

KARAKTERISTIK LARAS BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Feby Puspa Kencana

Universitas Galuh

email: febypuspakencana01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik kata dan kalimat dalam media sosial *instagram* dengan cara mencari beberapa akun bisnis media sosial *instagram* yang telah berhasil menjalankan bisnisnya kemudian menganalisis keterangan setiap produk yang diunggah dalam bentuk foto/video yang memuat kata-kata yang tepat, sesuai, dan meneliti kecenderungan kata yang sering digunakan serta menggunakan kalimat yang efektif. Sampel penelitian ini adalah 3 akun bisnis media sosial *instagram* yang masing-masing akun diambil 2 sample keterangan dalam produk yang diunggah dalam bentuk foto. Setiap pembisnis khususnya orang yang menjalankan bisnis melalui media sosial pasti akan menyertakan keterangan dalam setiap produk yang diunggah. Keterangan yang ditulis untuk menjelaskan foto atau video yang diunggah dalam media sosial sering kali tidak dipahami oleh pembaca. Penelitian dengan judul “Karakteristik Laras Bahasa dalam Media Sosial” dengan tujuan untuk mendeskripsikan karakteristik kata dan kalimat akun bisnis di media sosial *instagram*. Metode yang digunakan dalam penelitian karakteristik kata dan kalimat dalam akun bisnis media sosial *instagram* yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik data yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu teknik telaah pustaka, teknik observasi, teknik catat, teknik dokumentasi, dan teknik analisis. Teknik dalam mengolah data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan data. Hasil penelitian karakteristik kata dan kalimat pada akun bisnis media sosial *instagram* menunjukkan adanya ketepatan, kesesuaian, dan kecenderungan kata yang sering digunakan, serta keefektifan kalimat yang digunakan dalam penulisan keterangan atau *caption*. Implikasi dari laras bahasa tersebut berdampak pada proses belajar mengajar yaitu pada bahan ajar, supaya pembelajaran menjadi komunikatif.

Kata Kunci : Laras Bahasa

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu budaya manusia yang sangat tinggi nilainya karena dengan bahasa manusia dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar baik secara lisan maupun tulisan. Dengan bahasa pula manusia dimungkinkan dapat berkembang dan mengabstraksikan berbagai gejala yang muncul di sekitarnya. Jelas bahwa bahasa sangat penting perannya dalam kehidupan sosial dan boleh dikatakan bahwa

manusia akan selalu menggunakan bahasa mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi, bahkan dalam bermimpi manusia akan terus berbahasa. Kridalaksana (dalam Chaer, 2012:32), berpendapat bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasikan diri.

Dewasa ini bahasa tidak hanya digunakan dalam percakapan secara langsung, melainkan bahasa digunakan

dalam komunikasi tidak langsung, misalnya penyampaian berbagai informasi di media sosial, diantaranya media sosial *instagram*.

Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya (Zarella, 2010: 51). *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang sangat populer diberbagai kalangan. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya fungsi *instagram* yang sangat menguntungkan bagi masyarakat khususnya pengguna media sosial itu sendiri. *Instagram* berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama dengan *Instagram* dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* berasal dari instan-telegram. Fitur-fitur dalam media sosial *Instagram* ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Bambang (2012:53) dalam bukunya *Instagram Handbook* menyatakan indikator dari media sosial *Instagram* yaitu *Hastag, Geotag, follow, share, like, komentar dan mention*.

Fenomena zaman sekarang *instagram* tidak hanya digunakan untuk berbagi foto atau video, namun *instagram* kini banyak diminati karena fungsi lain yakni untuk keperluan berbisnis. Berbisnis dalam *instagram* cukup dengan mengunggah foto atau video yang disertai keterangan atas tujuan dari pengunggahan foto atau video yang akan diunggah dalam akun yang sudah *disetting* menjadi akun bisnis. Penulisan keterangan dalam foto atau video yang diunggah tentu menggunakan laras bahasa yang seharusnya karena hal tersebut akan menjadi penunjang keberhasilan bisnis yang dijalankan. Akun bisnis di media sosial *instagram* banyak yang tidak berjalan, bahkan tidak diminati sama sekali karena daya tarik dari promosi yang dilakukan kurang menarik hati para pengguna *instagram* lainnya. Hal tersebut terjadi karena penggunaan laras bahasa yang kurang tepat.

Menurut Wresniati (1997) laras bahasa berarti ragam bahasa (varian pengguna bahasa) yang dipergunakan oleh sekelompok pengguna bahasa tertentu menurut kesesuaian di antara bahasa dan pemakaiannya. Setiap laras dapat disampaikan secara lisan atau tulis dan dalam bentuk formal, semiformal, atau nonformal. Oleh karena itu, dalam menulis, kita harus menguasai berbagai laras yang berbeda agar dapat memilih laras yang tepat untuk khalayak sasaran. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar khalayak mampu memahami maksud dan tujuan kita dengan mudah secara jelas.

Bahasa

Bahasa mempunyai fungsi yang penting bagi manusia. Tanpa bahasa manusia akan kesulitan untuk memahami sesama, karena segala sesuatu yang dilakukan pasti akan menggunakan bahasa. Kridalaksana (dalam Chaer, 2012:32), bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasikan diri.

Sedangkan menurut Chaer dan Agustina (2010:10) “bahasa adalah sebuah system, artinya, bahasa itu dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan.”

Laras Bahasa

Ure dan Elis (1997) menganggap laras bahasa sebagai pola bahasa yang lazim digunakan mengikut keadaan tertentu. Hal ini bermakna, sesuatu situasi akan menentukan bentuk bahasa yang digunakkan oleh pengguna bahasa itu dan pemilihannya berdasarkan konvensi sosial masing-masing. Menurut Wresniati (1997) laras bahasa berarti ragam bahasa (varian pengguna bahasa) yang dipergunakan oleh sekelompok pengguna bahasa tertentu menurut kesesuaian di antara bahasa dan pemakaiannya.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut maka dapat disimpulkan Laras bahasa sama halnya dengan ragam dan variasi bahasa yang berkenaan dengan penggunaannya, pemakaiannya atau fungsinya (*fungsiolek*), Nababan (dalam Chaer dan Agustina 2010:68), ragam atau register.

Hartman dan Stork (dalam Chaer dan Agustina 2004:62) membedakan variasi berdasarkan kriteria (a) latar belakang

geografi dan sosial penutur, (b) medium yang digunakan, dan (c) pokok pembicaraan. Preston dan Shuy (dalam Chaer dan Agustina 2004:62) membagi variasi bahasa, khususnya untuk bahasa Inggris Amerika berdasarkan (a) penutur, (b) interaksi, (c) kode, dan (d) realisasi. Halliday (dalam Chaer dan Agustina 2004:62) membedakan variasi bahasa berdasarkan (a) pemakai yang disebut dialek, dan (b) pemakaian, yang disebut register. Sedangkan Mc David (dalam Chaer dan Agustina 2004:62) membagi variasi bahasa ini berdasarkan (a) dimensi regional, (b) dimensi sosial, dan (c) dimensi temporal.

