

ISTILAH-ISTILAH PENGGUNAAN BAHASA PADA TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE (ONLINE SHOP)* DI AKUN MEDIA SOSIAL

Revasya Gewani

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
pos-el: revasya.gee30@gmail.com

Ridhaningtyas Wahyu Amanda

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
pos-el: tyas.amanda21@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan bahasa dalam masyarakat tidak lepas dari perkembangan zaman, dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi dan komunikasi serta munculnya aplikasi-aplikasi media sosial yang dapat digunakan secara gratis oleh masyarakat, sehingga banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sarana pemasaran produk. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah kemudahan dalam berbelanja, yaitu *online shop*. Terkait pada penggunaan bahasa, terdapat beberapa bahasa atau register khas yang muncul pada konteks jual beli *online*. Kekhasan ini didukung dengan sejumlah hal, dari bentuk istilah-istilah bahasa *online shop* dan fungsi penggunaannya. Subjek penelitian ini yaitu tuturan penjual dan pembeli yang muncul selama proses jual beli *online*. Beberapa kekhasan data diperoleh dengan menyimak transaksi *online* dalam sejumlah situs atau akun media sosial.

Kata Kunci: jual beli *online*, register, penggunaan bahasa.

ABSTRACT

The use of language in society cannot be separated from the times, motivated by advances in technology and communication as well as the emergence of social media applications that can be used for free by the community, so that it is widely used by the community as a means of product marketing. One form of this development is the convenience of shopping, namely online shopping. Regarding the use of language, there are several distinctive languages or registers that appear in the context of buying and selling online. This peculiarity is supported by a number of things, from the form of online shop language terms and their use functions. The subject of this research is the utterances of sellers and buyers that appear during the online buying and selling process. Some of the peculiarities of the data are obtained by listening to online transactions on a number of sites or social media accounts.

Keywords: *online buying and selling, registering, language use.*

PENDAHULUAN

Bahasa memiliki fungsi penting dalam kehidupan bermasyarakat, salah satu fungsi utama bahasa adalah sebagai alat komunikasi. Bahasa juga memiliki sifat yang dinamis, maksudnya adalah bahasa akan terus berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat pengguna bahasa. Indonesia, merupakan salah satu negara yang memiliki keragaman bahasa. Sebab, setiap suku di Indonesia memiliki bahasa daerahnya masing-masing. Setiap bahasa tersebut, memiliki ciri khas atau keunikannya masing-masing yang akan sangat berbeda antara satu dengan lainnya. Sebagai sarana komunikasi, tentunya bahasa memiliki tempat yang sangat penting dalam kehidupan. Dengan menguasai bahasa, kita dapat berkomunikasi dengan siapa pun dan di mana pun. Selain itu, kita juga bisa mendapatkan berbagai informasi baru dan ilmu pengetahuan dengan mudah, dalam berinteraksi dengan orang lain pun akan memiliki lingkup yang lebih luas.

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat bilingual yang selain menggunakan bahasa Indonesia, juga dapat menggunakan bahasa ibunya atau B1 yang biasanya berupa bahasa daerah. Masyarakat yang menggunakan dan menguasai dua bahasa atau lebih, bisa melakukan alih kode (beralih dari bahasa yang satu ke bahasa yang lain) dan juga campur kode (memasukkan salah satu kode bahasa lain) ketika berkomunikasi. Pada dasarnya, perubahan tersebut terjadi karena adanya perkembangan dalam bahasa. Salah satu yang memengaruhi perkembangan bahasa tersebut tidak lepas dari semakin pesatnya perkembangan teknologi.

Salah satu perkembangan teknologi yang dimaksud adalah perkembangan dalam proses jual beli. Sistem jual beli *online* atau lazim disebut *online shop* sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat saat ini. Permodelan bisnis *online shop* ini sangat mengandalkan jaringan internet sebagai sarana komunikasi kepada konsumen atau pembeli. Berawal dari proses penawaran, pemesanan, dan persetujuan cara pembayaran. Pembeli atau konsumen tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk membeli barang yang diinginkan, hanya dengan duduk manis sambil memesan barang melalui gawai,

melakukan pembayaran via transfer, kemudian menunggu barang selama beberapa hari sesuai ketentuan pengiriman, maka barang yang diinginkan langsung sampai di rumah.

