

VARIASI BAHASA DALAM JUALAN ONLINE SHOP PADA AKUN SOSIAL MEDIA TIKTOK

Lina Melati Kusuma Dewi¹, Herdiana², Heryanto Gunawan³

^{1,2,3} Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Galuh

Email: : linamltkd@gmail.com, herdianapbi@unigal.ac.id,
heryanto_gunawan@unigal.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi bahasa dari jualan online shop pada akun sosial media tiktok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui teknik simak catat dari media sosial tiktok akun @skintific_id, @camillebeauty_official dan @basreng.sultan.bandung yang kemudian dianalisis dengan teknik klasifikasi dan deskripsi. Dari hasil analisis, ditemukan tiga variasi bahasa yaitu variasi bahasa gaul, variasi bahasa slang, dan variasi bahasa asing. Variasi bahasa gaul yaitu bahasa remaja yang unik dan menyimpang dengan makna aslinya. Variasi bahasa slang yaitu variasi bahasa yang rahasia dan dapat berubah seiring waktu. Variasi bahasa asing yaitu penggunaan kosakata dari bahasa lain dalam kehidupan sehari-hari. Terjadinya variasi bahasa tersebut mempermudah antara penjual dengan pembeli pada penjualan online.

Kata Kunci : variasi bahasa; tiktok; bahasa gaul; bahasa slang; bahasa asing.

Abstract

This study aims to describe the language variations of online shop sales on TikTok social media accounts. This study uses a descriptive qualitative approach with a data collection method through the observation and note-taking technique from TikTok social media accounts @skintific_id, @camillebeauty_official and @basreng.sultan.bandung which are then analyzed using classification and description techniques. From the results of the analysis, three language variations were found, namely slang language variations, slang language variations, and foreign language variations. Slang language variations are unique teenage languages that deviate from their original meaning. Slang language variations are secret language variations that can change over time. Foreign language variations are the use of vocabulary from other languages in everyday life. The occurrence of these language variations makes it easier for sellers and buyers in online sales.

Keywords : language variations; tiktok; slang; foreign language.

Pendahuluan

Chaer dan Agustina (2010:11) menyatakan bahwa “Bahasa adalah sebuah sistem artinya bahasa tidak dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara

tetap dan dapat dikaidahkan". Menurut Gorys Keraf bahasa yaitu alat komunikasi antara satu anggota masyarakat dengan menggunakan simbol bunyi yang dihasilkan dari alat ucap manusia. Fungsi utama bahasa adalah sebagai alat komunikasi antar manusia, baik lisan maupun tulis. Berdasarkan pendapat para ahli yang sudah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa bahasa adalah alat komunikasi atau interaksi antar masyarakat yang dihasilkan dari alat ucap manusia.

Menurut Chaer dan Agustina (2010:61), variasi bahasa merupakan bentuk keragaman bahasa yang muncul karena para penutur berasal dari latar belakang yang tidak seragam serta dipengaruhi oleh banyaknya jenis interaksi sosial. Hal ini didukung oleh Setiawati (2019:2) yang menyatakan bahwa variasi atau ragam bahasa merupakan bentuk tuturan yang muncul dalam konteks masyarakat ketika mereka berinteraksi satu sama lain. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa ketidakteraturan dalam latar belakang pengguna bahasa menjadi faktor utama munculnya variasi dalam berbahasa.

Keberagaman bahasa tidak hanya terjadi karena para penuturnya berasal dari latar belakang yang berbeda, tetapi juga karena bentuk interaksi sosial yang mereka jalani sangat bervariasi (Suandi, 2014:34). Keragaman bahasa ini akan semakin meluas apabila digunakan oleh banyak penutur dan tersebar dalam wilayah yang luas. Menurut Hartman dan Stork (1972) (dalam Chaer dan Agustina, 2010:62), variasi bahasa dibedakan menjadi tiga berdasarkan kriteria, yakni latar belakang geografi dan sosial penutur, media yang digunakan, serta kondisi sosial penutur yang santun. Dalam praktiknya, setiap aktivitas manusia dapat memicu atau membutuhkan adanya keberagaman bahasa. Keberagaman ini akan terus berkembang apabila bahasa tersebut dipakai oleh banyak penutur dan tersebar di wilayah yang luas.

Variasi bahasa tampak dalam aktivitas jual beli online, serupa dengan transaksi secara langsung. Bahasa yang digunakan dalam jual beli online cenderung lebih modern karena mengikuti perkembangan tren zaman. Istilah-istilah yang muncul sering kali tidak digunakan dalam percakapan sehari-hari, bahkan ada kata-kata yang memiliki makna berbeda tergantung pada konteks penggunaannya. Penggunaan bahasa tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya transaksi di dunia digital. Bahasa yang digunakan cenderung mengikuti tren, sehingga terdengar lebih kekinian. Dalam praktiknya, terdapat berbagai variasi bahasa seperti penggunaan bahasa gaul dan bahasa asing, yang mempermudah proses komunikasi dalam transaksi jual beli online.