Variasi bahasa dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu :

Variasi dari Segi Penutur

Variasi dari segi penutur dibagi menjadi tiga, yaitu *idiolek*, *dialek*, dan *kronolek*.

Variasi pertama yang kita lihat berdasarkan penuturnya adalah variasi bahasa yang disebut *idiolek*, yakni variasi bahasa yang bersifat perseorangan. Menurut konsep idiolek, setiap orang mempunyai variasi bahasanya atau idioleknnya masing-masing. Variasi idiolek ini berkenaan dengan “warna” suara, pilihan kata, gaya bahasa, susunan kalimat, dan sebagainya (Chaer dan Agustina, 2004:62), dalam hal mana idolek merupakan ujaran yang timbul dan hanya dipakai oleh seseorang yang bisa saja berbeda dengan orang lain sehingga menjadi ciri khas orang tersebut. Idiolek ini dipengaruhi oleh latar belakang penutur.

Variasi bahasa kedua berdasarkan penuturnya adalah yang disebut *dialek*, yakni variasi bahasa dari sekelompok penutur yang jumlahnya relatif, yang berada pada satu tempat, wilayah, atau area tertentu (Chaer dan Agustina, 2004:63). Dilihat dari pengertian dialek tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dialek merupakan variasi bahasa pada sekelompok masyarakat yang ada pada suatu tempat, wilayah, atau daerah tertentu. Perlu diketahui bahwa dialek cakupannya lebih kecil dari bahasa karena bersifat variasi bahasa pada dasarnya dialek merupakan bagian dari suatu bahasa tertentu.

Variasi ketiga berdasarkan penutur adalah yang disebut *kronolek* atau *dialek temporal*, yakni variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial pada masa tertentu (Chaer dan Agustina, 2002:64).

Variasi bahasa yang keempat berdasarkan penuturnya adalah apa yang disebut *sosiolek* atau *dialek sosial*, yakni variasi bahasa yang berkenaan dengan status, golongan, dan kelas sosial para penuturnya (Chaer dan Agustina, 2004:64). Kronolek lebih kepada variasi bahasa yang muncul karena pengaruh masa atau zaman. Kronolek ini lazimnya dipengaruhi oleh artis atau figur publik. Misalnya akhir-akhir ini sering muncul ungkapan “*zaman now*”, sebelumnya ada ungkapan “sakitnya tuh di sini”, “kacian deh loe”, dan lain-lain. Kepopuleran kosa kata ini tidak bertahan lama, karena begitu masuk zaman berikutnya, akan muncul ungkapan variasi baru untuk menyatakan sesuatu. Sehubungan dengan variasi bahasa berkenaan dengan tingkat, golongan, status, dan kelas sosial

para penuturnya, biasanya dikemukakan orang variasi bahasa yang disebut *akrolek*, *basilek*, *vulgar*, *slang*, *kolokial*, *jargon*, *argot*, dan *ken*. Ada juga yang menambahkan dengan yang disebut bahasa *prokem* (Chaer dan Agustina, 2004:66).

Variasi Bahasa dari Segi Pemakaian Variasi bahasa berkenaan dengan penggunaannya, pemakaiannya, atau fungsinya disebut *fungsiolk* (Nababan 1984), *ragam* atau *register*. Variasi ini biasanya dibicarakan berdasarkan bidang penggunaan, gaya, atau tingkat keformalan, dan sarana penggunaan. Variasi bahasa berdasarkan bidang pemakaian ini adalah menyangkut bahasa itu digunakan untuk keperluan atau bidang apa. Misalnya, bidang sastra jurnalistik, militer, pertanian, pelayaran, perkonomian, perdagangan, pendidikan, dan kegiatan keilmuan. (Chaer dan Agustina, 2004:68).

Variasi bahasa berdasarkan fungsi ini lazim disebut *register*. Dalam pembicaraan tentang register ini biasanya dikaitkan dengan masalahdialek. Kalau dialek berkenaan dengan bahasa itu digunakan oleh siapa, di mana, dan kapan, maka register berkenaan dengan masalah bahasa itu digunakan untuk kegiatan apa (Chaer dan Agustina, 2004:69).

a. Variasi dari Segi Keformalan

Berdasarkan tingkat keformalannya, Martin Joos (dalam Chaer dan Agustina, 2004:70) dalam bukunya *The Five Clock* membagi variasi bahasa atas lima macam gaya (Inggris:*Style*), yaitu gaya atau ragam beku (*frozen*), gaya atau ragam resmi (*formal*), gaya atau ragam usaha (*konsultatif*), gaya atau ragam

santai (*casual*), dan gaya atau ragam akrab (*intimate*). Dalam pembicaraan selanjutnya kita sebut saja ragam.

Chaer dan Agustina (2004:70) menyebutkan bahwa Ragam beku adalah variasi bahasa yang paling formal, yang digunakan dalam situasi-situasi khidmat, dan upacara-upacara resmi, misalnya, dalam upacara kenegaraan, khotbah di mesjid, tata cara pengambilan sumpah; kitab undang-undang, akta notaris, dan surat-surat keputusan.

Ragam resmi atau formal adalah variasi bahasa yang digunakan dalam pidato kenegaraan, rapat dinas, surat menyurat dinas, ceramah keagamaan, buku-buku pelajaran, dan sebagainya. (Chaer dan Agustina, 2004:69)

Ragam usaha atau ragam konsultatif adalah variasi bahasa yang lazim digunakan dalam pembicaraan disekolah, dan rapat-rapat atau pembicaraan yang berorientasi kepada hasil atau produksi. (Chaer dan Agustina, 2004:71)

Ragam santai atau ragam kasual adalah variasi bahasa yang digunakan dalam situasi tidak resmi untuk berbincang-bincang dengan keluarga atau teman karib pada waktu beristirahat, berolah raga, berekreasi, dan sebagainya. (Chaer dan Agustina, 2004:71)

Ragam akrab atau ragam intim adalah variasi bahasa yang biasa digunakan oleh para penutur yang hubungannya sudah akrab, seperti antaranggota keluarga atau antarteman yang sudah karib. (Chaer dan Agustina, 2004:71)

Variasi dari Segi Sarana

Variasi bahasa dapat dilihat pula dari segi sarana atau jalur yang digunakan. Dalam hal ini dapat disebut adanya ragam lisan dan ragam tulis, atau ragam dalam berbahasa dengan menggunakan sarana atau alat tertentu, yakni, misalnya dalam bertelpon dan bertelegraf. (Chaer dan Agustina, 2004:72)

Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Zarella (dalam Aditnya Rangga, 2015:2-3).

Media sosial memiliki beberapa karakteristik atau ciri-ciri khususnya adalah pesan tidak hanya bisa disampaikan untuk seorang saja, akan tetapi juga bisa dikirimkan kepada banyak orang. Kemudian pesan dalam media sosial juga dapat disampaikan secara bebas, tidak harus melalui *gatekeeper*. Selain itu, penyampaian pesan dalam media sosial juga cenderung lebih cepat dari pada media lainnya dan yang menentukan waktu untuk berinteraksi adalah penerima pesan dalam media sosial yang digunakan.