Pada proses penjualan berlangsung, terdapat penggunaan bahasa dalam bentuk promosi maupun penawaran barang yang dijual melalui percakapan antara penjual dan pembeli. Dalam penggunaan bahasa, dapat ditemukan sejumlah kosakata yang pada umumnya sering dilakukan oleh masyarakat dalam konteks percakapan. Tetapi, pada situasi *online shop*, terdapat kosakata yang mengalami sedikit pergeseran makna yang menunjukkan kekhasannya dalam jual beli *online*. Kekhasan tersebut bukan hanya bentuknya saja, melainkan pada proses pembentukannya juga. *Online shop* dapat dikatakan sebagai salah satu bidang yang penggunaan bahasanya memiliki kekhasan tersendiri. Kekhasan bahasa ini menjadikan *online shop* memiliki penggunaan bahasa yang membedakan dari bidang lainnya. Dalam sosiolinguistik, kekhasan bahasa pada bidang tertentu disebut register.

Perkembangan (perubahan) bahasa Indonesia dapat terlihat dari bertambahnya kosakata-kosakata baru yang sebelumnya tidak ada. Hal ini tidak lepas dari pengaruh pesatnya perkembangan teknologi. Sebagai contoh, dapat dilihat bagaimana bahasa slang atau bahasa gaul yang semakin berkembang dan banyak digunakan oleh orang-orang sebagai alat untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu perkembangan teknologi yang banyak digunakan pada saat ini adalah sistem jual beli *online* atau biasa disebut dengan *online shop*. Tentu saja, dalam proses jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli menggunakan bahasa sebagai media untuk melakukan penawaran barang. Pada proses penawaran tersebut maka akan muncul kosakata-kosakata baru yang lazim digunakan dalam jual beli *online*.

Fishman dalam Holmes (1992:24-26) mengatakan setiap bidang tertentu, akan melibatkan penggunaan bahasa yang khas antara penutur kepada mitra tutur, *setting*, dan juga topik yang dibicarakan. *Online shop* merupakan salah satu bidang dari penggunaan bahasa yang memiliki kekhasannya tersendiri. Dalam sosiolinguistik,

kekhasan bahasa pada bidang tertentu sering disebut dengan istilah register. Hal ini yang melatarbelakangi sebuah penelitian mengenai kosakata-kosakata yang digunakan dalam jual beli *online* yang tergabung dalam sebuah register.

Selain itu, Aldrich (2011) mengungkapkan bahwa belanja *online* ditemukan oleh seorang pengusaha asal Inggris bernama Micheal Aldrich pada tahun 1979. Kemudian, Palmer (2007) mengatakan bahwa Tim Berners Lee adalah orang yang menciptakan server dan browser *World Wide Web* pertama pertama tahun 1990, dan digunakan untuk tujuan komersial pada tahun 1991.

Belanja *online* ialah bagian dari *e-commerce* yang merujuk bisnis yang menggunakan teknologi komunikasi (internet) sebagai mediumnya. Sedangkan menurut Grant & Meadows (2008), *e-commerce* didefinisikan sebagai segala macam bentuk transaksi barang dan jasa (*trade of goda and services*). Belanja *online* telah menjadi bagian yang cukup penting dari kehidupan masyarakat modern pada saat ini. Sebab, belanja *online* dapat memenuhi kebutuhan konsumen terhadap berbagai macam poduk dengan segala kemudahannya, hanya dengan mengandalkan gawai dan juga jaringan internet.

Bukanlah tanpa alasan jika belanja *online* menjadi pilihan banyak orang pada saat ini, sebagai contoh konsumen dapat membeli barang yang mereka inginkan tanpa harus pergi ke toko yang jaraknya mungkin cukup jauh, konsumen dapat membandingkan harga produk dari berbagai situs sebagai cara untuk mendapatkan produk yang lebih murah namun memiliki kualitas yang sama, selain itu konsumen dapat terhindar dari kemacetan lalu lintas saat hendak membeli produk yang diinginkan.

Selanjutnya, komunikasi yang dilakukan saat proses jual beli *online* antara konsumen dengan produsen seringkali terdapat alih kode dan campur kode. Alih kode ataupun campur kode memang bisa dilihat baik melalui media elektronik maupun media cetak. Bahkan, jika dicermati secara seksama, alih kode dan campur kode antara penutur dan mitra tutur sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari baik secara tulis ataupun lisan. Alih kode dan campur kode dalam masyarakat merupakan hal yang

penting terutama pada masyarakat bilingual dan multilingual seperti di Indonesia, tidak terkecuali untuk komunikasi yang terjadi ketika belanja *online*.

