan bahasa yang berbeda-beda meskipun dalam satu lingkungan pasar. Para pedagang biasanya menggunakan bahasa yang khas untuk membentuk ciri dari barang yang dipasarkannya. Sering ditemukan kata-kata yang sama dengan makna yang berbeda dalam penggunaan bahasa pada kegiatan interaksi pedagang dan pembeli. Hal tersebut menyebabkan terjadinya kesalahpahaman yang dapat menghambat keputusan pembeli terhadap barang yang disepakati dengan pedagang. Berdasarkan kasus tersebut, pembeli dituntut untuk mengerti variasi bahasa yang diciptakan oleh penjual dalam interaksi jual belinya. Artinya, penjual dan pembeli harus saling memahami makna kata yang digunakan dalam transaksi jual beli yang dilakukan sehingga tidak ada lagi kesalahpahaman yang menyebabkan kegagalan bertransaksi.

Mengikuti perkembangan jual beli pada media online, interaksi yang dilakukan oleh para penjual dan pembeli seringkali menggunakan variasi bahasa kekinian atau bahasa gaul. Hal tersebut dikarenakan pengaruh aktivitas yang dilakukan dalam transaksi jual beli online yang bergantung pada perkembangan bahasa. Bahasa berkembang mengikuti kemajuan teknologi yang pesat, sehingga munculnya banyak kosakata baru juga bahasa-bahasa gaul atau bahasa slang.

Munculnya bahasa baru sebagai akibat dari variasi bahasa pada interaksi jual beli online dapat menjadi wahana baru dalam pengembangan bahan ajar yang memerlukan banyak variasi pada aspek kebahasaannya seperti pada Capaian Pembelajaran (CP) elemen menulis dengan Alur Tujuan Pembelajaran (ATP) mengetahui langkah-langkah pembuatan iklan dan dapat membuat sebuah iklan sederhana. Aspek kebahasaan diperlukan dalam menyusun bahan ajar yang bervariasi dan mementingkan manfaatnya sebagaimana dikatakan oleh Supardi (2020:173) "Penggunaan bahasa, yang meliputi pemilihan ragam bahasa, pemilihan kata, penggunaan kalimat efektif, dan penyusunan paragraf yang bermakna, sangat berpengaruh terhadap manfaat bahan ajar". Penggunaan bahasa dalam mengembangkan bahan ajar menjadi salah satu faktor yang sangat penting. Bahan ajar yang telah disusun dengan cermat, menggunakan format yang konsisten, serta dikemas dengan menarik, namun jika bahasa yang digunakan tidak dimengerti oleh peserta, maka bahan ajar tersebut tidak akan bermakna apa-apa.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan rumusan masalah penelitian ini yaitu (1) Bagaimana variasi bahasa Indonesia dalam jual beli *online marketplace* Tiktok? (2) Bagaimana alternatif pengembangan bahan ajar yang berkaitan dengan variasi bahasa Indonesia dalam jual beli *online marketplace* Tiktok dalam teks iklan?. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu (1) Mendeskripsikan variasi bahasa dalam jual beli *online marketplace* Tiktok. (2) Mendeskripsikan alternatif pengembangan bahan ajar yang berkaitan dengan variasi bahasa Indonesia dalam jual beli *online marketplace* Tiktok dalam teks iklan.

Penelitian relevan sangat penting dikaji guna membandingkan antara penelitian yang sudah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan, agar dapat kita tarik relevansi pada penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Thorifah (2021) berjudul *Variasi Bahasa dalam Jual Beli Online/Marketplace Instagram*. Peneliti ini

memfokuskan kajian pada bahasa gaul dan penyimpangan bahasa asing. Hasil penelitian ini menemukan penggunaan variasi bahasa, diantaranya bahasa gaul dan penyimpangan bahasa asing dalam komunikasi di media sosial Instagram. Penelitian lainnya dilakukan oleh Fretiagrisah, Mursalim, Purwanti (2022) berjudul *Variasi Bahasa dalam Penjualan Online di Grup Facebook 'Busam': Tinjauan Sociolinguistik*. Peneliti memfokuskan kajian pada variasi bahasa dari segi penutur, yaitu idiolek dan dialek juga pada variasi bahasa dari segi keformalan yaitu ragam santai dan formal. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Susanti (2023) dengan judul *Variasi Bahasa dalam Jual Beli Online Marketplace Instagram (pengembangan bahan ajar menulis iklan)*. Peneliti memfokuskan kajian pada 3 karakteristik variasi bahasa yaitu idiolek, kronolek, dan sosiolek. Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu cenderung hanya meneliti pada variasi bahasa gaul, slang, dan penyimpangan bahasa asing tanpa melihat variasi bahasa lain yang mungkin muncul akibat maraknya pengguna media sosial.

Metode

Peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, menurut Sugiyono (2016:207), "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggunakan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi". Peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang di implementasikan dengan mendeskripsikan fenomena data pada saat penelitian dilakukan.

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data. Teknik pengumpulan data secara kualitatif juga dijelaskan oleh Sugiyono (2016:309) bahwa "Pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperanserta (*participant observation*), wawancara mendalam (*indepth interview*) dan dokumentasi. Berdasarkan uraian di atas data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data dalam bentuk kata atau kalimat variasi bahasa dalam jual beli *online* di aplikasi Tiktok, guna memperoleh data-data tersebut teknik yang akan digunakan sebagai berikut.

1. Teknik Studi Pustaka
2. Teknik Catat
3. Teknik dokumentasi

Data merupakan suatu hal yang penting dan dibutuhkan dalam sebuah penelitian, oleh karena itu pengumpulan data harus benar-benar dipahami oleh peneliti. Sumber data dapat berupa data atau informasi yang diperlukan oleh peneliti. Data sebagai sumber informasi atau bahan yang digunakan peneliti yang kemudian diolah secara sistematis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian yang akan dilakukan. Sumber data dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial Tiktok sebanyak 3 akun jual beli online yang mempunyai pelanggan lebih dari 100.000 pengikut atau *follower*.

Metode dan teknik analisis data dilakukan dengan beberapa langkah, menurut Sugiyono (2016:338) langkah-langkah dalam menganalisis data kualitatif adalah sebagai berikut.