Media sosial memiliki beberapa peran dan fungsi bagi masyarakat secara umum seperti sebagai alat atau

media promosi. Penyampaian pesan secara cepat dan luas tentu bisa membantu seseorang untuk mempromosikan bisnisnya.

Media sosial juga berperan dalam membangun hubungan ataupun relasi, bahkan dari jarak jauh. Hal tersebut terjadi karena adanya jangkauan global yang dimiliki oleh media sosial. Selain itu, media sosial juga dapat berperan dalam membantu sistem administrasi, memberi dan mendapatkan informasi, melihat peluang dan pasar, perencanaan, dan lain sebagainya.

Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* berasal dari instan-telegram.

Fitur-fitur dalam media sosial *Instagram* ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Bambang (dalam Aditnya Rangga, 2015:2-3) dalam bukunya *Instagram Handbook* menyatakan indikator dari media sosial

Instagram yaitu *Hastag, Geotag, follow, share, like, komentar dan mention.*

METODE

Suatu penelitian haruslah dirancang sedemikian rupa, agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan sesuai dengan rencana. Metode penelitian merupakan bagian dari cara menyelesaikan penelitian dengan baik. Hal ini sangat bertemali dengan fokus kajian yang akan diteliti atau dianalisis.

Menurut Arikunto (2013:203) metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sugiyono (2016 : 9). Dari kedua pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penelitian kualitatif merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan sumber data secara tertulis yang di cermati oleh seorang peneliti guna untuk mencapai tujuan dan kegunaan tertentu.

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan di atas, metode yang digunakan yaitu metode kualitatif deksriptif untuk

menganalisis karakteristik kata dan kalimat dalam media sosial *Instagram*.

Sumber Data

Sebuah penelitian membutuhkan sumber data yang merupakan pemberi data. Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek dan dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2013:127).

Sumber data dalam penelitian ini, adalah akun bisnis *adorableproject*, *lovableid*, dan *rabbaniprofesorkerudung*. Jumlah sumber data yang akan diteliti pada penelitian kualitatif tidak ditentukan bagaimana perhitungannya. Sumber data yang diambil tidak harus banyak, namun harus bisa mewakili secara keseluruhan. Dalam penelitian karakteristik laras bahasa akun bisnis di media sosial *instagram* ini adalah 3 akun bisnis. Sejalan dengan (Mahsun, 2017:263) “Dalam penelitian bahasa sampel yang besar tidak diperlukan, karena perilaku linguistik cenderung lebih homogen dibandingkan dengan perilaku-perilaku yang lain.”

Ansen (Mahsun, 2017:263) menyebutkan bahwa “Penelitian-penelitian sociolinguistik yang hasilnya telah diterbitkan ternyata menggunakan sampel dalam jumlah yang tidak besar”. Namun, yang paling penting diingat ialah setiap kategori kelompok sosial yang dijadikan variabel independen harus mewakili di dalam sampel yang dijadikan sumber data. Dengan demikian, jika kategori variabel penelitiannya adalah perempuan dan pria, usia muda dan tua, kelas sosial tokoh dan nontokoh, maka kategori ini haruslah terwakili di dalam sampel penelitian. Untuk itu sumber data dalam

penelitian ini yang paling mudah dan paling populer, adalah penarikan sampel dengan mengambil individu yang paling gampang didapat.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi (Sujarweni:2014:31).

Keberhasilan suatu penelitian dipengaruhi oleh teknik penelitian, maka diperlukan teknik-teknik penelitian sebagai alat untuk menegumpulkan data penelitian.

Teknik yang digunakan adalah teknik Telaah Pustaka, teknik Observasi, Teknik Catat, Teknik Dokumentasi, dan teknik Analisis.

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengelolaan data adalah suatu cara yang dilakukan oleh peneliti dalam mengolah hasil penelitian. Data tentang peristiwa tutur dilakukan dengan pengolahan data sesuai dengan teknik pengumpulan data, sumber data, serta permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian.

Langkah-langkah pengelolaan data yaitu reduksi data, penyajian data, dan menyimpulkan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dengan teknik yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, telah didapatkan hasil sebagai berikut.

a. Akun Bisnis “*adorableprojects*”
Dalam foto salah satu produk yang diunggah pada tanggal 3 Mei 2019 akun bisnis tersebut mengunggah foto salah satu produk yang dijual berupa sepatu yang dengan disertai keterangan sebagi

berikut : adorableprojects Cewek tentu akan terlihat lebih anggun dan elegan jika memakai alas kaki ber hak. Bereilles heels ini juga cocok untuk kamu pake ke acara formal/informal

bareilles Black Heels

IDR 170.000

Ready size : 37 s/d 43

Runs true to size

Available in :

*Pink ready size 37 s/d 42

*Nude ready size 35, 38 s/d 40, 43

Belum punya kontak csr area? DM aja biar mimin sambungin ya

Dalam keterangan diatas, akun bisnis tersebut menggunakan 58 kata yang terdiri dari 18 kata menggunakan kata asing, 5 kata menggunakan akronim atau singkatan, 35 kata menggunakan kata tidak baku atau bahasa yang digunakan sehari-hari. Dengan demikian akun bisnis adorableproject dalam penulisan keterangan produk cenderung lebih banyak menggunakan kata atau bahasa asing diantara kata atau bahasa tidak baku selain menggunakan akronim atau singkatan. Kata-kata yang digunakan sudah tepat karena telah menggunakan kata dengan konsep keadaan sifat atau objek yang dimaksud yaitu sepatu. Hal ini dapat dilihat dalam keterangan sebagai berikut :

- “cewek tentu akan terlihat lebih anggun dan elegan jika memakai alas kaki ber hak.”

Kata alas kaki ber hak dalam keterangan tersebut berarti alas kaki yang dalam hal mana bagian tumit berbanding dengan bagian jari kaki lebih tinggi secara signifikan di atas tanah dengan tujuan untuk melindungi kaki dari tanah atau menunjang efisiensi

berjalan. Pernyataan tersebut sesuai dengan gambar produk yang diunggah karena terlihat pada gambar yaitu sepatu berwarna hitam dengan hak yang cukup tinggi.

Keterangan pada gambar produk tersebutpun telah menggunakan kata-kata yang sesuai, hal tersebut telah dijabarkan dalam keterangan produk secara keseluruhan. Kesesuaian kata berarti menggunakan kata yang sesuai dengan dipengaruhi oleh nilai rasa. Seperti halnya pada kata “alas kaki ber hak” alas kaki ber hak dalam artian memiliki hak tersebut dapat menjadikan wanita yang memakai sepatu tersebut terlihat lebih tinggi, anggun, dan elegan.