Subroto dkk, (2002:11) berpendapat bahwa alih kode dapat diartikan sebagai berpindahnya suatu bentuk tuturan ke bentuk tuturan lain, dari variasi satu ke variasi lain, atau dari dialek satu ke dialek lainnya. Menurut Kunjana (2001:20) alih kode adalah istilah peralihan penggunaan dua bahasa atau lebih, beberapa variasi bahkan gaya dari satu ragam bahasa. Ia juga menyebutkan istilah alih kode intern (*internal code switching*), yaitu peralihan yang terjadi antarbahasa daerah dalam suatu bahasa nasional, antardialek dalam satu bahasa daerah, atau antara ragam dan gaya yang terdapat dalam suatu dialek. Sedangkan yang dimaksud dengan alih kode ekstern (*external code switching*) adalah peralihan antara bahasa dasar dengan bahasa asing.

Menurut Nababan (1991:32) bahwa suatu keadaan berbahasa yang mencampurkan dua atau lebih bahasa dan ragam bahasa terhadap suatu tindak bahasa (*speech act* atau *discourse*) tanpa adanya sesuatu dalam situasi berbahasa yang menuntut pencampuran bahasa disebut sebagai campur kode. Sedangkan, Kridalaksana (2008: 87) mengatakan bahwa kode adalah lambang atau sistem ungkapan yang dipakai untuk menggambarkan makna tertentu, serta bahasa manusia juga sejenis kode.

Terjadinya campur kode apabila seorang penutur menggunakan bahasa secara dominan mendukung suatu tuturan yang disisipi dengan unsur bahasa lainnya. Oleh karena itu, hal ini berhubungan dengan karakteristik penutur dari status sosialnya dan latar belakang pendidikan. Campur kode juga bisa terjadi karena kontak bahasa yang disebabkan dari hubungan peran (siapa) dan fungsi kebahasaan (apa yang ingin dicapai).

Campur kode mempunyai ciri-ciri ketergantungan yang ditandai dengan adanya hubungan timbal balik antara peranan dan fungsi kebahasaan. Ketika seseorang penutur yang lebih banyak menguasai bahasa akan mempunyai kesempatan bercampur kode yang lebih banyak dibandingkan penutur yang hanya menguasai satu bahasa saja. Meskipun begitu, bukan berarti penutur yang menguasai lebih banyak bahasa selalu

banyak bercampur kode. Karena yang ingin dicapai oleh penutur dengan tuturannya sangat menentukan pilihan kebahasaannya.

Peranan dari campur kode dalam masyarakat sangat penting, dalam hubungannya dengan pemakaian variasi bahasa oleh seseorang atau kelompok masyarakat, khususnya dalam pemakaian bahasa pada masyarakat bilingual atau multilingual. Misalnya di pusat pembelanjaan atau pasar, serta bisnis *online*. Dalam jual beli *online* dapat dikatakan memiliki keunikan tersendiri dalam kaitannya dengan campur kode.

Terdapat faktor yang mempengaruhi terjadinya campur kode, yaitu latar belakang pada sikap dan latar belakang pada kebahasaan. Keduanya saling bergantung dan bertumpang tindih. Campur kode dapat dikatakan sebagai bagian dari satu variasi bahasa tertentu yang digunakan untuk penutur secara sadar dan mendasar dengan menggunakan unsur-unsur bahasa lain yang dilakukan sebagai strategi komunikasi dalam rangka menjelaskan dan menerjemahkan.

Register merupakan variasi bahasa yang disebabkan adanya sifat-sifat khas dalam pemakaiannya. Misalnya bahasa tulis yang terdapat pada bahasa iklan, bahasa artikel, bahasa petunjuk, dan sebagainya. Sedangkan, pada bahasa lisan terdapat bahasa politik, bahasa pialang, bahasa komedi, dan sebagainya.

Register menurut Haliday (1994: 54) merupakan konsep semantik yang dapat didefinisikan sebagai suatu susunan makna yang dihubungkan secara khusus dengan susunan tertentu dari medan, pelibat, dan sarana. Pada situasi pemakaiannya Chaer (1995: 90) bahwa register merupakan variasi bahasa yang digunakan oleh sekelompok orang atau masyarakat tertentu sesuai dengan profesi dan perhatian yang sama.

Register mencerminkan aspek lain dari tingkat sosial, yaitu proses sosial yang merupakan proses macam-macam kegiatan sosial yang biasanya melibatkan orang. Register adalah bentuk makna khusus yang dihubungkan dengan konteks sosial tertentu, yang di dalamnya banyak kegiatan dan sedikit percakapan, yang biasanya disebut dengan bahasa tindakan.