1. Reduksi data (Data Reduction). Mereduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.
2. Penyajian Data (Data Display). Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan *flowchart* dan sejenisnya. Penelitian kualitatif sering menggunakan sajian data dengan teks yang bersifat naratif.
3. Menarik kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification). Penelitian kualitatif mengandung kesimpulan yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang belum jelas sehingga akan menjadi jelas setelah diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan mengenai variasi bahasa dalam jual beli *online marketplace* Tiktok menunjukkan adanya pengaruh latar belakang geografis penuturnya, faktor sosial, perkembangan bahasa pada penggunaan bahasa oleh penjual dan pembeli dalam marketplace Tiktok. Variasi bahasa pada jual beli online marketplace Tiktok menunjukkan adanya variasi bahasa dari segi penutur, seperti yang disampaikan oleh Chaer dan Agustina. Variasi-variasi bahasa dari segi penutur tersebut diantaranya sebagai berikut.

1. Variasi Bahasa Idiolek

Idiolek merupakan variasi bahasa yang lebih personal atau bersifat perseorangan. Menurut Chaer dan Agustina “Variasi idiolek ini berkenaan dengan warna suara, pilihan kata, gaya bahasa, dan susunan kalimat”. Idiolek ini dapat bercirikan “warna” suara dari seseorang yang berbeda dengan yang lainnya dan mempunyai ciri khas tersendiri. Idiolek dari tiga akun jual beli yaitu *Skintific_id*, *Sajodosnacks*, dan *Jiniso.id*. sebagai berikut.

a. *Skintizen*

Sebutan “*Skintizen*” merupakan rangkaian kata yang hanya dipakai oleh seorang penjual kepada pelanggannya yang berarti sebagai “*Skintific Netizen*”. Kata tersebut ditujukan khas untuk calon pembeli atau pelanggan juga pengguna *Skintific*.

b. Lohh

Kata “*lohh*” dapat berarti sebuah penegasan atas kalimat yang kita ujkarkan atau tuliskan, sesuai dengan konteks yang sedang digunakan. Penggunaan kata tersebut tidak lazim digunakan oleh khalayak umum di setiap percakapan baik langsung maupun tidak langsung jika ada yang menggunakannya pada setiap pembicaraannya maka kata tersebut sudah termasuk kepada variasi idiolek.

c. Behh

Kata tersebut sangat khas saat diujarkan oleh seorang individu, biasanya individu yang memakai kata tersebut meposisiakan kata “*behh*” pada awal kalimatnya untuk menyatakan suatu perasaan yang tidak dapat tergambarkan oleh kata-kata

d. Bahh

Kata “*Bahh*” dapat berarti pernyataan atau ekspresi terkejut dari seorang individu. Pilihan kata tersebut sejalan dengan pengertian variasi bahasa idiolek menurut Chaer dan Agustina yang mengatakan bahwa variasi bahasa idiolek

dapat berkenaan dengan pilihan kata, gaya bahasa yang digunakan juga pada susunan kalimatnya.

e. Atuh

Penggunaan kata tersebut pada suatu kalimat sangat jarang ditemui, terlebih jika individu memakainya pada setiap perkataan yang dilakukan. Posisi penggunaan kata tersebut juga dapat menjadi ciri bahwa kata tersebut termasuk variasi idiolek perseorangan.

f. Weh

Penggunaan kata tersebut pada setiap percakapan tidak lazim ditemui, hanya beberapa bahkan seorang yang menggunakannya. Hal tersebut menjadikan kata “weh” termasuk pada idiolek perseorangan karena individu yang memakainya secara terus menerus pada setiap percakapan menjadikan ciri khasnya.

g. W

Kata “W” berarti mewakili kata Ganti orang pertama atau dalam artiannya yaitu “Saya/Aku”. Kata “Gue” memang dipergunakan oleh khalayak umum khususnya mereka yang berada di wilayah perkotaan, namun penggunaan hanya kata “W” dipakai oleh beberapa individu saja. Hal ini menandakan bahwa kata “W” termasuk pada idiolek persorangan yang dikatakn oleh Chaer dan Agustina.

h. Aduhh

Kata “Aduh” biasa dikaitkan dengan konteks kesakitan atau merasakan sesuatu, maka jika ada seseorang yang menggunakan kata tersebut pada setiap percakapannya terlebih tidak menyangkut pada konteks sebenarnya maka dapat dikatakan kata tersebut termasuk idiolek.

i. Lahh

Ciri khas setiap individu dapat dicirikan dengan berbagai hal, salah satunya dari penggunaan kata pada kalimatnya maka kata tersebut termasuk pada idiolek perseorangan.

2. Variasi Bahasa Dialek

Dialek merupakan variasi bahasa dari sekelompok penutur yang jumlahnya masih terhitung relatif, dapat disebabkan karena berada pada suatu tempat, wilayah, area yang sama (Chaer dan Agustina, 2010:63). Dialek ditunjukkan dengan adanya penggunaan kosakata daerah pada rangkaian kata dalam komentar di akun jual beli *online marketplace* tiktok. Dialek yang ditemukan dari tiga akun jual beli yaitu *Skintific_id*, *Sajodosnacks*, dan *Jiniso.id*. sebagai berikut.

a. Dehh

Kata “deh” adalah partikel yang sangat khas dalam dialek Jakarta, yang sering digunakan untuk memberikan penekanan, kesan santai, atau persuasi dalam percakapan. Kata ini tidak memiliki arti leksikal tertentu, tetapi fungsinya lebih kepada membentuk nuansa kalimat.

b. Di gadoin

Kata “di gadoin” berasal dari kata dasar “gado” yang dalam Betawi berarti makan lauk atau makanan tanpa nasi. Penggunaan kata ini tidak lazim dalam bahasa Indonesia baku dan hanya dikenal secara luas di kalangan penutur bahasa Betawi.