Media sosial tiktok menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat, terutama kalangan remaja. Sebagai media yang tengah viral, tiktok memiliki potensi besar dalam mendukung kegiatan periklanan berbagai produk. Penggunaannya tidak hanya terbatas pada hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen serta mendorong pertumbuhan pendapatan bisnis melalui konten yang kreatif. Tiktok memberikan kemudahan bagi penggunaanya dalam memasarkan produk dengan tujuan tercapainya transaksi jual beli. Konten yang disajikan pun beragam, mulai dari video pendek informatif hingga promosi interaktif yang menarik perhatian audiens. Melalui fitur-fitur seperti live streaming dan kolaborasi dengan influencer, pelaku usaha dapat membangun kedekatan dengan calon pembeli secara lebih personal.

Pembelajaran teks negosiasi dengan variasi bahasa di tiktok tidak hanya meningkatkan pemahaman siswa tentang konsep negosiasi, tetapi juga mengembangkan keterampilan literasi digital mereka. Tiktok sebagai platform yang banyak digunakan remaja, menghadirkan berbagai contoh komunikasi dalam bentuk live jualan, promosi produk, hingga interaksi antara penjual dan pembeli yang dapat

digunakan dengan penggunaan bahasa gaul, slang, dan bahasa asing. Siswa belajar untuk secara kritis menganalisis informasi yang mereka temukan di media sosial, serta untuk menggunakan platform tersebut secara kreatif dan bertanggung jawab. Pembelajaran ini tidak hanya relevan dengan kurikulum, tetapi juga mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan komunikasi di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji variasi bahasa yang digunakan dalam jualan online di tiktok dan relevansinya dengan pembelajaran teks negosiasi. Memahami variasi bahasa yang digunakan dalam praktik negosiasi di tiktok, diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi pengembangan materi pembelajaran teks negosiasi yang lebih kontekstual dan menarik bagi siswa. Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan bahan ajar Bahasa Indonesia teks negosiasi kelas X Capaian pembelajaran tersebut Peserta didik mampu mengkreasi ungkapan sesuai dengan norma kesopanan dalam berkomunikasi, termasuk dalam konteks diskusi dan negosiasi.

Metode

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik variasi bahasa pada jualan online shop media sosial tiktok. Menurut Sugiyono (2022) metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Penggunaan metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan variasi bahasa dalam konteks jual beli secara lebih mendalam dan alami, sesuai dengan kondisi nyata yang terjadi di media sosial tiktok.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data diantaranya sebagai berikut.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal yang sangat penting dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Sumber informasi yang didapat dari teknik studi pustaka yaitu berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, tesis, disertasi yang nantinya akan digunakan sebagai bahan referensi saat penelitian.

2. Teknik Simak catat

Teknik ini dilakukan dengan cara mengamati secara cermat penggunaan bahasa dalam aktivitas jualan online di tiktok. Hasil dari pengamatan tersebut, data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengetahui adanya penggunaan variasi bahasa gaul, bahasa slang, serta bahasa asing. Sudaryanto (2015:205-206) mengatakan bahwa teknik pencatatan dilakukan setelah teknik awal atau dasar dan dilakukan dengan sebuah alat tulis tertentu. Teknik ini dilakukan dengan cara mencatat data-data yang dihasilkan dari menyimak.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) “dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian”. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara menelaah berbagai dokumen atau catatan yang relevan

dengan penelitian. Dokumen ini biasanya berupa teks tertulis, gambar, video atau bahkan objek fisik.

Teknik Analisis Data

Aktivitas dalam analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan data dan verifikasi disebut dengan analisis data Model Miles and Huberman (Sugiyono, 2019).

1. Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka yaitu langkah awal yang krusial dalam penelitian ini. Lewat studi pustaka, peneliti melakukan penelusuran dan pengkajian terhadap berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian.

2. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2019), data yang diperoleh dari lapangan biasanya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan mendetail. Setelah proses pengumpulan data, dilakukan tahap reduksi data, yaitu merangkum, memilah, dan memilih informasi penting, memfokuskan pada hal-hal yang relevan, serta mengidentifikasi tema dan pola tertentu, sambil menghilangkan data yang tidak diperlukan. Reduksi data menjadi langkah penting dalam analisis karena membantu peneliti menyederhanakan dan memfokuskan data agar lebih mudah disajikan dan dipahami sesuai tujuan penelitian.

3. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian data, di mana data yang telah dipilih akan disusun secara sistematis dalam pola-pola tertentu agar lebih mudah dipahami. Pada penelitian kualitatif, data umumnya disajikan dalam bentuk uraian naratif. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai apa yang terjadi, sekaligus mempermudah dalam merancang langkah atau analisis selanjutnya.