Pada kehidupan masyarakat yang kompleks, bahwa saat ini tidak memungkinkan seseorang hanya menggunakan satu register, karena register merupakan cerminan dari aspek tingkat sosial seseorang. Register sebagai variasi bahasa menurut Chaer, dkk (2010: 62-72) variasi bahasa dibedakan berdasarkan penutur dan penggunaannya. Berdasarkan penutur yakni siapa saja yang menggunakan bahasa tersebut di mana tinggalnya, bagaimana kedudukannya di dalam masyarakat, apa jenis kelaminnya, dan kapan bahasa itu digunakan. Sedangkan, berdasarkan penggunaannya, yakni bahasa itu digunakan untuk apa, dalam bidang apa, apa jalur dan alatnya, dan bagaimana situasi keformalannya.

Terdapat kata istilah, istilah dibagi menjadi dua, yaitu istilah umum dan istilah khusus. Istilah umum adalah istilah yang berasal dari bidang tertentu, namun dipakai secara luas sehingga menjadi kosakata umum. Istilah khusus adalah istilah yang maknanya terbatas pada bidang tertentu. Proses pembentukan istilah tidak lepas dari proses pembentukan morfologis. Morfologi merupakan bagian dari ilmu bahasa yang mempelajari seluk-beluk bentuk kata serta pengaruh perubahan-perubahan bentuk terhadap golongan dan arti kata (Ramlan, 2009: 21). Pembentukan istilah dapat juga berbentuk frase, di dalam buku sintaksis (Ramlan, 1987: 152).

Dalam pembentukan istilah perlu diperhatikan persyaratan dalam pemanfaatan kosakata bahasa Indonesia, yakni sebagai berikut (Depdiknas, 2011: 66): 1) Istilah yang dipilih adalah kata atau frasa yang paling tepat untuk mengungkapkan konsep yang dimaksud dan tidak menyimpang dari makna. 2) Istilah yang dipilih adalah kata atau frasa yang paling singkat di antara pilihan yang tersedia yang mempunyai rujukan sama. 3) Istilah yang dipilih adalah kata atau frasa yang bernilai rasa (konotasi) baik. 4) Istilah yang dipilih adalah kata atau frasa yang sedap didengar (eufonik). 5) Istilah yang dipilih adalah kata atau frasa yang bentuknya seturut kaidah bahasa Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang secara sistematis memberikan gambaran tentang fenomena, permasalahan, ataupun menyediakan informasi (Nursalam dan A.G Fallis, 2013: 1689–1699). Tujuan menggunakan metode ini yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan dan pemilihan bahasa yang digunakan oleh pedagang *online* dan pembeli dalam transaksi jual beli. Metode ini juga melihat gejala bahasa yang muncul di media sosial secara mendalam dan rinci. Jadi, penelitian ini dilakukan dengan penjabaran secara deskriptif.

Oleh karena itu, menggunakan metode deskriptif kualitatif terdapat beberapa alasan yakni sebagai berikut, yaitu penjabaran data akan dilakukan secara deskriptif dengan melihat pemunculan bahasa atau penggunaan bahasa yang mempengaruhi data. Lalu, data tersebut didapatkan berupa tulisan dan tidak berupa data yang berbentuk angka. Metode kualitatif juga dapat dilihat dari aspeknya yang menekankan pada pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Dapat disimpulkan metode ini yaitu kualitatif karena datanya berupa kata-kata atau tuturan secara langsung yang mendeskripsikan secara terperinci melalui tulisan.

Penelitian ini dilakukan melalui komunikasi tulis, yang terjadi pada aplikasi belanja *online*, media sosial dan juga situs web. Aplikasi belanja online yang digunakan antara lain adalah Tokopedia dan Shopee. Media sosial yang digunakan untuk belanja *online* yaitu Line. Dan juga WhatsApp sebagai salah satu media komunikasi yang banyak digunakan saat ini. Dengan diambilnya data-data dari aplikasi belanja *online*, media sosial, dan juga media komunikasi yang banyak digunakan saat ini, maka data tersebut telah mewakili keseluruhan aplikasi belanja *online* dan juga media sosial yang menjual berbagai macam produk.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada tabel akan disajikan semua data berupa pesan singkat yang dikirimkan oleh pembeli kepada penjual maupun sebaliknya. Dari semua data yang disajikan tersebut akan dianalisis satu persatu secara mendalam dengan cara mengetahui apa makna dari istilah-istilah penggunaan bahasa pada transaksi *online shop*. Jadi, pada simpulan nantinya akan mudah dipahami tentang istilah-istilah penggunaan bahasa pada transaksi *online shop*.