c. Beg

- Kata “Beg” sering digunakan oleh orang Melayu atau Malaysia yang berarti tas, kata tersebut lazim digunakan oleh orang Melayu yang merupakan serapan dari bahasa Inggris yaitu “Bag”.
- d. Gua
Kata “Gua” yang digunakan sebagai kata ganti orang pertama atau berarti saya oleh orang dari Jakarta atau wilayah perkotaan besar. Kata “*gua*” merupakan salah satu ciri khas dialek Betawi yang digunakan sebagai kata ganti orang pertama tunggal.
 - e. Euy
Kata “*euy*” merupakan salah satu partikel khas dalam dialek Sunda yang berfungsi untuk mengekspresikan penekanan, emosi, atau kesan tertentu dalam percakapan.
 - f. Teteh
Orang yang berasal dari Jawa Barat atau Sunda sering menggunakan kata “Teteh” sebagai panggilan untuk kakak perempuan atau perempuan yang lebih tua umurnya.
 - g. Kapiheulaan
“Kapiheulaan” merupakan kata dalam bahasa Sunda yang berasal dari kata dasar “heula”, yang berarti dulu atau terlebih dahulu dengan imbuhan *ka-* dan akhiran *-an* yang berfungsi membentuk makna pasif atau keadaan. Secara umum, “kapiheulaan” berarti keduluan atau didahului oleh orang lain dalam suatu tindakan atau kejadian.
 - h. Mang
“Mang” yaitu kata dalam bahasa Sunda yang berasal dari kata dasar “mamang”, yang artinya paman.
 - i. Naha
“Naha” berarti kenapa dalam bahasa Indonesia, kata ini sering digunakan oleh orang Sunda khususnya daerah Jawa Barat untuk menanyakan alasan sesuatu yang terjadi. Kata ini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari oleh penutur bahasa Sunda untuk menanyakan alasan atau sebab dari suatu hal.
 - j. Teu
Kata “teu” yaitu kata dalam bahasa Sunda yang berasal dari kata dasar “henteu” yang artinya tidak, secara umum kata “teu” setara dengan kata “gak” atau “nggak” dari bahasa Indonesia gaul.
 - k. Kabita
Kata “Kabita” adalah kata dalam bahasa Sunda yang berarti tergoda atau tergiur, dialek tersebut sering digunakan oleh orang yang berasal dari Jawa Barat atau Sunda.
 - l. Kumaha
Kata “Kumaha” berarti bagaimana dalam bahasa Indonesia, Dialek tersebut sering digunakan oleh orang yang berasal dari Jawa Barat atau Sunda dalam menanyakan gambaran yang terjadi.
 - m. Jeung
Kata “Jeung” merupakan dialek dari bahasa Sunda yang berarti bersama-sama. Kata ini digunakan untuk menghubungkan dua kata, frasa, atau klausa dalam satu kalimat.
 - n. Diantos

Kata “Diantos” berarti ditunggu dalam bahasa Indonesia, kata tersebut merupakan dialek Sunda atau lazim digunakan oleh orang Sunda di Jawa Barat.

o. Tak kira mau iku

Kalimat “Tak kira mau iku” adalah ungkapan dalam dialek bahasa Jawa yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Secara harfiah, “tak” merupakan bentuk pendek dari “aku” yang berarti “saya”, dan “kira” berarti “mengira” atau “menyangka”. Sementara itu, “mau” dalam konteks ini berarti “tadi”, dan “iku” berarti “itu”. Maka, secara keseluruhan, kalimat ini dapat diterjemahkan menjadi “Saya kira itu tadi”.

p. Kasep dan Geulis

Kata “Kasep” berarti tampan dalam bahasa Indonesia, pemakaian kata tersebut dalam bahasa Sunda maupun bahasa Indonesia sama yaitu untuk menyebutkan rupa seorang pria. Kata “Geulis” juga berasal dari bahasa Sunda yang artinya cantik, kata ini lazim digunakan untuk menyebutkan rupa seorang perempuan.

q. Cakep

Kata “cakep” merupakan bentuk dialek khas dari bahasa Betawi atau Jakarta yang telah menyebar luas dan digunakan secara informal dalam bahasa Indonesia sehari-hari.

r. Ndak

Kata “Ndak” berarti Tidak ini biasanya digunakan oleh orang Sumatra dan Sulawesi. Kata tersebut merupakan pengaruh dialek daerah Sumatra dan Sulawesi dalam penyebutan kata tidak, biasanya akan lebih jelas jika dilisankan.

s. Tak kirain

Kata “Tak kirain” berarti Tidak menyangka biasa digunakan oleh orang Jawa. Kata “tak kirain” merupakan dua kata dari “tak” dan “kirain”, “tak” berasal dari bahasa Jawa yang artinya “tidak” sedangkan “kirain” berarti “menyangka” atau “sangkaan”.

t. Pande

Kata “pande” merupakan istilah yang digunakan dalam dialek Aceh dan Minangkabau yang memiliki arti “pandai” atau “cerdas”.

3. Variasi Bahasa Kronolek

Kronolek sering disebut juga dialek temporal karena berarti variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial tertentu pada masa atau waktu tertentu. Menurut Chaer dan Agustina (2010:64) “Kronolek dapat dilihat dari adanya variasi bahasa Indonesia pada masa tahun tiga puluhan, variasi bahasa yang digunakan tahun lima puluhan, dan variasi bahasa yang digunakan pada masa kini”. Variasi kronolek yang ditemukan dari tiga akun jual beli yaitu *Skintific_id*, *Sajodosnacks*, dan *Jiniso.id* sebagai berikut.

a. Cuss

Kata tersebut termasuk variasi bahasa kronolek karena kata “Cuss” di ambil dari kata yang sebelumnya yaitu “Capcus” berarti ayo berangkat atau pergi yang populer di era 1980-an. Kata “Cuss” disini berarti “Ayo” merupakan sebuah ajakan penjual kepada calon pembeli untuk segera membeli produknya.

b. Buluk

Kata “Buluk” populer digunakan sekarang ini dibandingkan dengan pengertian sebenarnya yaitu kusam, ini menunjukkan bahwa kata tersebut merupakan

variasi bahasa kronolek karena variasi bahasa “Buluk” lebih sering digunakan sekarang ini oleh para remaja.

c. Ga kaleng-kaleng

Kata “Ga Kaleng-kaleng” berarti bukan main-main, serius, atau luar biasa, biasanya digunakan untuk menunjukkan kekaguman terhadap sesuatu. Ungkapan ini populer di kalangan anak muda milenial dan Gen Z (sekitar 2015 ke atas), sehingga bisa dikategorikan sebagai kronolek.

d. Mam

Kata “Mam” merupakan modifikasi kata yang asalnya dari “Makan”. Kata “Mam” populer digunakan oleh kalangan remaja sekarang ini, dengan cara pemakaiannya sama seperti kata awalnya. Ungkapan ini populer di kalangan anak muda sehingga bisa dikategorikan sebagai kronolek.

e. Garing

Penggunaan kata “Garing” untuk menyebutkan candaan yang tidak lucu termasuk pada variasi kronolek karena kata tersebut lebih populer digunakan untuk konteks candaan. Kata garing biasa diartikan untuk menyebutkan makanan yang renyah, tetapi sekarang ini kata tersebut lebih populer digunakan sebagai sebutan untuk candaan yang kurang lucu.