4. Menarik Simpulan dan Verifikasi Data

Tahap penarikan simpulan dan verifikasi menghasilkan simpulan awal yang bersifat sementara dan dapat berubah apabila ditemukan bukti baru yang lebih meyakinkan dalam proses pengumpulan data berikutnya. Simpulan dapat dianggap kredibel apabila didukung oleh data yang valid dan tetap konsisten saat peneliti melakukan pengumpulan informasi ulang di lapangan. Penelitian kualitatif biasanya menghasilkan simpulan berupa temuan baru yang belum pernah terungkap sebelumnya. Temuan tersebut bisa berupa deskripsi atau penjelasan mengenai objek yang awalnya belum jelas namun menjadi lebih terang setelah melalui proses penelitian secara mendalam.

Hasil dan Pembahasan Data Hasil Penelitian

Penelitian ini data yang dikaji berupa kata atau kalimat yang terucap dari akun penjual online di tiktok yaitu @skintific_id, @camillebeuty_official dan @basreng.sultan,bandung. Data yang dikumpulkan berjumlah 17, diantaranya ada variasi bahasa gaul, variasi bahasa slang, dan variasi bahasa asing. Dengan indikator

ada singkatan, pemendekan kata, kosakata khas, khusus rahasia dan penghilangan fonem awal. Data tersebut diperoleh melalui teknik simak catat.

Pembahasan

Variasi Bahasa

Variasi bahasa muncul karena tidak seragamnya pengguna bahasa. Hartman dan Stork (1972) (dalam Chaer dan Agustina 2010:62) menyatakan variasi bahasa dibedakan variasi bahasa dalam 3 kriteria, yaitu sebagai berikut. Latar belakang geografi dan sosial penutur, Media yang digunakan, dan Sosial penutur santun. Penjelasan yang pertama bermaksud perbedaan wilayah dan kondisi sosial penutur membuat bahasa yang digunakan menjadi beragam, karena setiap daerah atau kelompok sosial memiliki ciri khas bahasanya sendiri. Kedua, media atau sarana penyampaian pesan, baik lisan maupun tulisan, memengaruhi bentuk dan gaya bahasa yang digunakan. Ketiga, sikap dan kesantunan sosial penutur juga menentukan bagaimana seseorang memilih kata dan gaya bahasa sesuai dengan situasi, lawan bicara, dan konteks sosialnya. Jadi, variasi bahasa merupakan cerminan dari kompleksitas dan keberagaman dalam masyarakat berbahasa.

Variasi Bahasa Gaul

Menurut Mulyana (dalam Sari 2015:2), bahasa gaul adalah sejumlah kata atau istilah yang mempunyai arti yang khusus, unik, menyimpang atau bahkan bertentangan dengan arti yang lazim ketika digunakan oleh orang-orang dari subkultur tertentu. Secara keseluruhan, bahasa gaul dapat dipahami sebagai ragam bahasa yang berkembang dalam komunitas tertentu dengan ciri penggunaan kosakata yang tidak sesuai dengan arti dalam bahasa baku, melainkan memiliki makna khas yang hanya dipahami oleh anggota kelompok tersebut. Jenis bahasa ini umumnya lebih sering digunakan oleh kalangan remaja sebagai bagian dari gaya komunikasi mereka.

Variasi Bahasa Slang

Kridalaksana (1982:156) mengemukakan bahwa “Bahasa slang adalah ragam bahasa yang tidak resmi dipakai oleh kaum remaja atau kelompok sosial tertentu untuk komunikasi intern sebagai usaha orang diluar kelompoknya tidak mengerti, berupa kosakata yang serba baru dan berubah-ubah”. Bahasa gaul merupakan salah satu bentuk folklore yang termasuk dalam kategori ujaran rakyat, dan dalam ujaran rakyat ini, ia tergolong sebagai bentuk slang atau ucapan populer. Bahasa slang bisa terdiri dari satu kalimat maupun hanya berupa satu kata yang tidak umum atau tidak lazim dalam bahasa Indonesia resmi. Lebih lanjut, slang ini kemudian berkembang menjadi bentuk cant, yaitu sebuah bahasa rahasia yang digunakan oleh kelompok tertentu. Kelompok yang dimaksud biasanya berasal dari kalangan anak muda atau orang-orang yang menganggap dirinya masih muda. Namun, bahasa slang dalam bentuk cant ini umumnya tidak bersifat permanen, karena cenderung berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman (Sahertian, 2008:5).

Variasi Bahasa Asing

Menurut Kridalaksana (2001:21) “Bahasa asing (foreign language) adalah bahasa yang dikuasai oleh bahasawan, biasanya melalui pendidikan formal dan pendidikan yang secara sosiokultural tidak dianggap bahasa sendiri”. Bahasa asing tidak didapat dari bahasa ibu, tetapi didapat dari pendidikan formal. Bahasa asing umumnya tidak menjadi bahasa utama dalam kehidupan sehari-hari. Dapat disimpulkan bahwa bahasa asing merupakan bahasa luar yang dipelajari secara sadar dan terstruktur, dan penggunaannya terbatas pada situasi tertentu, seperti

pendidikan, pekerjaan, atau komunikasi internasional, bukan sebagai bahasa utama dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

Berikut ini pembahasan mengenai variasi bahasa dalam jualan online yang terdapat di media sosial tiktok.