Tabel data yang sudah disajikan dapat diketahui terdapat penggunaan istilah-istilah pada pesan singkat yang dikirimkan oleh pembeli kepada penjual maupun sebaliknya. Pesan singkat yang sudah dilakukan mengandung istilah-istilah yang akan diketahui apa arti atau makna tersebut. Selanjutnya, data yang sudah disajikan akan dimasukkan ke dalam tabel instrument. Serta data tersebut dianalisis dalam bentuk deskripsi. Berikut analisis data berdasarkan tabel instrument yang dilakukan.

Tabel. 1. data berdasarkan tabel instrument

No	Pesan Singkat	Istilah	Makna
1.	<p>Pembeli: “Kak masker varian greentea dan strawberry yang travel size ready tidak?”</p> <p>Penjual: “Ready kak “</p> <p>Pembeli: “Untuk cara pemesanannya gimana kak?”</p> <p>Penjual: “Jika sudah fix order, mohon isi format di bawah ini;</p> <p>Nama:</p> <p>Alamat:</p> <p>Kecamatan:</p> <p>Kota:</p> <p>Kode pos:</p> <p>Nomor hp:</p>	<p>a. Kak</p> <p>b. <i>Ready</i></p> <p>c. <i>Fix Order</i></p> <p>d. <i>Pcs</i></p> <p>e. <i>Travel size</i></p> <p>f. Format order</p>	<p>a. Kak yaitu bentuk sapaan yang sifatnya netral. Karena baik pembelinya anak muda ataupun orang tua tidak ada ketersinggungan antara pembeli dan penjual.</p> <p>b. <i>Ready</i>, berarti produk yang ingin dipesan sudah ada atau sudah siap.</p> <p>c. <i>Fix order</i> berarti pembeli sudah dipastikan akan membeli produk tertentu. Untuk <i>fix</i></p>

Orderan (sebutkan varian):

Pembeli: “Untuk harga yang **travel size** barapa kak?”

Penjual: “Saat ini Kami sedang ada promo kak
Daisy 60 gr: 37500/**pcs**
Daisy 20 gr: 17.000/**pcs**
Tease 50 gr: 42.500/**pcs**
Berlaku sampai 27
januari 2020 pkl
23.50 WIB

order, pembeli akan diminta untuk mengirimkan format order.

- d. *Pcs* adalah jumlah produk yang ingin dipesan (1 *Pcs* artinya produk tersebut berjumlah 1 buah)
- e. *Travel size*, istilah ini digunakan agar pembeli dapat mencoba terlebih dahulu produk yang dijual, dan *travel size* merupakan ukuran barang yang mudah untuk dibawa ketika sedang perjalanan.
- f. Format order adalah format pembelian yang menunjukkan bahwa pembeli sudah fix order atau pasti membeli produk tersebut. Format order digunakan untuk memudahkan penjual mengatur pembukaan dan pengiriman produk.

2. Penjual:
“Asslammualaikum
Sister Vanilla
Stay tune terus di akun
Vanilla Support ini
untuk semua info

- a. *Sister* atau Sis
- b. *Soldout*
- c. *Restock*
- d. *Ready*

a. *Sister* atau sis merupakan sebutan singkatan dari *sister* dalam bahasa Inggris berarti saudara perempuan. Untuk