Kalimat dalam keterangan produk tersebut sudah sesuai kaidah bahasa baikjeaan maupun tanda baca dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar.kalimat dalam keterangan tersebut juga menggunakan kalimat yang efektif karena memerhatikan kesepadanan struktur, keparalelan bentuk, kehematan kata, kecermatan penalaran, kepaduan gagasan, dan kelogisan bahasa yang digunakan. Kalimat yang terdapat dalam keterangan tersebut akan menjadi lebih efektif apabila kalimat tersebut diperbaiki dengan cara menggunakan bahasa Indonesia yang lebih mudah dipahami tanpa menggunakan kalimat yang terlalu panjang, namun hal demikian tidak begitu dipermasalahan sebab bahasa yang digunakan dalam keterangan tersebut merupakan bahasa ragam pergaulan, dalam hal mana bahasa ragam pergaulan menurut Alatas

(2006:59) adalah bahasa yang digunakan untuk berteman dan bersahabat di tengah masyarakat. Jadi bahasa pergaulan tidak harus menggunakan kata baku, yang penting kata-kata yang digunakan dapat dimengerti oleh lawan bicaranya. Kata-kata yang tidak baku dalam keterangan tersebut diantaranya : pake (tidak baku)=pakai (baku).

b.Akun Bisnis “adorableproject”

Dalam foto yang diunggah pada tanggal 07 Mei 2019 mengenai produk yang bernama Avandra Denim Jacket dengan keterangan sebagai berikut :*What to wear today?combine your basic top or dress with denim jacket. This classic piece is always an easy way to balance any outfit.*

Style and Comfort in one outfit?

Why not?

Avandra Denim Jacket

IDR 169.000

Material : Wash Denim

Ready Size : S s/d XL

Setiap produk kami bergaransi, boleh return apabila tidak pas di hati. Boleh diskon apalagi kalo beli banyak. Apabila csr slow respon, mohon dimaafkan, kita belajar self service di www.adorableprojects.com

Keterangan pada produk tersebut menggunakan bahasa campuran antara bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia. Bahasa Inggris yang digunakan terdapat kata kalimat “*What to wear today?combine your basic top or dress with denim jacket. This classic piece is always an easy way to balance any outfit.*

Style and Comfort in one outfit?

Why not?

Avandra Denim Jacket

IDR 169.000

Material : Wash Denim

Ready Size : S s/d XL.”

Terjemahan : “Apa yang harus dipakai hari ini? Kombinasikan atasan atau gaun dasar anda dengan jaket denim. Karya klasik ini selalu menjadi cara mudah untuk menyeimbangkan pakaian apapun. Gaya dan kenyamanan dalam satu pakaian? Kenapa tidak?

Jaket Avandra Denim

Harga 169.000

Bahan : *wash denim*

Ukuran tersedia : S sampai dengan XL

Pada keterangan diatas, akun bisnis tersebut menggunakan 74 kata yang terdiri dari 47 kata menggunakan bahasa asing, 3 kata menggunakan akronim atau singkatan, dan 24 kata menggunakan kata tidak baku atau bahasa sehari-hari. Dengan demikian, akun bisnis tersebut cenderung lebih banyak menggunakan kata dalam bahasa asing diantara kata tidak baku atau kata yang digunakan dalam bahasa sehari-hari daripada menggunakan akronim atau singkatan. Kata yang digunakan sudah tepat, hal tersebut dapat dilihat mulai dari keterangan pada kalimat tanya “apa yang harus dipakai hari ini?” hal tersebut berarti pemilik akun bertanya perihal apa yang akan pembaca gunakan hari ini dengan harapan pembaca terpengaruh oleh kalimat selanjutnya yang merupakan jawaban dari kalimat tanya tersebut yaitu “Kombinasikan atasan atau gaun dasar anda dengan jaket denim. Karya klasik ini selalu menjadi cara mudah untuk menyeimbangkan pakaian apapun”. Selain itu, kata-kata yang digunakanpun sudah sesuai dengan produk yang dijelaskan, produk tersebut menjual jaket berbahan jeans

yang terlihat pada gambar yang diunggah. Pembaca akan langsung berpikir bahwa jaket dalam foto tersebut menggunakan bahan jeans karena sudah terlihat jelas dari bentuk dan warna jaket dalam foto produk yang diunggah tersebut.

Kalimat yang digunakan sudah sesuai kaidah bahasa baikejaan maupun tanda baca dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar. Kalimat yang digunakan dalam keterangan tersebut sudah efektif namun akan lebih baik jika menggunakan bahasa Indonesia, karena tidak semua pengguna instagram mampu berkomunikasi dengan bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Indonesia akan lebih efektif dibandingkan menggunakan bahasa Inggris, hanya saja dalam dunia bisnis bahasa Inggris sudah tidak jarang ditemukan dan sudah menjadi hal yang biasa digunakan.

c. Akun bisnis “lovableid”

Akun bisnis bernama *lovableid* mengunggah sebuah foto dengan gambar menyerupai boneka pada tanggal 21 April 2019 dengan keterangan sebagai berikut.

“READY STOCK!!! Best seller paling dicari2

.WHITE 3pcs

. Size : 25cm

IDR 150.000

. Boneka unicorn satu ini jarang banget ditemui! Kebanyakan unicorn yang dijual seperti unicorn doll pertama (yang udah lama kita jual) kalo kalian liat, bedanya unicorn disini merem ! dan badanya lebih gembul dan bantet, jadi

kesannya cuteabissss yuk yang mau punya boneka unicorn model kaya gini langsung order! Cuman ada di *lovableid* aja lohh! :p.

Dalam keterangan diatas, akun bisnis tersebut menggunakan 66 kata yang terdiri dari 11 kata atau bahasa asing, 3 akronim atau singkatan, dan 52 kata menggunakan kata tidak baku atau bahasa yang digunakan sehari-hari. Dengan demikian akun bisnis tersebut cenderung lebih banyak menggunakan kata atau bahasa asing dalam penulisan keterangan diantara kata tidak baku atau bahasa sehari hari dari pada menggunakan akronim atau singkatan.