f. Kepo

Penggunaan kata “Kepo” termasuk kronolek karena merupakan istilah gaul yang populer di kalangan remaja dan generasi muda (milenial dan Gen Z) sejak awal tahun 2010-an. Arti dari “kepo” adalah terlalu ingin tahu urusan orang lain, kadang disertai rasa ingin tahu yang dianggap berlebihan atau tidak pada tempatnya.

g. WA

Kata “WA” kependekkan dari *WhatsApp*, *whatsapp* sendiri merupakan aplikasi bertukar pesan, gambar, video, dan melakukan panggilan suara atau video melalui internet. Kata “WA” sekarang lebih populer dibanding dengan “BBM” atau “*Blackberry Mesenger*” yang merupakan aplikasi sejenis *whatsapp* dan populer di tahun 2005 sampai 2016.

h. Salting

Kata “salting” merupakan bentuk bahasa yang berasal dari singkatan kata “salah tingkah”. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan situasi ketika seseorang merasa canggung, gugup, atau bingung harus bersikap seperti apa. Kata “salting” populer di kalangan remaja dan anak muda, terutama sejak era media sosial berkembang, dan sering digunakan dalam percakapan santai, baik secara lisan maupun tulisan.

i. Bucin

Kata “bucin” merupakan singkatan dari “budak cinta”, yang digunakan untuk menyebut seseorang yang rela melakukan apa saja demi orang yang ia cintai. “Bucin” menjadi sangat populer di kalangan remaja dan generasi milenial serta Gen Z sejak sekitar tahun 2018, terutama lewat media sosial dan konten hiburan digital. Karena digunakan secara dominan oleh generasi muda dan tidak dikenal secara luas oleh generasi yang lebih tua, maka kata “bucin” juga termasuk dalam kronolek.

4. Sosiolek

Sosiolek merupakan variasi bahasa yang menyangkut semua masalah pribadi seorang penutur seperti usia, pendidikan, pekerjaan, tingkat kebangsawanan atau

tingkat sosial, serta keadaan sosial ekonomi dan sebagainya. Menurut Chaer dan Agustina (2010) “Sosiolek adalah variasi bahasa mengenai kelas sosial, status sosial, dan golongan para penuturnya”. Chaer dan Agustina membagi Sosiolek menjadi beberapa bagian seperti sebagai berikut.

a. Akrolek

Akrolek merupakan variasi bahasa yang dianggap lebih tinggi atau bergengsi dibanding variasi bahasa lainnya. Akrolek biasanya digunakan oleh penutur yang memiliki akses pendidikan tinggi atau ingin menampilkan citra profesional/formal. Akrolek biasanya memiliki ciri dengan penggunaan tata bahasa yang standar dan memakai struktur kalimat baku juga menghindari bentuk slang, dialek lokal, atau campur kode. Berdasarkan hasil penelitian, variasi bahasa akrolek ini tidak ditemukan pada komentar dalam jual beli *online marketplace* Tiktok dari tiga akun yang dijadikan sumber data. Variasi bahasa akrolek ini memiliki ciri yang bertolak belakang dengan penggunaan bahasa pada media jual beli atau promosi. Penggunaan tata bahasa atau variasi bahasa pada promosi biasanya menggunakan tata bahasa dalam konteks informal, artinya kata-kata atau kalimat yang digunakan tidak memakai struktur kalimat yang baku. Penggunaan kata dan kalimat pada media jual beli *online* selain penggunaan struktur kalimatnya yang tidak baku juga sering mengandung campur kode dengan bahasa asing, penggunaan kata slang, juga dialek lokal. Penggunaan kata dan kalimat tersebut berfungsi sebagai penyeimbang pengenalan produk dengan perkembangan bahasa yang terus memunculkan bahasa-bahasa baru. Bahasa baru yang muncul mungkin saja termasuk pada bahasa baku maupun non-baku bahkan mungkin bahasa slang dan yang termasuk kedalam bahasa informal lainnya.

b. Basilek

Basilek merupakan variasi bahasa yang dianggap lebih rendah atau kurang bergengsi dari variasi bahasa lainnya. Variasi bahasa ini sering digunakan pada situasi informal atau tidak resmi karena mengandung kata-kata yang tidak baku. Variasi bahasa basilek ini dicirikan dengan penggunaan kata atau kalimat yang tidak mengikuti kaidah tata bahasa resmi atau bahkan menyimpang dari aturan yang ada. Variasi bahasa basilek ini juga dapat ditandai dengan penggunaan kata yang berlebihan sehingga mengganggu struktur kata tersebut. Berikut variasi bahasa basilek yang ditemukan dari tiga akun jual beli yaitu *Skintific_id*, *Sajodosnacks*, dan *Jiniso.id*.

1) Ityu

Kata “Ityu” yang sebelumnya merupakan kata “itu” yang digunakan dengan tidak mengikuti tata bahasa atau aturan baku. Penambahan fonem “y” memberikan kesan berlebihan dan menunjukkan situasi informal.

2) Donk

Kata “Donk” yang sebelumnya merupakan kata dari “dong” digunakan sebagai penegas dalam kalimat. Pengubahan fonem “g” menjadi “k” menjadikan ejaan yang tidak baku dan memberikan kesan dalam situasi informal.

3) Pingin

Kata “Pingin” merupakan modifikasi dari kata “Ingin”, penambahan fonem “p” menjadikan kata tersebut tidak baku dan tidak mengikuti tata bahasa sehingga dapat memberikan kesan dalam situasi informal.

4) Tuturin

Kata “Tuturin” merupakan kata dari bahasa Sunda “tuturkeun” yang berarti ikuti dengan penambahan imbuhan -in yang bersifat imperatif atau perintah. Penggabungan bahasa Sunda dengan imbuhan bahasa Indonesia ini sering dianggap sebagai variasi bahasa basilek karena tidak mengikuti tata bahasa dan aturan baku serta adanya penggabungan dialek lokal yang memberikan kesan situasi informal.

5) Buanget

Kata “buanget” adalah bentuk salah eja atau plesetan dari kata “banget” yang berarti “sangat”. Penambahan huruf “u” di awal kata dimaksudkan untuk menambahkan nuansa ekspresif atau lucu dalam ucapan, biasanya untuk memperkuat makna dalam cara yang kocak atau dramatis.