<p>upload, info produk, atau event Vanilla lainnya. Silahkan chat kami tentang apa saja yang kamu mau tahu soal vanilla! Have a nice day ya dear Vanilla's sister" Pembeli: "Kak banjunya masih ready ga?" Penjual: "Hai Sis, mohon maaf produk tersebut udah soldout jadi harus nunggu restock stay tune terus ya buat infonya" Pembeli: "Oke sis, makasih"</p>		<p>menyebut penjual dan pembeli wanita pada jual beli <i>online</i>. b. <i>Soldout</i> merupakan istilah untuk semua produk yang sudah terjual habis (barang lebih dari satu). c. <i>Restock</i> merupakan istilah yang digunakan ketika produk yang ingin dipesan sudah habis terjual, kemudian akan diproduksi ulang. d. <i>Ready</i> adalah produk yang ingin dipesan sudah ada atau siap.</p>
<p>3. Billing address Ridhaningtyas Wahyu Amanda Jl. Pendidikan, No.33B RT03/RW03, Serua Bulak, Pondok Petir Bojongsari Depok Jawa Barat 16517 Indonesia</p> <p>Shipping method SiCepat Regular Service</p> <p>Payment method Transfer bank - 168.527</p>	<p>a. <i>Billing address</i> b. <i>Shipping</i> c. <i>Payment</i></p>	<p>a. <i>Billing address</i> artinya penagihan. Istilah ini digunakan untuk meminta untuk memberikan alamat yang sesuai. b. <i>Shipping</i> diartikan sebagai proses pengiriman produk dari penjual ke alamat pembeli. Proses pengiriman produk biasanya penjual menggunakan jasa pengiriman produk seperti JNE, JNT,</p>

-
- SiCepat, NinjaExpress, dll.
- c. *Payment* artinya sistem pembayaran yang digunakan untuk membayar produk yang dipesan.
4. Pembeli: “misi **gan** barang **ready**kah dan untuk besok di **pick up** **sameday** go/grab kah?”
 Penjual: “**ready** kak, untuk sementara hanya melayani **instant** kak”
 Pembeli: “**cod** gak bisa ya gan? saya posisi di ciracas JNE fathia”
 Penjual: “iya kak tidak bisa **cod**”
 Pembeli: “posisi Jakarta timur mananya gan, klo **instant** kena berapa?”
 Penjual: “kita tidak tahu kaka kalau soal **ongkir** itu dari sistem soalnya”
- a. Gan
 b. *Ready*
 c. *Pick up*
 d. *Same day* dan *Instant*
 e. COD
 f. Ongkir
- a. Gan sebenarnya singkatan dari juragan. Disebut sebagai sapaan penjual dan pembeli *online* (terutama pria), untuk menyebut lawan bicaranya dalam transaksi.
- b. *Ready* adalah produk yang dijual sudah ada.
- c. *Pick up* merupakan produk yang dijemput kurir ekspedisi atau pembeli sendiri.
- d. *Same day* dan *Instant* merupakan layanan pengiriman produk dalam jangka waktu yang lebih cepat dibandingkan layanan pengiriman yang lainnya yang membutuhkan beberapa hari.
- e. COD singkatan dari *Cash on Delivery* yaitu pembayaran dilakukan dalam transaksi jual beli dengan cara tatap muka
-

-
5. Penjual: “ ||
#DirumahAja
#BelanjaDariRumah | |
OPEN ORDER
pengiriman tanggal 26
Mei 2020 | | Selamat
Datang di Wooden
Projects, Produk Kami
Selalu **READY STOCK**
stock silahkan langsung
ATC, Jika ada
pertanyaan Mohon
tunggu admin kami
untuk membalas pesan
kamu, Happy shopping”
Penjual: “**Ready** kak”
Penjual: “Semua barang
di katalog kami
dipastikan **ready stock**.
Barang pesanan akan
dikirim dalam 1-2 hari
kerja (jika tidak terjadi
kendala).
Kami tunggu pesanan
dari kakak ya, Happy
Shopping”
Pembeli: “Okay,
makasih kak”
- a. *Open Order*
b. *Ready Stock*
c. *ATC*
d. *Ready*
- langsung di lokasi yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Bisa juga diartikan sebagai bayar di tempat.
- a. *Open Order* adalah istilah yang digunakan oleh penjual ketika masih menerima pesanan dari pembeli. Maksudnya proses pemesanan produk masih bisa dilakukan.
b. *Ready stock* merupakan istilah yang digunakan ketika barang yang dijual sudah tersedia.
c. *ATC* berasal dari kata dari *Add to Cart*, yang berarti masukan produk kedalam keranjang belanja.
d. *Ready* adalah produk yang dijual sudah ada atau siap.
-

Pembeli: “Soalnya mau beli banyak tpi beda variasi kak”