Pada keterangan di atas terlihat ada kata “*READY STOCK*” kata yang sudah tidak asing lagi terdengar dan terbaca dalam interaksi jual beli yang artinya ‘TERSEDIA’. Kata tersedia dalam keterangan tersebut artinya produk yang dimaksud yaitu yang ada dalam foto/video yang diunggah dapat didapatkan dengan syarat tertentu. Setelah kata *READY STOCK*, terdapat kata “Best seller” yang arti dalam bahasa Indonesianya yaitu “penjualan terbaik”, penjualan terbaik dalam keterangan tersebut memiliki makna sebagai produk yang paling digemari dan diminati oleh pelanggan atau pengguna instagram yang lainnya, jelas maksud tersebut dapat dipahami ketika membaca kata selanjutnya yaitu “paling dicari-cari”. Keterangan tersebutpun bertuliskan jumlah dari produk yang tersedia dalam kata “*WHITE 3pcs*” yang artinya hanya tersedia warna putih (*white*) sebanyak 3pcs atau 3 *pieces, pieces* yang disingkat pcs adalah kosa kata dalam bahasa Inggris yang artinya potongan atau

lembar yang menunjukkan satuan barang yang berjumlah lebih dari satu (kata benda jamak). Keterangan perihal produk tersebutpun ditambahkan dengan kata “size” yaitu “ukuran” 25cm dan "IDR 150.000". IDR adalah kependekan dari Indonesian Rupiah. IDR merupakan singkatan untuk penyebutan rupiah, mata uang negara Indonesia berdasarkan kode ISO 4217 yang dipakai oleh dunia perbankan dan bisnis seluruh dunia. Jadi ketika pengguna instagram melihat ada tulisan IDR 150.000 maka pengguna dapat langsung memahami bahwa produk tersebut berharga Rp. 150.000 . kata-kata yang ada dalam keterangan tersebut sudah tepat dan sesuai karena kata-kata yang digunakan sama seperti deskripsi dari gambar berbentuk foto yang diunggah hanya saja banyak kata-kata yang penulisannya tidak benar, hal tersebut dikarenakan bahasa yang digunakan merupakan bahasa pergaulan yang dalam hal mana bahasanya bisa dikatakan hiperkorek namun dapat dimengerti oleh khalayak khususnya kalangan remaja, namun akan lebih baik apabila keterangan yang digunakan menggunakan bahasa yang baik dan benar tanpa membenarkan yang sudah benar (hiperkorek), menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Hiperkorek adalah tindakan yang bersifat menghendaki kerapian dan kesempurnaan yang sangat berlebihan sehingga hasilnya malah menjadi sebaliknya.

Kalimat yang digunakan sudah sesuai kaidah bahasa baikejaan maupun tanda baca dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan

mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar. Kalimat pada keterangan tersebut dapat dikatakan efektif karena jika dilihat dari bahasa yang digunakan dalam media sosial yakni bahasa ragam pergaulan, kalimat yang digunakan dalam keterangan tersebut mudah dipahami oleh pengguna instagram apalagi yang sering melakukan transaksi jual beli online.

d.Akun Bisnis Lovableid

Akun bisnis Lovableid mengunggah satu produk pada tanggal 25 September 2018 dengan keterangan sebagai berikut .NEW ARRIVALLLL!!

READY STOCK

Code : plush pony (pink)

Size : 55cm

IDR 230.000 aja!!! Super langka loh yang jual pony bentuknya lucu kaya gini, ohiya ini juga tersedia warna biru & pink ya! Bahan bulunya lembut banget; dan pastinya import high quality.

Yang pecinta kuda pony wajib banget punya ini! Karna jarang model pastel kaya gini dijual di mall2 dan olshop lain pokoknya MUST HAVE ITEM!! Buruan line kita sebelum kehabisan ya! LINE : @RVJ5256i

Dalam keterangan diatas, akun bisnis tersebut menggunakan 72 kata yang terdiri dari 20 kata menggunakan kata atau bahasa asing, 3 kata menggunakan akronim atau singkatan, dan 49 kata menggunakan kata tidak baku atau bahasa yang digunakan sehari-hari. Dengan demikian, akun bisnis tersebut cenderung lebih banyak menggunakan kata atau bhasa asing dari pada menggunakan akronim atau singkatan diantara kata tidak baku atau kata yang digunakan sehari-hari dalam penulisan

keterangan produknya. Keterangan yang menggunakan beberapa bahasa asing, yaitu : *New arrival*, ditulis menggunakan tulisan gaul menjadi “NEW ARRIVALLLL!!” yang artinya “baru datang” dalam hal mana menunjukkan bahwa produk yang diunggah dalam bentuk foto tersebut adalah produk terbaru pada bulan September 2018.

-*READY STOCK*, yang artinya “tersedia”, dalam hal mana kata tersebut menunjukkan bahwa produk yang dimaksud dapat langsung dipesan.

-*Code*, yang artinya “kode”, dalam hal mana kata tersebut menunjukkan kode produk yang dimaksud.

-*Size*, yang artinya “ukuran”, dalam hal mana kata tersebut menunjukkan bahwa ukuran dari produk yang diunggah dalam bentuk gambar tersebut berukuran 55cm.

-*High quality*, yang artinya “kualitas tinggi” namun dalam dunia bisnis *high quality* diartikan sebagai kualitas tinggi yang dalam hal mana menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang sangat baik.

-*Must have item*, yang artinya “harus memiliki barang”, dalam hal mana penjual atau pemilik akun menyarankan pembeli atau pengguna media sosial *instagram* yang lain agar memiliki produk tersebut dengan alasan yang telah dijelaskan dalam keterangan tersebut.

Kata-kata yang digunakan dalam keterangan tersebut sudah tepat, karena keterangan tersebut menggunakan kata dengan konsep keadaan sifat atau objek yang dimaksud, hal tersebut dapat dibuktikan dalam keterangan nama dari produk tersebut yaitu boneka kuda pony yang memang setiap orang yang melihat gambar menyerupai produk tersebut,

tanpa membaca keterangan secara keseluruhan maka orang tersebut akan langsung menyebut nama produk itu adalah boneka kuda pony.

Kata-kata yang digunakan dalam keterangan tersebut sudah sesuai karena keterangan tersebut telah menggunakan kata yang sesuai dengan dipengaruhi oleh nilai rasa. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan kata *size* (ukuran), *pastel* (warna dari objek yang dimaksud).

Kalimat yang digunakan sudah sesuai kaidah bahasa baik lisan maupun tanda baca dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar. Kalimat yang digunakan dalam keterangan tersebut dapat dikatakan sebagai kalimat yang efektif dalam dunia media sosial, meskipun ada beberapa kalimat yang menggunakan bahasa asing, tetap saja bahasa tersebut dapat dipahami oleh pengguna media sosial karena sudah tidak asing lagi digunakan oleh akun bisnis lainnya. Kalimat yang digunakanpun telah memerhatikan kesepadanan struktur, keparalelan bentuk, kehematan kata, kecermatan penalaran, lepaduan gagasan, dan kelogisan bahasa yang digunakan. Hal tersebut sudah sesuai dengan ciri dan syarat kalimat efektif.

e. Akun Bisnis Rabbaniprofesorkerudung

Tanggal 07 Mei 2019 akun bisnis rabbaniprofesorkerudung telah mengunggah satu produk dengan disertai keterangan sebagai berikut. Jangan jadikan ibadah puasa kamu menjadi alasan untuk malas berolahraga.

Siapa bilang karena sedang puasa olahraga menjadi salah satu halangan untuk berolahraga

--

Nah ini nih, sedikit tips buat kamu untuk berolahraga di bulan puasa.

#rabbaners harus pintar-pintar nih cari waktu yang tepat buat olahraga.

Kalau mimin saranin sih, sat sebelum buka puasa. Sambil nunggu waktu buka puasa, diwaktu sore nih lakukan jenis olahraga intensitas ringan sampai sedang, misalkan jalan-jalan, jogging, atau bersepeda cukup olahraga ringan aja yaa, karena masih dalam keadaan puasa jadi harus dibatasi juga olahraganya, usahakan ngga lebih dari 60 menit

.