1. Pembahasan akun @skintific_id.

Skintific memiliki akun tiktok dengan username @Skintific_id yang memiliki cukup banyak pengikut yaitu sebanyak 3,3 juta dan total suka sebanyak 18,3 juta pada konten-konten yang disajikan. Skintific didirikan oleh Kristen Tveit dan Ann-Kristin Stokke. Skintific merupakan salah satu brand skincare yang telah berdiri sejak tahun 1957 di Kanada. Distribusi dan izin resmi Skintific di Indonesia dipegang oleh PT May Sun Yvan. Perusahaan ini memiliki kantor pusat yang berlokasi di Mega Kuningan, Kuningan Timur, Jakarta Selatan. PT May Sun Yvan dipimpin oleh Dedi Irawan Sinuhaji selaku direktur. Pada tahun 2024, Skintific melalui PT May Sun Yvan juga bekerja sama dengan PT Meiyume Manufacturing di Indonesia yang secara khusus memproduksi produk pelembapnya.

Menjelang akhir tahun 2021, Skintific mulai memperkenalkan produknya di pasar Indonesia dengan menawarkan pelembap andalan yang diklaim dapat memperkuat lapisan pelindung kulit. Pada peluncuran perdananya, Skintific menghadirkan dua produk sekaligus, salah satunya adalah Skintific 5x Ceramide Barrier Repair Moisture Gel yang diformulasikan dengan kandungan hyaluronic acid, centella, dan marine collagen. Kombinasi bahan tersebut berfungsi untuk menjaga kelembapan kulit, memperbaiki kondisi kulit, serta memperkuat skin barrier. Produk ini dengan cepat menarik perhatian masyarakat, khususnya lewat media sosial seperti TikTok, hingga akhirnya menjadi sangat populer dalam waktu singkat.

Hasil penelitian yang di dapat yaitu ada kata “mimin, BTW, ready, close order dan Flash sale”. Berikut penjelasan nya.

Mimin

“Harga ini cuma sampe jam 3 sore alias 7 menit lagi. Harga nya sudah di set sama mimin nya sayang”.

Berdasarkan data tersebut kata “mimin” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian dari penghilangan fonem awal dalam jualan online. Kata “mimin” adalah bentuk bahasa gaul yang berasal dari pemendekan atau pelesapan fonem awal dari kata “admin” yaitu orang yang mengelola akun media sosial, toko online, atau forum daring. Dalam percakapan jual beli online, istilah ini sering digunakan untuk menyebut pihak penjual atau pengelola toko. Menurut penulis, Bahasa Indonesia yang baku nya ialah sebagai berikut.

“Harga spesial ini berlaku hingga pukul 15.00, dengan kata lain hanya tersisa 7 menit lagi. Harga tersebut telah ditetapkan oleh admin.”

BTW

“10 menit lagi aja. Jadi kalo temen-temen masih mau belanja-belanja. BTW sunscreen kita stok nya sisa 2”.

Berdasarkan data tersebut “BTW” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian dari singkatan kata dalam jualan online. Kalimat ini menyatakan bahwa kata “BTW” (singkatan dari “by the way”) adalah bentuk variasi bahasa asing yang digunakan dalam percakapan jual beli online. Penggunaan istilah ini dianggap sebagai penyimpangan karena tidak sesuai dengan kaidah Bahasa Indonesia yang baku. Penulis menyarankan penggunaan padanan Bahasa Indonesia yang lebih tepat, ialah sebagai berikut.

"Batas waktu pemesanan akan diperpanjang selama 10 menit. Silakan bagi yang ingin berbelanja untuk segera menyelesaikan pesannya. Sebagai informasi tambahan, sunscreen kami tersisa 2 buah."

Ready

"Etalase lagi disematin, barang nya ready siap kirim".

Berdasarkan data tersebut "ready" termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian dari kosa kata khas dalam jualan online. Kalimat ini menyatakan bahwa kata "ready" (bahasa Inggris, artinya siap atau tersedia) sering digunakan dalam jual beli online di Indonesia, misalnya oleh penjual yang menuliskan "barang ready" untuk menunjukkan bahwa produk tersedia. Namun, ini dianggap sebagai penyimpangan dari Bahasa Indonesia yang baku, karena mencampurkan bahasa asing secara langsung tanpa penyesuaian. Menurut penulis, Bahasa Indonesia yang baku nya ialah sebagai berikut.

"Produk di etalase sedang diperbarui, barang tersedia dan siap untuk dikirim."

Close Order

"Tapi yang mau ikut pengemasan hari ini biar kita langsung kirim. Kamu belanja sebelum jam 3. Jam 3 kita close order."