6) Sayank

Kata “sayank” adalah bentuk tidak baku dari kata “sayang”, yang sering ditemukan dalam komunikasi informal di media sosial, pesan teks, atau komentar digital. Penambahan huruf “k” di akhir kata ini tidak memiliki fungsi tata bahasa, melainkan digunakan untuk memberikan kesan lucu, manja, atau dramatis.

7) Cantek

Kata “Cantek” yang sebelumnya merupakan kata dari “cantik” digunakan sebagai kata sifat yang menyebutkan sebuah keindahan. Pengubahan fonem “i” menjadi “e” menjadikan ejaan tidak baku dan memberikan kesan dalam situasi informal.

8) Ngepens

Kata “Ngepens” sebelumnya merupakan kata dari “fans” yang artinya “penggemar” dengan penambahan awaln nge- yang biasanya digunakan pada dialek bahasa Sunda. Pengubahan kata dari “fans” menjadi “ngepens” menjadikan ejaan yang tidak baku karena adanya penambahan dialek lokal dan memberikan kesan dalam situasi informal.

9) Gemesh

Kata “Gemesh” sebelumnya merupakan kata dari “gemas” yang artinya “geregetan”. Kata “gemes” sebenarnya adalah bentuk tidak baku dari gemas dan dengan adanya penambahan fonem “h” lebih memberikan kesan berlebihan dalam situasi informal.

10) Bowleh

Kata “Bowleh” sebelumnya merupakan kata dari boleh. Penambahan fonem “w” menjadikan struktur kata yang tidak resmi dan memberikan kesan berlebihan dalam situasi informal. Kata-kata tersebut mendapat penambahan atau penggantian fonem dengan fonem yang bukan biasanya dan menyebabkan kata yang tercipta terkesan melebih-lebihkan.

c. Vulgar

Variasi bahasa vulgar merupakan bahasa yang ciri-cirinya tampak digunakan oleh orang-orang kurang terpelajar karena mengandung bahasa yang kurang enak untuk dituturkan ataupun diperdengarkan. Variasi bahasa vulgar ini dianggap kurang bahkan tidak sopan untuk dituturkan, ini menjadi pembeda

dengan variasi bahasa yang lain. Bahasa vulgar ini sering tidak diterima dengan baik oleh pendengar ataupun pembaca karena mengandung pesan yang kurang enak didengar ataupun dibaca. Berdasarkan hasil penelitian pada tiga akun jual beli *online*, peneliti tidak menemukan kata yang termasuk pada variasi bahasa vulgar. Mengingat variasi bahasa vulgar yang kurang bahkan sangat tidak disarankan untuk dituturkan apalagi untuk digunakan pada media jual beli yang seharusnya menggunakan bahasa yang menarik maka variasi bahasa ini akan sangat sulit ditemukan pada media jual beli.

d. Slang

Slang merupakan variasi bahasa yang populer dibanding dengan yang lainnya. Slang merupakan variasi bahasa yang mengandung kata-kata baru atau makna baru dari kata lama ataupun kata baru yang populer dan sering digunakan oleh sekelompok tertentu. Variasi bahasa slang ini sangat populer bahkan lazim digunakan oleh kelompok tertentu yang dapat memahami arti dari kata tersebut. Berikut variasi bahasa slang yang ditemukan dari tiga akun jual beli yaitu *Skintific_id*, *Sajodosnacks*, dan *Jiniso.id*.

1) Mantul

Kata "Mantul" merupakan singkatan dari mantap betul dan arti sebenarnya yaitu bagus sekali, yang jika dipisah maka mempunyai arti berbeda. "Mantap" berarti bagus, keren, hebat, memuaskan dan lain-lain tergantung pada konteksnya, sedangkan "Betul" berarti benar. Kata mantul tercipta dari kata mantap dan betul yang semulanya memiliki masing-masing arti dan kesan berbeda dibanding dengan arti setelah kata tersebut disatukan menjadi mantul.

2) Gercep

Kata "Gercep" merupakan singkatan dari "gerak cepat", kata ini menjadi kata yang efisien dan gaul untuk digunakan oleh kalangan remaja. Kata "gercep" termasuk variasi slang karena merupakan kata tidak baku yang populer dalam percakapan informal dan media sosial. Slang seperti "Gercep" sering muncul dalam percakapan informal, terutama di kalangan anak muda, sebagai bentuk ekspresi cekatan dan tidak lelet.

3) Mimin

Kata "Mimin" yaitu sebutan atau panggilan untuk admin yang diambil dari akhirannya yaitu "min". kata panggilan tersebut populer digunakan oleh kalangan remaja yang mengerti dan memahami apa itu admin dan jarang diketahui oleh khalayak umum khususnya orang-orang yang termasuk tua.

4) Giveaway

Kata "Giveaway" berasal dari bahasa Inggris yang berarti "hadiah gratis" atau "pemberian cuma-cuma." Kata tersebut merupakan bahasa slang karena kata serapan yang lebih sering digunakan dalam percakapan informal juga dalam media sosial.

5) Checkout

Kata "Checkout" berasal dari bahasa Inggris yang berarti proses menyelesaikan pembelian atau pembayaran dalam transaksi online, istilah bahasa Indonesia yang sesuai yaitu "bayar". Kata tersebut merupakan bahasa slang karena merupakan istilah serapan yang lebih sering digunakan dalam percakapan informal dan dunia digital.

6) Live

Kata "Live" berasal dari bahasa Inggris yang berarti "langsung" atau "siaran langsung" dalam bahasa Indonesia baku, padanan kata yang lebih sesuai adalah "tayangan langsung". Kata tersebut termasuk bahasa slang dalam konteks media sosial, karena merupakan serapan dari bahasa Inggris dan lebih sering digunakan dalam percakapan informal.

7) Viralin

Kata "Viralin" yang berasal dari kata dasar "viral" dan imbuhan "-in". Viral berarti sesuatu yang menyebar luas dan cepat, menarik banyak perhatian, serta dibagikan oleh banyak orang dalam waktu singkat, sedangkan imbuhan -in bersifat imperatif atau perintah. Kata "viralin" termasuk variasi slang karena merupakan kata tidak baku yang populer dalam percakapan informal dan media sosial.

8) Diendors

Kata "*diendors*" berasal dari bahasa Inggris "*endorse*", yang berarti mendukung atau mempromosikan sesuatu. Kata "*diendors*" merupakan campuran bahasa Indonesia dan Inggris yang sering digunakan dalam bahasa gaul atau slang karena merupakan kata tidak baku yang populer dalam percakapan informal dan media sosial.