Oiya, Kerudung Tasya S4 ini cocok banget nemenin kamu buat olahraga di bulan puasa ini. Tau ngga, karena semenjak photo kerudung tasya s4 ini muncul di feeds @rabbaniprofesorkerudung

Banyak banget yang nanyain kak kapan launching nih di outlet rabbani? Kayanya udah ngga sabar banget yaa pingin cepet dapetin kerudung ini

Nah, sekarang kamu udah bisa dapetin langsung nih di outlet rabbani.

.

“ka, ini misah ngga sih kerudungnya?”

“ka, di outlet rabbani ada ngga?”

“ka, warna ini ada ngga?”

Hayoo... yang kepo banget sama kerudung Tasya s4 ini yuk langsung aja koment dikolom komentar

.

Ssttt... karena limited edition nih. Jangan sampai nyesek yaa ngga kebagian..

Cek produk lainnya dan nikmati kemudahan breelanja online di

. <http://www.rabbanimallonline.com>

.<http://sshopee.co.id/rabbani.official>

.<https://www.tokopedia.com/rabbani-official> atau melalui whatsapp onlineshop di no 08112370111.

Dalam keterangan diatas, akun bisnis tersebut menggunakan 242 kata yang terdiri dari 12 kata menggunakan kata dalam bahasa asing, 1 kata menggunakan akronim atau singkatan, dan 229 kata menggunakan kata tidak baku atau bahasa yang digunakan sehari-hari. Dengan demikian, akun bisnis tersebut cenderung lebih banyak menggunakan kata dalam bahasa asing untuk penulisan keterangan peroduk yang dijual dari pada menggunakan kata singkatan atau akronim diantara kata yang tidak baku atau bahasa yang digunakan sehari-hari.

Kata-kata dalam keterangan tersebut sudah tepat karena menggunakan kata dengan konsep keadaan sifat atau objek yang dimaksud sehingga pembaca atau pengguna media sosial instagram lainnya dapat mengetahui secara jelas keadaan produk yang dimaksud setelah membaca keterangan tersebut.

Kata-kata dalam keterangan tersebutpun sudah sesuai karena menggunakan kata yang sesuai dengan dipengaruhi oleh nilai rasa. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya keterangan ukuran, warna, bahan yang digunakan, dan lain-lain, sehingga pengguna media sosial isntagram yang akan membeli produk tersebut akan langsung memahami keadaan produk yang dimaksud tanpa mempertanyakan kembali kepada admin akun bisnis tersebut.

Kalimat yang digunakan sudah sesuai kaidah bahasa baikejaan maupun tanda baca dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar. Kalimat yang digunakan dalam penulisan keterangan diatas telah menggunakan kalimat dengan memerhatikan kesepadanan struktur, keparalelan bentuk, kehematan kata, kecermatan penalaran, kepaduan gagasan, dan kelogisan bahasa yang digunakan. Meskipun keterangan yang digunakan cenderung panjang, namun setiap kalimat yang digunakan memang akan menjadi daya tarik pengguna media sosial instagram untuk membeli produk yang dimaksud.

f. Akun Bisnis Rabbani Profesorkerudung.

Pada tanggal 12 Februari 2019 akun bisnis rabbaniprofesorkerudung mengunggah gambar produk dengan disertai keterangan sebagai berikut.

Seneng banget yaa ngeliat couplean ibu dan anak, bikin makin serasi. Nah biasanya nih ibu muda yang punya anak cewe ngga mau ketinggalan makin kompak bareng anaknya.

.

So, busana muslim yang satu ini St. De Khimarab Taleetha, recommend banget deh ngelengkapin koleksi busana muslim untuk ibu dan anak. Busana muslim perpaduan motif dan polos dengan detail bagian bawah seperti rok duyung.

.

Cek produk lainnya dan nikmati kemudahan belanja online di web resmi rabbani.

[.http://bit.ly/rabbanimall](http://bit.ly/rabbanimall)

.wa >> 08112370111

[.http://shopee.co.id/rabbani.official](http://shopee.co.id/rabbani.official)

[.http://www.tokopedia.com/rabbani-official](http://www.tokopedia.com/rabbani-official)

Dalam keterangan diatas, akun bisnis tersebut menggunakan 86 kata yang terdiri dari 6 kata menggunakan kata dalam bahasa asing, dan 80 kata dalam bahasa sehari-hari tanpa menggunakan akronim atau singkatan. Dengan demikian, akun bisnis tersebut cenderung menggunakan kata dalam bahasa asing dalam penulisan keterangan pada produk yang dipasarkan. Kata-kata dalam keterangan tersebut sudah tepat karena menggunakan kata dengan konsep keadaan sifat atau objek yang dimaksud sehingga pembaca atau pengguna media sosial instagram lainnya dapat mengetahui secara jelas keadaan produk yang dimaksud setelah membaca keterangan tersebut.

Kata-kata dalam keterangan tersebutpun sudah sesuai karena menggunakan kata yang sesuai dengan dipengaruhi oleh nilai rasa. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya keterangan ukuran, warna, bahan yang digunakan, dan lain lain, sehingga pengguna media sosial instagram yang akan membeli produk tersebut akan langsung memahami keadaan produk yang dimaksud tanpa mempertanyakan kembali kepada admin akun bisnis tersebut.

Kalimat yang digunakan sudah sesuai kaidah bahasa baikejaan maupun tanda baca dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau

pendengar. Kalimat yang digunakan dalam penulisan keterangan diatas telah menggunakan kalimat dengan memerhatikan kesepadanan struktur, keparalelan bentuk, kehematan kata, kecermatan penalaran, kepaduan gagasan, dan kelogisan bahasa yang digunakan. Meskipun keterangan yang digunakan cenderung panjang, namun setiap kalimat yang digunakan memang akan menjadi daya tarik pengguna media sosial instagram untuk membeli produk yang dimaksud.

Rekapitulasi Kata dan Kalimat Akun Bisnis Media Sosial *Instagram*

Kata dan kalimat dalam penulisan keterangan dalam media sosial sangat berpengaruh untu keberhasilan suatu bisnis. Tanpa kata dan kalimat yang benar, akun bisnis dalam media sosial akan mengalami kerugian. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya pemahaman pembaca dalam memahami keterangan yang ditulis dalam produk yang dipasarkan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dari 3 akun bisnis yang berbeda maka dapat disimpulkan bahwa akun bisnis dalam media sosial *instagram* cenderung lebih banyak menggunakan kata dalam bahasa asing untuk penulisan keterangan dalam produk yang dipasarkan.

IMPLIKASI HASIL PENELITIAN

Implikasi hasil Penelitian mengenai karakteristik kata dan kalimat dalam media sosial *instagram* menyatakan bahwa hasil penelitian ini diperoleh implikasi berupa model bahan ajar, berdasarkan kriteria pemilihan bahan ajar yang digunakan untuk jenjang pendidikan SMA atau SMK kelas X

berkaitan dengan bahan ajar teks eksposisi.