Berdasarkan data tersebut "close order" termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian dari kosa kata khas dalam jualan online. Kalimat ini menjelaskan bahwa istilah "close order" (yang artinya penutupan pemesanan atau batas akhir pemesanan) merupakan bentuk penyimpangan dari segi penggunaan bahasa, karena merupakan serapan langsung dari bahasa Inggris yang belum disesuaikan dengan kaidah Bahasa Indonesia. Dalam konteks jualan online, kata ini menjadi kosakata khas yang lazim digunakan pelaku usaha atau penjual, meskipun secara tata bahasa tidak baku. Penulis berpendapat bahwa seharusnya digunakan padanan kata dalam bahasa Indonesia yang lebih tepat, seperti berikut.

"Namun, bagi yang ingin pesannya segera dikirimkan, silakan mengikuti proses pengemasan hari ini. Batas waktu pemesanan adalah pukul 15.00."

Flash sale

"Yang masih pengen murah terima di harga flash sale kita kakak bisa bayar dari sekarang."

Berdasarkan data tersebut kata "flash sale" termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian dari kosa kata khas dalam jualan online. Kata "flash sale" adalah istilah dalam bahasa Inggris yang sangat populer dalam dunia jual beli online. Secara harfiah, "flash sale" berarti penjualan kilat, yaitu promosi atau diskon besar-besaran dalam waktu yang sangat singkat (biasanya hanya beberapa jam). Tujuannya untuk menarik pembeli agar segera melakukan pembelian karena waktu terbatas. Penggunaan kata "flash sale" dalam jualan online di Indonesia sudah sangat umum, tetapi tetap dianggap sebagai penyimpangan dari segi kebahasaan karena tidak menggunakan bahasa Indonesia yang baku. Menurut penulis, Bahasa Indonesia yang baku nya ialah sebagai berikut.

"Bagi Anda yang berminat mendapatkan harga promosi kilat, pembayaran dapat dilakukan mulai saat ini."

2. Pembahasan akun @camillebeauty_official.

Camille Beauty adalah sebuah brand kecantikan yang merupakan usaha rintisan di bidang produk perawatan dan kosmetik. Didirikan pada tahun 2018 oleh Nadya Shavira, perusahaan ini berlokasi di Jalan Cipinang Muara 2 RT. 01/03, Pondok Bambu,

Duren Sawit, Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13430. Di platform tiktok, Camille Beauty memiliki akun resmi dengan username @camillebeauty_official yang telah diikuti oleh 928,8 ribu pengguna dan memperoleh total 11,8 juta tanda suka.

Produk Camille Beauty berupa masker organik yang tersedia dalam berbagai varian, seperti stroberi, lemon, teh hijau, coklat, susu, dan kopi. Setiap varian memiliki kandungan yang berbeda, sehingga konsumen bisa memilih sesuai dengan kebutuhan perawatan kulit masing-masing, menyesuaikan dengan kondisi kulit yang beragam. Masker ini diracik langsung oleh Nadya Shavira bersama ibunya yang berprofesi sebagai apoteker.

Pada tahun 2020, Nadya mulai memperkenalkan Camille Beauty melalui akun TikTok miliknya. Konten yang diunggah berisi informasi seputar bahan-bahan dalam produk, cara penggunaan, hasil pemakaian, serta hiburan yang menarik. Bahkan, dalam satu hari pengguna bisa menikmati hingga dua video sekaligus dari akun tersebut.

Hasil penelitian yang di dapat yaitu ada kata “bro, jamet, discount, gue, beh, ambyar pol dan join live. Berikut penjelasan nya.

Bro

“Daycream gue abis Mamiya. Oke kita ke daycream. Daycream Ma, daycream Ma boleh. Daycream bro. Oke bro”.

Berdasarkan data tersebut kata “bro” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian kosa kata khas dalam jualan online. Kata “bro” adalah istilah bahasa gaul yang berasal dari bahasa Inggris “brother” yang berarti saudara laki-laki. Dalam percakapan sehari-hari, terutama di kalangan anak muda dan dalam jualan online, “bro” digunakan sebagai sapaan akrab untuk teman laki-laki atau pembeli agar terkesan santai dan dekat. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Krim siang saya habis, Mamiya. Baiklah, kita akan membahas krim siang. Krim siang, boleh. Krim siang, baik."

Jamet

“Parah banget. Ko gitu si gue bilangin jamet”.

Berdasarkan data tersebut kata “jamet” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian slang atau khusus rahasia. Kata “jamet” adalah istilah bahasa gaul slang yang digunakan dalam percakapan sehari-hari di Indonesia, terutama di kalangan anak muda. Kata ini biasanya dipakai untuk menyebut seseorang yang dianggap memiliki gaya atau perilaku yang kurang sopan, norak, atau kurang sesuai dengan norma sosial tertentu. Menurut penulis, Bahasa Indonesia yang baku nya ialah sebagai berikut.