9) Mehong

Kata "Mehong" merupakan plesetan dari kata "mahal", yang digunakan dalam bahasa gaul untuk menyebut sesuatu yang harganya tinggi. Kata tersebut termasuk variasi slang karena merupakan kata tidak baku yang populer dalam percakapan informal dan media sosial.

10) Gaskeun

Kata "Gaskeun" berasal dari kata "gas" yang berarti ayo lanjut / jalan terus, ditambah akhiran "-keun" yang berasal dari bahasa Sunda, yang berarti menyuruh atau menjadikan sesuatu terjadi. Kata "gas" awalnya berarti bahan bakar gas kemudian ada pergeseran makna menjadi ayo lanjut atau jalan terus. Kata tersebut termasuk variasi slang karena merupakan kata tidak baku yang populer dalam percakapan informal dan media sosial.

11) Skip

Kata "*skip*" termasuk dalam kategori slang karena mengalami pergeseran makna dari arti aslinya. Secara umum, "*skip*" berarti "melewati" atau "melompati", namun dalam konteks slang, kata ini sering digunakan untuk menyatakan keengganan melakukan sesuatu. Penggunaan ini menjadi populer di kalangan remaja dan komunitas informal sebagai cara yang lebih santai dan ekspresif untuk menyampaikan niat menghindari suatu aktivitas.

12) Spill

Kata "spill" termasuk dalam variasi slang karena mengalami pergeseran makna dari arti literalnya. Secara harfiah, "spill" berarti menumpahkan sesuatu, seperti cairan. Namun dalam bahasa slang, kata ini digunakan untuk meminta seseorang mengungkapkan informasi atau rahasia.

13) Inspo

Kata "*Inspo*" adalah kependekan dari *inspiration* dalam bahasa Inggris, yang berarti inspirasi. Kata ini sering digunakan dalam percakapan santai atau di media sosial untuk merujuk pada sesuatu yang menginspirasi, seperti *fashion*, desain, atau gaya hidup. Pemendekan kata seperti ini adalah ciri khas

slang, yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih santai, ringkas, dan mengikuti tren bahasa anak muda.

14) Gemoy

Kata "gemoy" termasuk dalam slang karena merupakan bentuk tidak baku yang digunakan secara kreatif untuk menggambarkan sesuatu yang lucu, imut, atau menggemaskan. Kata "gemoy" mencerminkan ekspresi emosional yang santai dan tidak formal, serta menunjukkan dinamika bahasa yang terus berkembang sesuai tren dan budaya populer.

15) Kece

Kata "Kece" adalah bentuk gaul dari keren atau cantik/tampan. Kata ini sering digunakan dalam percakapan santai untuk memuji seseorang atau sesuatu yang menarik.

16) OMO

Kata "OMO" adalah singkatan dari (*eomeo*), yang dalam bahasa Korea berarti "Oh my!" atau "Astaga!". Biasanya digunakan untuk mengungkapkan keterkejutan atau kegemasan dan populer digunakan oleh kalangan remaja.

17) Gokiel

Kata "Gokiel" adalah bentuk modifikasi dari gokil, yang berarti gila (dalam arti positif), luar biasa, atau kocak. Kata ini sering digunakan untuk mengekspresikan kekaguman, keterkejutan, atau sesuatu yang dianggap keren dan luar biasa.

18) BTW

Kata "BTW" adalah singkatan dari "By The Way" dalam bahasa Inggris, yang berarti "ngomong-ngomong" atau "omong-omong" dalam bahasa Indonesia. Kata-kata tersebut termasuk dalam variasi bahasa slang yaitu kata yang populer digunakan oleh kalangan tertentu dan menciptakan makna baru.

e. Kolokial

Kolokial merupakan variasi bahasa yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Kolokial memiliki arti bahasa percakapan dan percakapan dapat terjadi dimana saja termasuk pada percakapan tidak langsung. Kolokial ditandai dengan sering digunakan pada percakapan santai, sering dipersingkat, dan menggunakan struktur kalimat yang lebih sederhana. Berikut variasi bahasa kolokial yang ditemukan dari tiga akun jual beli yaitu *Skintific_id*, *Sajodosnacks*, dan *Jiniso.id*.

1) Kok

Kata "Kok" digunakan sebagai pengganti kata "kenapa". Penggunaan kata "kok" di atas menjadikan struktur kalimat yang lebih sederhana dan sering dipakai dalam percakapan yang santai atau dalam situasi informal.

2) Gaaa

Penggunaan kata "gaaa" sebagai pengganti kata "tidak". Penggunaan kata "gaaa" di atas menjadikan struktur kalimat yang lebih sederhana dan sering dipakai dalam percakapan yang santai atau dalam situasi informal.

3) Gimana

Penggunaan kata "gimana" sebagai pengganti kata "bagaimana". Penggunaan kata "gimana" di atas menjadikan struktur kalimat yang lebih sederhana dan sering dipakai dalam percakapan yang santai atau dalam situasi informal.

4) Nungguin

Penggunaan kata “nungguin” sebagai pengganti kata “menunggu”. Penggunaan kata “nungguin” di atas menjadikan struktur kalimat yang lebih sederhana dan sering dipakai dalam percakapan yang santai atau dalam situasi informal.

5) Uдах

Kata “udah” sebagai pengganti kata “sudah”. Penggunaan kata “udah” di atas menjadikan struktur kalimat yang lebih sederhana dan sering dipakai dalam percakapan yang santai atau dalam situasi informal.

6) Nyoba

Kata “nyoba” adalah bentuk kolokial dari kata baku “mencoba”. Kata ini sering digunakan dalam komunikasi lisan yang akrab dan tidak resmi. Kata “nyoba” termasuk dalam bahasa kolokial, yaitu ragam bahasa yang umum digunakan dalam situasi nonformal dan merupakan bentuk penyederhanaan dari kata baku.

7) Nyampe

Kata “nyampe” merupakan bentuk kolokial atau tidak baku dari kata “sampai”. Kata ini umum digunakan dalam percakapan sehari-hari oleh berbagai kalangan, terutama dalam situasi informal seperti berbicara dengan teman, keluarga, atau dalam pesan singkat.