Prinsip Pemilihan Bahan Ajar

Bahan ajar bagi guru sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan dalam pembelajaran. Penggunaan laras bahasa pada akun bisnis sangat berperan penting terhadap bahan ajar yang akan digunakan. Bahan ajar atau materi pembelajaran terdiri dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang harus dipelajari siswa dalam rangka mencapai Kompetensi Dasar yang telah ditentukan. Materi pembelajaran dapat dikaitkan sebagai program yang disusun guru untuk mengembangkan pegetahuan, keterampilan berbahasa, dan sikap positif terhadap bahasa Indonesia yang dituturkan dari kurikulum yang berlaku. Depdiknas (2006) menyatakan bahwa ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam penyusunan bahan ajar.

Prinsip-prinsip dalam pemilihan bahan ajar yang dikemukakan oleh Abidin (2015:33), sebagai berikut.

1. Prinsip relevansi artinya keterkaitan materi pembelajaran hendaknya relevan atau ada kaitan atau ada hubungannya dengan pencapaian kompetensi inti dan kompetensi dasar.
2. Prinsip konsistensi artinya keajegan. Jika kompetensi dasar yang harus dikuasai siswa empat macam, maka bahan ajar harus dikuasai siswa adalah pengoprasian bilangan yang meliputi penambahan, pengurangan, perkalian, dan pembagian,

maka materi yang diajarkan juga harus meliputi teknik penjumlahan, pengurangan, perkalian, dan pembagian.

3. Prinsip kecukupan artinya materi yang diajarkan hendaknya cukup menandai dalam membantu siswa menguasai kompetensi dasar yang diajarkan. Materi tidak boleh terlalu sedikit, dan tidak boleh terlalu banyak.

Model Bahan Ajar

Bahan ajar dengan menggunakan media sosial *instagram* memiliki pola pembelajaran yang deduktif, diawali guru memberikan stimulus mengenai pengetahuan umum mengenai teks eksposisi, kemudian dilanjutkan mengenai penjelasan teks eksposisi secara khusus sampai bagaimana caranya menciptakan teks eksposisi dengan memerhatikan struktur teks eksposisi di media sosial *instagram*. Hal ini bertujuan agar siswa dapat dengan mudah memahami pembelajaran yang disampaikan oleh guru dengan menggunakan bahan ajar yang modern.

Pada era teknologi yang semakin berkembang tentunya bahan ajar bisa didapatkan dimanapun. Perkembangan teknologi semakin pesat, seperti perkembangan perangkat telekomunikasi dan perangkat telepon genggam, telepon genggam yang mudah dimiliki dan praktis dibawa kemanapun, banyak dimiliki oleh kalangan pelajar, telepon genggam dapat digunakan sebagai bahan ajar dengan berbagai jenis atau macam media sosial yang bisa digunakan contohnya *instagram* yang dapat digunakan untuk diskusi dalam proses

pembelajaran, dipilihnya *instagram* karena *instagram* merupakan aplikasi yang sangat populer. *Instagram* memudahkan penggunaannya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi serta berdiskusi secara *online* dan tidak menghabiskan biaya terlalu banyak dalam pemakaiannya. Pemanfaatan pembuatan akun bisnis pada aplikasi *instagram*, dapat menjadikan media sosial berupa *instagram* sebagai forum diskusi dan penyebaran informasi dan materi pembelajaran. Bahan ajar ini diterapkan di SMK Negeri 2 Ciamis karena fasilitasnya mendukung, bahan ajar dengan menggunakan media sosial *instagram* yang digunakan di kelas X TPM 4 karena peserta didik yang mencapai kriteria ketuntasan minimum KD 4.4 hanya terdapat 4 orang peserta didik. Oleh karena itu, perlunya bahan ajar yang modern yang diharapkan dapat memecahkan masalah, dipilihnya KD tersebut karena adanya keterkaitan antara penggunaan laras bahasa pada akun bisnis dengan pembelajaran mengonstruksi teks eksposisi tujuannya agar peserta didik lebih cerdas dan kreatif dalam menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Model bahan ajar yang digunakan sebelum menggunakan bahan ajar media sosial *instagram* yaitu bahan ajar buku pelajaran, namun berdasarkan hasil observasi kepada peserta didik bahan ajar cetak cenderung menimbulkan kebosanan sehingga menimbulkan kurang semangatnya peserta didik ketika proses pembelajaran. Hal ini dapat memengaruhi hasil belajar siswa, untuk itu peserta didik diperkenalkan dengan

bahan ajar yang baru, yaitu bahan ajar dengan menggunakan media sosial *instagram* agar peserta didik lebih antusias dan senang ketika menggunakan bahan ajar baru dalam pembelajaran mengonstruksi teks eksposiaai. Media sosial *instagram* dapat menjadikan diskusi lebih menarik, hal tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap hasil belajar siswa.

Bahan ajar merupakan bagain dari sumber belajar, sebagai contoh yaitu buku ajar. Buku ajar adalah buku yang disusun secara sistematis untuk kepentingan proses pembelajaran baik yang bersumber dari hasil penelitian atau hasil dari sebuah pemikiran tentang sesuatu yang dijadikan sebagai bahan pembelajaran. Pengembangan model bahan ajar dilakukan sebagai upaya untuk memperluas suatu kondisi secara berjenjang kepada situasi yang lebih baik. Berdasarkan pernyataan tersebut hasil penelitian karakteristik laras bahasa pada akun bisnis dalam penulisan caption/keterangan di media sosial *instagram* dapat mendukung topik pembelajaran pada standar kompetensi yang berbunyi “Mengonstruksikan teks eksposisi berkaitan dengan bidang pekerjaan dengan memerhatikan isi (permasalahan, argumen, pengetahuan, dan reekomendasi) struktur dan kebahasaan”. Bahan ajar ini didasarkan pada hasil pengkajian laras bahasa pada akun bisnis dapat diterapkan dalam kompetensi dasar menulis dalam pembelajaran menulis teks eksposisi menggunakan media sosial *instagram*.