"Saya tidak setuju dengan tindakan tersebut. Tolong beritahu orang itu untuk mengubah perilakunya."

Discount

“Habis ini aku 3 kali discount doang ya guys, guys, guys”.

Berdasarkan data tersebut kata “discount” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian kosa kata khas dalam jualan online. Kata “discount” berasal dari bahasa Inggris yang berarti potongan harga atau pengurangan harga dalam transaksi jual beli. Dalam konteks jualan online, istilah ini sangat sering digunakan untuk menarik minat pembeli dengan menawarkan harga yang lebih murah dari harga asli. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Setelah ini, hanya akan ada tiga kali potongan harga."

Gue

"Suka banget daycream nya ga bikin dempul malah bikin glowing di muka gue. Pokok nya suka banget".

Berdasarkan data tersebut kata "gue" termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian kosa kata khas. Kata "gue" merupakan salah satu bentuk bahasa gaul yang digunakan dalam percakapan sehari-hari, terutama oleh kalangan anak muda di Indonesia. Kata ini berfungsi sebagai pengganti kata "saya" atau "aku" dalam Bahasa Indonesia baku. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Saya sangat menyukai krim siang ini. Krim ini tidak membuat wajah tampak dempul, tetapi justru memberikan efek bercahaya. Saya sangat menyukai produk ini."

Beb

"Mamiya nya ada di BeenBoo tau beb."

Berdasarkan data tersebut kata "beb" termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian slang atau khusus rahasia. Penggunaan kata ini hanya cocok dalam komunikasi santai dan akrab, namun tidak dianjurkan dalam konteks formal atau pembelajaran bahasa. Oleh karena itu, dalam situasi resmi, sebaiknya digunakan kata yang lebih baku dan sopan sebagai pengganti. Menurut penulis, Bahasa Indonesia yang baku nya ialah sebagai berikut.

"Ibu sedang berada di BeenBoo."

Ambyar pol

"Camille 2.2 bareng Mamiya harga ambyar pol."

Berdasarkan data tersebut kata "ambyar pol" termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian kosa kata khas dalam jualan online. Kata "ambyar pol" merupakan istilah dalam bahasa gaul yang populer terutama di kalangan anak muda. "Ambyar" berarti hancur, kacau, atau sangat sedih. "Pol" adalah penegas yang berarti sangat atau benar-benar.

Jadi, "ambyar pol" berarti kondisi yang sangat kacau atau sangat sedih, digunakan untuk mengekspresikan perasaan secara berlebihan. Kata ini digunakan dalam konteks informal untuk mengekspresikan sesuatu secara berlebihan atau dramatis. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Produk Camille 2.2 yang dipasarkan bersama Mamiya ditawarkan dengan harga yang sangat terjangkau."

Join live

"Satu set nya kapan ready? Kalo untuk kapan ready nya itu aku ga bisa pastiin. Paling kamu sering-sering join live aja si sayang ya."

Berdasarkan data tersebut kata "join live" termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian kosa kata khas dalam jualan online. Kata "join live" berasal dari bahasa Inggris yang sering digunakan dalam konteks jualan online, khususnya ketika penjual mengadakan siaran langsung (live streaming) untuk mempromosikan produk dan mengajak pembeli ikut berpartisipasi secara langsung. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Kapan satu set produk akan tersedia? Mengenai ketersediaan produk, saya belum dapat memastikannya. Sebaiknya Anda sering bergabung dalam siaran langsung kami untuk mendapatkan informasi terbaru."

3. Pembahasan akun basreng.sultan.bandung.

Yuli Sri Nuraeni, salah satu pengusaha sukses asal Bandung, berhasil merintis dan mengembangkan bisnis camilan Baso Goreng (Basreng) dengan merek dagang Basreng Sultan Bandung melalui pemanfaatan fitur siaran langsung di media sosial. Akun TikTok bisnis ini menggunakan username @basreng.sultan.bandung, yang kini telah memiliki 1 juta pengikut dan mengumpulkan 10 juta tanda suka. Toko fisiknya berlokasi di Kampung Manjah Beureum RT 02/RW 03, Cileunyi Kulon, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, dengan kode pos 40621.

Pada tahun 2021, bisnisnya sempat mengalami kesulitan akibat kenaikan harga minyak goreng, yang memaksanya untuk mencari strategi baru demi mempertahankan usahanya. Akhirnya, Yuli memutuskan untuk beralih ke penjualan online, dimulai dari WhatsApp dan berkembang ke platform lain seperti Instagram, Shopee, dan Tiktok.