8) Ngode

Kata “ngode” sebagai pengganti kata “memberi kode”. Penambahan awalan ng- pada kata dasar kode tidak lazim digunakan pada tata bahasa yang ada. Kata tersebut muncul dalam situasi yang tidak resmi sehingga membenarkan segala kata selagi dimengerti oleh para pembacanya.

9) Segini

Kata “segini” merupakan bentuk kolokial dari ungkapan “sebegini” atau “sebanyak/sebesar/sejauh ini”, tergantung pada konteks kalimatnya. Kata ini umum digunakan dalam percakapan sehari-hari untuk menunjukkan jumlah, ukuran, atau tingkat sesuatu secara tidak spesifik.

10) Sampek

Kata “sampek” merupakan bentuk kolokial atau tidak baku dari kata “sampai”. Kata ini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, terutama dalam konteks lisan yang bersifat santai, akrab, dan informal.

f. Jargon

Jargon merupakan variasi bahasa yang penggunaannya terbatas dan hanya oleh kelompok-kelompok sosial tertentu. Jargon mengandung ungkapan yang seringkali tidak dapat dipahami oleh khalayak umum atau masyarakat yang tidak tergabung dengan kelompoknya. Berikut variasi bahasa jargon yang ditemukan dari tiga akun jual beli yaitu *Skintific_id*, *Sajodosnacks*, dan *Jiniso.id*.

1) *Retinol serum*

Serum merupakan sebuah rangkaian perawatan kulit dan *retinol* merupakan bahan aktif turunan dari vitamin A yang berfungsi untuk membuat kulit beregenerasi lebih cepat. Kata “*Retinol serum*” ini digunakan dalam istilah perawatan kulit yang dipahami oleh orang-orang yang memahami rangkaian perawatan kulit.

2) *Eksfoliasi*

Kata “*eksfoliasi*” berarti pelepasan sel kulit mati, dalam bahasa perawatan kulit kata tersebut digunakan untuk mempromosikan produknya yang dapat

membantu melepaskan sel kulit mati dengan secara fisik (*scrub*) atau dengan bahan kimia (*AHA/BHA*).

3) *Breakout*

Kata "*breakout*" mengacu pada munculnya jerawat secara tiba-tiba dalam jumlah banyak di wajah atau area lain pada tubuh. Breakout bisa berupa jerawat kecil, komedo, pustula (jerawat bernanah), atau bahkan jerawat meradang.

4) *Skincare*

Kata "*skincare*" berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*skin*" (kulit) + "*care*" (perawatan), yang berarti perawatan kulit. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan berbagai produk, rutinitas, dan teknik yang bertujuan menjaga kesehatan kulit.

5) *Sunscreen*

Sunscreen adalah produk perawatan kulit yang berfungsi melindungi kulit dari efek buruk sinar *ultraviolet (UV)*, baik *UVA* maupun *UVB*. *Sunscreen* sering disebut juga sebagai tabir surya dalam bahasa Indonesia, tetapi istilah "*sunscreen*" lebih populer di industri kecantikan.

6) *Mukbang*

Kata "*Mukbang*" berasal dari bahasa Korea (*meokbang*), gabungan dari "*meokda*" berarti "makan" dan "*bangsong*" berarti "siaran". Awalnya digunakan di Korea Selatan untuk menyebut acara siaran langsung (*livestream*) seseorang yang makan dalam porsi besar.

7) *Basreng*

Kata "*basreng*" adalah singkatan dari "*bakso goreng*", yakni camilan yang dibuat dari irisan bakso yang digoreng kering dan biasanya diberi bumbu pedas. Kata ini termasuk ke dalam jargon di bidang kuliner, khususnya dalam dunia jajanan khas Indonesia.

8) *Cimol*

Kata "*cimol*" juga merupakan istilah khas dalam dunia kuliner. "*Cimol*" berasal dari bahasa Sunda, yaitu singkatan dari "*aci digemol*", yang berarti tepung kanji (*aci*) yang dibulatkan.

9) *Payday*

Kata "*Payday*" berasal dari bahasa Inggris yang berarti hari gaji atau hari di mana seseorang menerima upah atau gaji. Konteks *e-commerce* dan *marketing*, *payday* juga sering dikaitkan dengan *Payday Sale* yaitu promo besar yang berlangsung saat tanggal gaji.

10) *Jeans baggy*

Istilah "*jeans baggy*" merujuk pada jenis celana jeans yang memiliki potongan longgar atau gombrang, terutama di bagian paha hingga betis. Istilah "*jeans baggy*" termasuk jargon dalam dunia *fashion*.

11) *Cutbray*

Kata "*cutbray*" (sering juga ditulis sebagai "*cut bray*") adalah istilah dalam dunia mode yang menggambarkan model celana dengan potongan melebar di bagian bawah (kaki celana). Kata ini termasuk jargon di bidang mode, karena tidak semua orang dari luar bidang tersebut akan langsung memahami arti atau ciri khas dari model "*cutbray*".

Hasil dari penelitian variasi bahasa dalam jual beli *online marketplace* Tiktok dapat berimplikasi dalam pembelajaran menulis teks iklan dengan Alur Tujuan Pembelajaran (ATP) mengetahui langkah-langkah pembuatan iklan dan dapat membuat sebuah iklan sederhana dengan indikator capaian kompetensi “membuat teks iklan sederhana” di kelas VIII tingkat SMP Fase D. Hasil penelitian dimanfaatkan sebagai alternatif pengembangan bahan ajar menulis teks iklan dengan bahasa yang bervariasi dan mengacu pada asas-asas pengembangan bahan ajar yang dikemukakan oleh Supardi (2020:21) yaitu asas filosofis, asas psikologis, asas pendidikan, asas kebahasaan. Keterkaitan antara bahan ajar dengan hasil penelitian memiliki kesesuaian dengan asas filosofis yaitu variasi kebahasaan seperti idiolek, dialek, kronolek, akrolek, basilek, slang, kolokial, jargon, dan vulgar adalah bagian dari realitas sosial dan budaya masyarakat Indonesia yang sangat majemuk. Pengembangan bahan ajar dengan kebahasaan yang bervariasi memiliki hubungan dengan asas filosofis yang merujuk pada Pancasila. Hubungan antara asas psikologis dan kebahasaan yang bervariasi dalam pengembangan bahan ajar sangat erat karena menyangkut bagaimana bahasa dipilih, disusun, dan disesuaikan dengan karakteristik peserta didik secara mental, usia, minat, serta latar sosial-budaya. Asas pendidikan memiliki hubungan dengan kebahasaan yang bervariasi dalam pengembangan bahan ajar yang penting karena asas pendidikan menjadi fondasi nilai, arah, dan tujuan dari seluruh proses belajar, termasuk bagaimana bahasa digunakan dan disesuaikan dalam materi ajar. Keterkaitan antara bahan ajar dengan hasil penelitian memiliki kesesuaian dengan asas kebahasaan yaitu variasi bahasa dalam jual beli online marketplace Tiktok sejalan dengan dasar asas kebahasaan yaitu materi yang dibuat dengan bahasa standar, pemilihan kosakata berdasarkan kata yang banyak atau sering dipakai, dan dengan memanfaatkan hasil penelitian dapat memperkaya bahasa yang digunakan dengan tetap memperhatikan kebenaran pemakaian bahasa.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap variasi bahasa dalam jual beli *online marketplace* Tiktok, penulis dapat mengemukakan simpulan sebagai berikut.