6. Pembeli: “Kak barangnya **ready?**”
 Penjual: “**Diskon** besar2an produk2 ditoko kami Kenzietcollection di bulan Ramadhan. Poduk diskon berubah Jilbab, masker, kotak kosmetik, tas kosmetik dan banyak lainnya lagi dichek dulu ya mana tahu ada yang cocok buat anda terima kasih’ Untuk meningkat keamanan dipengiriman silakan penambahan **Bubble Wrap** dari toko kami hanya Rp.2000. Kami tidak melayani permintaan penggantian Warna/motif dan alamat pembeli setelah melakukan Pembayaran. **Reseller** atau **dropship** boleh Wa 0853 6513 9929”
- | | |
|--|--|
| <p>a. <i>Ready</i></p> <p>b. <i>Reseller</i></p> <p>c. <i>Dorpship</i></p> <p>d. Diskon</p> <p>e. <i>Bubble wrap</i></p> | <p>a. <i>Ready</i> adalah produk yang dijual sudah ada atau siap.</p> <p>b. <i>Reseller</i> adalah ialah sebuah kelompok “perusahaan” atau individu “perorangan” yang membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk menjualnya kembali.</p> <p>c. <i>Dropship</i> istilah bisnis atau jualan yang di jalankan secara online yang pelakunya tanpa harus memiliki stok produk sendiri.</p> <p>d. Diskon memiliki makna potongan harga yang akan diberikan ketika belanja <i>online</i>.</p> <p>e. <i>Bubble wrap</i> adalah plastik transparan yang memiliki banyak gelembung keci-kecil di seluruh bagiannya dan digunakan sebagai pembungkus agar lebih aman.</p> |
|--|--|
-

Terdapat fungsi register dalam jual beli *online*. Dari data penelitian di atas, ditemukan sejumlah fungsi register pada bidang jual beli *online*. Fungsi-fungsi register yaitu, sebagai berikut:

a. Fungsi Representasi

Fungsi representasi dalam jual beli *online* mengacu pada kosakata tertentu dapat difungsikan untuk menjelaskan informasi berupa fakta atau pengetahuan mengenai kondisi dan kualitas produk yang disesuaikan dengan gambar produk yang ditampilkan.

b. Fungsi Heuristik

Fungsi heuristik dalam jual beli *online* bahasa yang digunakan juga berfungsi sebagai alat untuk mempelajari segala hal, mencari fakta, menyelidiki kebenaran, dan penjelasan. Fungsi heuristik biasanya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan yang menuntut jawaban.

c. Fungsi Personal

Bahasa dalam *online shop* pada fungsi personal berfungsi sebagai alat untuk menyatakan hal-hal yang bersifat pribadi sehingga mampu menunjukkan kepribadian seorang. Fungsi dari bahasa ini memungkinkan calon pembeli untuk mengekspresikan perasaanya, emosi, dan reaksi-reaksi yang mendalam kepada penjual berkaitan dengan proses jual beli *online*.

d. Fungsi Instrumental

Fungsi instrumental yaitu fungsi yang dilihat dari sudut pandang pendengar sebagai lawan tutur. Tuturan penutur akan memberikan efek terhadap mitra tutur. Mitra tutur juga akan memberikan efek dengan melakukan sesuatu atau kegiatan yang sesuai dituturkan oleh penutur. Dalam jual beli *online*, penutur tersebut bisa penjual atau pembeli akan menggunakan bahasa yang berfungsi sebagai alat untuk membuat mitra tutur melakukan sesuatu yang dituturkan.

e. Fungsi Regulasi

Fungsi regulasi adalah bahasa yang berfungsi sebagai pengawas, pengatur, peristiwa, pengendali atau orang lain. Tuturan yang mengandung fungsi regulasi ini biasanya berbentuk larangan, peraturan, ancaman, penolakan, persetujuan dan perjanjian. Fungsi regulasi dalam jual beli *online*, salah satunya dapat dilihat pada informasi cara pemesanan produk atau barang yang disampaikan oleh penjual.

f. Fungsi Interaksional

Fungsi interaksional adalah ketika bahasa berfungsi sebagai pemantap ketahanan dan keberlangsungan komunikasi serta menjalin interaksi sosial. Keberhasilan komunikasi yang dilakukan menuntut penutur memiliki pengetahuan secukupnya seperti jargon, logat, lelucon sebagai bentuk dari komunikasi. Seperti, dalam penawaran produk, Pink Emma (nama toko *online shop*) mengirimkan pesan melalui media sosial yaitu *line* kepada pelanggannya. Pertanyaan 'sista, malam minggu kemana nih?' pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan basa-basi yang sengaja dilakukan agar interaksi sosial antara admin dan pelanggan berjalan dengan akrab. Penggunaan register *sista* pada tuturan tersebut tepat digunakan, karena mayoritas pelanggan Pink Emma merupakan remaja atau wanita dewasa. Misalnya, pada data tabel instrument yang diteliti pada toko Vanilla Support mengirimkan pesan melalui media sosial berupa *line* juga kepada pelanggannya. Pertanyaannya 'Assalamualaikum Sister Vanilla :)' pertanyaan tersebut sengaja digunakan agar interaksi sosial antara admin dan pelanggan berjalan akrab dan nyaman. Pertanyaan tersebut terdapat register *sister* merupakan tuturan yang tepat digunakan, karena pelanggan Vanilla Support merupakan remaja atau wanita dewasa.