Pelaksanaan dan Hasil Pembelajaran

Pelaksanaan bahan ajar dalam laras bahasa pada akun bisnis di media

sosial *instagram* dalam pelajaran teks eksposisi dilaksanakan pada tanggal 09 Mei 2019 di kelas X TPM 4, dengan jumlah siswa 34 orang. Kompetensi inti (KI) yaitu Kompetensi Dasar 4.4 Mengonstruksikan teks eksposisi berkaitan bidang pekerjaan dengan memerhatikan isi (permasalahan, argumen, pengetahuan, dan rekomendasi) struktur dan kebahasaan. Tujuan dari pemilihan KI tersebut adalah agar siswa mampu menciptakan teks eksposisi dengan memerhatikan struktur teks eksposisi menggunakan bahan ajar yang modern. Manfaat dari mengetahui struktur teks eksposisi dari laras bahasa pada akun bisnis tersebut diharapkan mampu memberikan efek yang positif bagi psikologi siswa agar menjadi lebih baik lagi.

a. Pelaksanaan

Kegiatan pembelajaran dilakukan pada hari Kamis, 09 Mei 2019 diawali dengan kegiatan pendahuluan yaitu guru membuka pembelajaran dengan salam dan dilanjutkan dengan berdoa, hal ini melatih karakter peserta didik untuk memiliki sikap *religius*, selanjutnya guru memeriksa kehadiran peserta didik agar peserta didik memiliki sikap disiplin, guru memeriksa kesiapan belajar dan alat tulis peserta didik kemudian peserta didik menyimak contoh teks eksposisi yang telah disiapkan oleh guru, hal ini melatih agar peserta didik berpikir secara kritis, setelah peserta didik menyimak contoh teks eksposisi peserta didik diminta oleh guru untuk memberikan tanggapan terhadap teks eksposisi yang diberikan, hal ini bertujuan agar siswa terampil dalam keterampilan berbicara dan

peserta didik aktif dalam proses pembelajaran, kemudian peserta didik menyimak indikator kompetensi dan tujuan pembelajaran yang harus dicapai. Kegiatan pendahuluan ini berlangsung selama 15 menit.

Kegiatan pembelajaran selanjutnya adalah kegiatan inti, diawali dengan guru membagi peserta didik menjadi beberapa kelompok, hal ini melatih agar peserta didik memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan cara baru dalam pemecahan suatu masalah, peserta didik mampu bekerja dalam tim, dan mampu mengendalikan emosi. Guru memberikan intruksi kepada setiap kelompok untuk membaca teks eksposisi yang telah disiapkan, kemudian masing-masing kelompok memberikan tanggapan tentang pola teks eksposisi yang disediakan oleh guru, hal ini melatih keterampilan berbicara dan melatih peserta didik untuk berpikir kritis, kegiatan tersebut dilaksanakan selama 60 menit. Kegiatan selanjutnya adalah peserta didik menyusun teks eksposisi yang tulis dalam bentuk kalimat pada keterangan di media sosial *instagram* berdasarkan kelompok belajar, hal ini melatih keterampilan menulis peserta didik, melatih agar peserta didik berpikir kritis, dan mampu bekerja sama dalam kelompoknya masing-masing, kemudian setiap kelompok mempresentasikan hasil diskusi di depan kelas, hal ini melatih keterampilan berbicara peserta didik agar peserta didik komunikatif dalam kegiatan pembelajaran. Kegiatan inti tersebut dilaksanakan selama 90 menit. Kegiatan pembelajaran selanjutnya adalah kegiatan penutup, Setelah

kegiatan pembelajaran dilaksanakan guru menginterpretasikan hasil presentasi peserta didik, hal ini merupakan kegiatan komunikatif antara guru dan peserta didik, kemudian guru dan peserta didik merefleksi pembelajaran yang telah dilakukan, guru meminta perwakilan peserta didik untuk menyimpulkan pembelajaran, kegiatan penutup ini melatih keterampilan berbicara peserta didik, kemudian guru mengakhiri pembelajaran dengan doa dan salam, kegiatan penutup ini melatih sikap *religius* peserta didik yang dilaksanakan selama 15 menit.

b. Hasil Pembelajaran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penerapan bahan ajar menggunakan media sosial *instagram* pada mata pelajaran Bahasa Indonesia dengan materi teks eksposisi di kelas X TPM 4 SMK Negeri 2 Ciamis dapat dikemukakan Kegiatan penelitian ini dikatakan berhasil dan mengalami peningkatan, maka dapat dibuktikan bahwa bahan ajar laras bahasa akun bisnis di media sosial *instagram* cocok digunakan dalam pembelajaran menulis tesk eksposisi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil analisis dari siswa yang menunjukkan nilai cukup baik.

PENUTUP

Analisis karakteristik kata dan kalimat pada akun bisnis di media sosial *instagram* merupakan penelitian yang dihasilkan dengan memanfaatkan tulisan dan huruf sebagai unsur dasarnya. Ragam ini berhubungan dengan tata cara penulisan kosa kata yang menuntut adanya kelengkapan unsur kata seperti bentuk kata ataupun susunan kalimat,

pilihan kata yang tepat, sesuai, penggunaan ejaan, tanda baca, serta kecenderungan kata yang digunakan dalam penulisan keterangan produk akun bisnis media sosial. Karakteristik kata dan kalimat akun bisnis di media sosial *instagram* tidak memerlukan kehadiran orang lain secara langsung, unsur gramatikal dinyatakan secara lengkap, tidak terikat ruang dan waktu, dipengaruhi oleh tanda baca atau ejaan, informasi pada akun bisnis menarik dan menyenangkan, biasanya memiliki kedekatan budaya dengan kehidupan masyarakat, dan menggunakan bahasa yang komunikatif atau mudah dipahami oleh khalayak.

Berdasarkan hasil analisis karakteristik kata dan kalimat akun bisnis di media sosial *instagram*, maka peneliti dapat mengambil simpulan yang menyatakan bahwa laras bahasa akun bisnis media sosial *instagram* dalam penulisan keterangan cenderung lebih banyak menggunakan kata dalam bahasa asing untuk melengkapi keterangan produk yang dipasarkan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan penulisan keterangan yang cenderung menggunakan kata dalam bahasa asing daripada menggunakan akronim atau singkatan, namun meskipun demikian pembaca atau pendengar mampu memahami maksud dari keterangan produk tersebut dengan mudah karena kata dalam bahasa asing yang digunakan adalah kata yang sudah sering didengar atau diucapkan dalam proses jual beli secara online. Kalimat yang digunakan oleh akun bisnis media sosial juga telah menggunakan kalimat yang efektif, dalam hal mana kalimat yang digunakan

memerhatikan kesepadanan struktur, keparalelan bentuk, kehematan kata, kecermatan penalaran, kepaduan gagasan, dan kelogisan bahasa yang digunakan, sehingga kalimat yang digunakan dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca atau pendengar.. Laras bahasa berarti ragam bahasa (varian pengguna bahasa) yang dipergunakan oleh sekelompok pengguna bahasa tertentu menurut kesesuaian di antara bahasa dan pemakaiannya (Wresniati, 1997).

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Rangga. 2015. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*. Jurnal Online Mahasiswa. 2(2): 2-3.
- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Chaer, Abdul. 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Gunawan, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mahsun. 2017. *Metode Penelitian Bahasa*. Depok: Rajawali Pers.
- Nazir. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Semi Atar. 2012. 2012. *Metode Penelitian Sastra*. Bandung: CV Angkasa.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian*.
Bandung: Alfabeta.
Suherli. 2015. *Merancang Karya Tulis
Ilmiah*. Bandung: PT Remaja
Rosdakarya.

Wresniati Siwi. 1997. *Sekilas Tentang
Laras Bahasa Media Massa
Cetak*. Media Litbangkes. 03(04):
33.