1. Variasi bahasa dalam jual beli online marketplace Tiktok pada tiga akun jual beli online yaitu *Skintific_id*, *Sajodo Snacks & Foods*, dan *Jiniso.id* menunjukkan latar belakang penutur sangat mempengaruhi bentuk dan fungsi bahasa yang digunakan oleh penjual dan pembeli. Variasi bahasa yang digunakan oleh penjual dan pembeli sangat dipengaruhi oleh daerah asal, faktor sosial, dan perkembangan bahasa. Terdapat idiolek sebanyak 9 data, dialek sebanyak 20 data, kronolek sebanyak 9 data, basilek sebanyak 10 data, slang sebanyak 18 data. Kolokial sebanyak 10 data, jargon sebanyak 11 data.
2. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengembangan bahan ajar yang bervariasi untuk pembelajaran menulis teks iklan dengan Alur Tujuan Pembelajaran (ATP) mengetahui langkah-langkah pembuatan iklan dan dapat membuat sebuah iklan sederhana dengan indikator capaian kompetensi “membuat teks iklan sederhana” di kelas VIII tingkat SMP Fase D. Penelitian ini sesuai dengan dengan landasan atau asas pengembangan bahan ajar menurut supardi yang terdiri dari asas filosofis, asas psikologis, asas Pendidikan, dan asas kebahasaan.

Daftar Pustaka

Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening

- Anggraeni, Y. R. (2023). *Pengaruh Terpaan Sales Promotion Dan Intensitas Melihat Online Customer Review Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific*. (Skripsi, Universitas Diponegoro).
- Aslim, M, et al. (2024). An Analysis of Code Mixing Used by Beauty Influencers in Tiktok. *IDEAS*. 12 (1), 89-94.
- Caroline, Y. P, et al. (2024). Analysis of Language Functions in Live Broadcasting Online Seller on TikTok. *Austronesian: Journal of Language Science & Literature*. 3 (1), 39-51.
- Chaer, A. & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A. (2018). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, A. K, et al. (2022). *Sosial Media Analytics: Konsep dan Penerapannya dengan Rapid miner/Orange*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Febriana, I, et al. (2024). Strategi Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*. 7 (4). 15939-15940.
- Fretiagrisah, et al. (2022). Variasi Bahasa dalam Penjualan Online di Grup Facebook 'Busam': Tinjauan Sosiolinguistik. *Ilmu Budaya*. 6 (2), 655.
- Gewani, R. (2022). Istilah-Istilah Penggunaan Bahasa Pada Transaksi Jual Beli Online (Online Shop) Di Akun Media Sosial. *CAKARA*. 8 (2), 101-105.
- Harsono, et al. (2020). Variasi Bahasa Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Jatipura Kabupaten Karanganyar. *Kawruh: Journal of Language Education, Literature, and Local Culture*. 2 (2), 128-130.
- Lestari, A, et al. (2024). Variasi Bahasa Dalam Konten Channel Youtube Jurnalrisa (Pengembangan Bahan Ajar Pembelajaran Teks Narasi KD 4.4 Kelas VII). *Jurnal Diksatrasi*. 8 (1), 44-46.
- Lestari, G. M. & Delfia, E. (2021). *Bahasa Indonesia untuk SMP Kelas VIII*. Jakarta: Kemendikbudristek.
- Hudson, R. A. (1995). *Sosiolinguistik*. (Terjemahan) Rochayah & Djamil, M. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Kusumaningsih, S, et al. (2021). *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya: Global Aksara Pres.
- Muakhor, T. N. A. (2021). Variasi Bahasa dalam Jual Beli Online/Marketplace Instagram. *Jurnal Diksatrasi*. 5 (2), 210.
- Purnami, W. H. (2022). The Language Use in TikTok Social Media as A Means of Entertainment for the Community. *Language, Literature, and Community Research Center, National Research and Innovation Agency*. 722, 638-640.
- Putri, E. A. (2024). An Analysis of Register Used by Online Shop Seller on TikTok Live. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*. 7 (1), 118-119.
- Putri, M. A. (2021). *Variasi Bahasa dalam Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Dupa Jalan Merpati Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyam Damai Kota Pekanbaru*. (Skripsi, Universitas Islam Riau)
- Rosiyana, R. N, et al. (2021). A New Digital Marketing Area For E-Commerce Business. *Jurnal Injuratech*, 1 (2), 371.
- Septiani, R. A. & Firmialy, S. D. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5 (2), 425-426.

- Sulistiyani, S. & Prasetyo, G. T. (2024). Language Variations of Adolescents on TikTok Social Media. *Metathetisis*. 8 (1), 37-39.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Supardi. (2020). *Landasan Pengembangan Bahan Ajar*. Mataram: Sanabil.
- Surmarsono. (2014). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Susanti, S. (2023). *Variasi Bahasa dalam Jual Beli Online Marketplace Instragram*. (Skripsi, Universitas Galuh).
- Susanti, S. (2023). Variasi Bahasa dalam Jual Beli Online Marketplace Instragram. *Jurnal Diksatrasia*. 7 (2), 561.
- Susylowati, E, et al. (2024). *Sosiolinguistik Teori dan Aplikasi*. Klaten: Penerbit Underline
- Waraulia, A. M. (2020). *Bahan Ajar: Teori dan Prosedur Penyusunan*. Madiun: UNIPMA Press.
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Pengelolaan Media.
- Yuberti. (2014). *Teori Pembelajaran dan Pengembangan Bahan Ajar dalam Pendidikan*. Lampung: Anugrah Utama Raharja (AURA).