Yuli mengembangkan usahanya dengan memberdayakan tenaga kerja dari lingkungan sekitar, terutama para lansia, guna meningkatkan kapasitas produksi sekaligus memperluas jangkauan pemasaran produknya. Keberhasilan usahanya ditopang oleh penggunaan fitur live streaming di media sosial sebagai strategi utama. Sekitar 80 persen penjualannya berasal dari siaran langsung, bukan dari unggahan video promosi biasa, sebagaimana diungkapkan oleh Yuli. Saat ini, produk Basreng Sultan mampu diproduksi hingga 120 ton setiap bulan dan telah menjadi salah satu camilan yang cukup digemari masyarakat. Selain basreng, Yuli juga menghadirkan berbagai jenis camilan lain seperti usus goreng, tempe krispi, baso aci, sosreng, kue soes, hingga basreng mentah dengan harga yang ramah di kantong.

Hasil penelitian yang di dapat yaitu ada kata “mantul, endul, ongkir, COD dan CO.

Mantul

“Satu orang sudah beli mantul. Mantul makaroni nya bestie. Terima kasih banyak.”

Berdasarkan data tersebut kata “mantul” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian pemendekan kata dalam jualan online. Kata “mantul” adalah bentuk pemendekan kata dari “mantap betul” yang sering digunakan dalam bahasa gaul untuk menyatakan sesuatu yang sangat bagus, keren, atau memuaskan. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

“Satu orang telah membeli dan memberikan ulasan yang memuaskan. Makaroni ini sangat enak. Terima kasih banyak.”

Endul

“Etalase 17 ini ada kue soes. Ada rasa vanilla, coklat sama kacang. Ya ini ada rasa coklat nya bestie endul pisan.”

Berdasarkan data tersebut kata “endul” termasuk pada variasi bahasa gaul bagian slang atau khusus rahasia dalam jualan online. Kata ini bisa jadi merupakan kata sandi, nama panggilan, atau istilah khusus yang hanya dipahami oleh kelompok tertentu dan tidak umum diketahui orang luas. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

“Di etalase nomor 17, tersedia kue sus dengan varian rasa vanilla, cokelat, dan kacang. Varian rasa cokelat sangat direkomendasikan karena memiliki cita rasa yang lezat.”

Ongkir

“Ongkir nya mahal. Jangan lupa follow, jangan lupa follow dulu trus diklaim voucher nya.”

Berdasarkan data tersebut kata “ongkir” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa gaul bagian pemendekan kata dalam jualan online. Kata “ongkir” adalah bentuk pemendekan kata dari “ongkos kirim” yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, terutama dalam konteks jualan online untuk menyebut biaya pengiriman barang. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Biaya pengiriman mungkin relatif tinggi. Jangan lupa untuk mengikuti toko kami dan mengklaim voucher yang tersedia."

COD

"Buat yang belum checkout mending buruan sekarang ya. Mau payment langsung bisa, atau COD juga bisa."

Berdasarkan data tersebut kata (COD) termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian singkatan dalam jualan online. Kata “COD” merupakan singkatan dari bahasa Inggris “Cash On Delivery”, yang berarti metode pembayaran dimana pembeli membayar barang secara tunai saat barang diterima. Menurut penulis, Bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Untuk yang belum melakukan pembayaran, silakan segera lakukan sekarang. Pembayaran dapat dilakukan secara langsung atau dengan metode bayar ditempat."

CO

"Usus nya mau yang pedes apa yang ori? Ada dua varian pedas daun jeruk dan original daun jeruk. Buat yang mau siapa lagi gasken langsung checkout."

Berdasarkan data tersebut kata “checkout (CO)” termasuk pada penyimpangan variasi bahasa asing bagian singkatan dalam jualan online. Kata “CO” berasal dari bahasa Inggris yang biasanya digunakan dalam konteks transaksi jual beli online atau di toko, yang berarti proses menyelesaikan pembelian atau pembayaran setelah memilih barang. Menurut penulis, bahasa Indonesia nya yang baku ialah sebagai berikut.

"Apakah Anda ingin usus dengan rasa pedas atau original? Tersedia dua varian, yaitu pedas daun jeruk dan original daun jeruk. Silakan segera lakukan pemesanan."

Kajian Pembahasan

Karakteristik variasi bahasa asing lebih mendominasi dari pada variasi bahasa gaul dan slang. Bahasa asing bersifat universal dan lebih mudah dipahami oleh audiens lintas negara, sehingga produk yang menggunakan istilah asing berpotensi menarik perhatian pembeli dari luar negeri maupun pasar lokal yang sudah terbiasa dengan istilah global. Penggunaan istilah asing juga memberikan nilai tambah pada citra produk. Produk terlihat lebih modern, kompetitif, dan mengikuti perkembangan tren global.

Variasi bahasa asing lebih sering dicari dan dikenali oleh sistem, sehingga produk dengan istilah asing lebih mudah ditemukan. Berbeda dengan variasi bahasa gaul atau slang memiliki sifat yang sangat kontekstual atau sering kali hanya dimengerti oleh kelompok tertentu dan cepat berubah sesuai tren. Secara keseluruhan, bahasa asing memberikan lebih banyak keuntungan strategis dalam penjualan online dibandingkan bahasa gaul yang cenderung terbatas dan tidak stabil.

Penggunaan bahasa asing secara berlebihan bisa mengurangi nilai penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta mengesampingkan aspek edukatif dalam komunikasi. Jadi, penggunaan bahasa asing dalam jualan online perlu disesuaikan dengan sasaran pasar, konteks produk, dan keseimbangan dengan bahasa Indonesia agar tetap efektif dalam menyampaikan pesan dan membangun citra yang tepat.

Penjual juga perlu mempertimbangkan pemahaman konsumen terhadap istilah asing agar tidak menimbulkan kebingungan. Penggunaan bahasa yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga mencerminkan sikap profesional dan menghargai keberagaman bahasa dalam masyarakat. Dengan begitu, komunikasi dalam jualan online dapat berlangsung secara optimal tanpa mengabaikan identitas bahasa nasional.

Kesimpulan

Karakteristik variasi bahasa Indonesia yang terdapat dalam jualan online media sosial tiktok dari akun @skintific_id, @camillbeauty_official dan @basreng.sultan.bandung yaitu adanya variasi bahasa asing, variasi bahasa gaul dan variasi bahasa slang. Terdapat variasi bahasa gaul yaitu bahasa khas remaja yang unik, menyimpang dan bertentangan dengan arti lazimnya. Indikator dari variasi bahasa gaul yaitu ada penghilangan fonem awal, kosakata khas, dan pemendekan kata. Terdapat variasi bahasa slang yaitu variasi bahasa sosial yang bersifat khusus dan rahasia serta bisa berubah seiring waktu. Indikaor dari variasi bahasa slang yaitu ada khusus rahasia. Terdapat variasi bahasa asing yaitu penggunaan kosakata dari bahasa lain dalam kehidupan sehari-hari. Indikator dari variasi bahasa asing ayitu ada singkatan dan kosakata khas. Peneliti menemukan 17 variasi bahasa diantaranya ada enam variasi bahasa gaul, tiga variasi bahasa slang, dan delapan variasi bahasa asing.

Daftar Pustaka

- Andina, B. P. A. (2022). Pengaruh Terpaan Isi Pesan Iklan Akun Tiktok Camille Beauty Dengan Menggunakan Infuencer Terhadap Minat Beli Produk Camille Beauty. Jurnal Atma Jaya Yogyakarta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. (2010). Sociolinguistik Perkenalan Awal. Jakarta : Rineka Cipta.
- Baihaqi, Muhammad. (2021). Kompeten Berbahasa Indonesia untuk SMA/MA Kelas X. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Faiza, N dan Laksono, K. (2022). Variasi Bahasa Pada Aplikasi Jual Beli Online Shopee dan Tokopedia Edisi Januari 2022 : Kajian Sociolinguistik. Jurnal Bapala UNESA, vol 9 no.7, 140-151.
- Fretiagrisah, dkk. Variasi Bahasa dalam Penjualan Online Di Grup Facebook 'Busam': Tinjauan Sociolinguistik. Jurnal Bahasa Sastra, Seni dan Budaya. 6 (2), 618-657.
- Info, Bandung. (2024). Optimalisasi Fitur Live Media Sosial untuk Sukses Bisnis Basreng Sultan. (online). (<https://www.bandunginfo.com/blog/optimalisasi-fitur-live-media-sosial-untuk-sukses-bisnis-basreng-sultan>) (diakses 23 September 2024).
- Kosasih, E. (2020). Dasar-Dasar Kemahiran Bahasa Indonesia. Bandung: Yrama Widya.
- Kosasih, E. (2020). Pengembangan Bahan Ajar. Jakarta : Bumi Aksara.
- Livia, L. (2023). Korelasi kualitas penggunaan fitur live streaming dengan minat beli produk Skintific di TikTok (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Universitas Atma Jaya Yogyakarta. <https://e-journal.uajy.ac.id/30599/>

- Magnalena, Ina. et al. (2020). Analisis Bahan Ajar. Jurnal dan Pendidikan Ilmu Sosial, 2 (2), 311-326.
- Muakhor, Thorifah. (2021). Variasi Bahasa Dalam Jual Beli Online / Marketplace Instagram. Jurnal Diksatrasi, 5 (2), 206-211.
- Nadhiro, S. et al. (2023). Penggunaan Ragam Bahasa Dalam Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok @eatsambel. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9 (14), 642-643.
- Rosalina, dkk. Penggunaan Bahasa Slang di Media Sosial Twitter. Jurnal Buah: Pendidikan dan Pengajaran Bahasa. 2 (1). 248-255.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Afabeta.
- Yogatama, A. et al. (2023). Ragam Bahasa Komunikasi Pemasaran Produk Pada Media Sosial Tiktok Studi Kasus Akun UMKM di Indonesia. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7 (1), 2901.
- Yulianto, Eko, dkk. 2019. Penggunaan Bahasa Pada Transaksi Jual Beli Di Toko Dalam Jaringan (DARING) Kajian Sociolinguistik. Deiksis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.