Berdasarkan penyajian data pada tabel penelitian di atas terdapat istilah-istilah penggunaan bahasa pada transaksi jual beli *online* dan diketahui maksud dari makna istilah-istilah tersebut. Dalam tabel di atas disajikan sebanyak 6 data pesan singkat yang dilakukan oleh pembeli dan penjual maupun sebaliknya dalam transaksi jual beli *online*. Istilah-istilah penggunaan bahasa pada transaksi jual beli

online diketahuilah makna dari istilah tersebut. Berikut istilah-istilah penggunaan bahasa yang dipakai dalam transaksi jual beli *online*:

1. **Kak** yaitu bentuk sapaan yang sifatnya netral. Karena baik pembelinya anak muda ataupun orang tua tidak ada ketersinggungan antara pembeli dan penjual.
2. **Ready**, berarti produk yang ingin dipesan sudah ada atau sudah siap.
3. **Fix order** berarti pembeli sudah dipastikan akan membeli produk tertentu. Untuk *fix order*, pembeli akan diminta untuk mengirimkan format order.
4. **Pcs** adalah jumlah produk yang ingin dipesan (1 Pcs artinya produk tersebut berjumlah 1 buah)
5. **Travel size**, istilah ini digunakan agar pembeli dapat mencoba terlebih dahulu produk yang dijual, dan *travel size* merupakan ukuran barang yang mudah untuk dibawa ketika sedang perjalanan.
6. **Format order** adalah format pembelian yang menunjukkan bahwa pembeli sudah *fix order* atau pasti membeli produk tersebut. Format order digunakan untuk memudahkan penjual mengatur pembukaan dan pengiriman produk.
7. **Sister** atau **sis** merupakan sebutan singkatan dari *sister* dalam bahasa Inggris berarti saudara perempuan. Untuk menyebut penjual dan pembeli wanita pada jual beli *online*.
8. **Soldout** merupakan istilah untuk semua produk yang sudah terjual habis (barang lebih dari satu).
9. **Restock** merupakan istilah yang digunakan ketika produk yang ingin dipesan sudah habis terjual, kemudian akan diproduksi ulang.
10. **Billing address** artinya penagihan. Istilah ini digunakan untuk meminta untuk memberikan alamat yang sesuai.
11. **Shipping** diartikan sebagai proses pengiriman produk dari penjual ke alamat pembeli. Proses pengiriman produk biasanya penjual menggunakan jasa pengiriman produk seperti JNE, JNT, SiCepat, NinjaExpress, dll.

12. **Payment** artinya sistem pembayaran yang digunakan untuk membayar produk yang dipesan.
13. **Gan** sebenarnya singkatan dari juragan. Disebut sebagai sapaan penjual dan pembeli *online* (terutama pria), untuk menyebut lawan bicaranya dalam transaksi.
14. **Pick up** merupakan produk yang dijemput kurir ekspedisi atau pembeli sendiri.
15. **Same day** dan **Instant** merupakan layanan pengiriman produk dalam jangka waktu yang lebih cepat dibandingkan layanan pengiriman yang lainnya yang membutuhkan beberapa hari.
16. **COD** singkatan dari *Cash on Delivery* yaitu pembayaran dilakukan dalam transaksi jual beli dengan cara tatap muka langsung di lokasi yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Bisa juga diartikan sebagai bayar di tempat.
17. **Open Order** adalah istilah yang digunakan oleh penjual ketika masih menerima pesanan dari pembeli. Maksudnya proses pemesanan produk masih bisa dilakukan.
18. **Ready stock** merupakan istilah yang digunakan ketika barang yang dijual sudah tersedia.
19. **ATC** berasal dari kata dari *Add to Cart*, yang berarti masukan produk kedalam keranjang belanja.
20. **Reseller** adalah ialah sebuah kelompok “perusahaan” atau individu “perorangan” yang membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk menjualnya kembali.
21. **Dropship** istilah bisnis atau jualan yang di jalankan secara online yang pelakunya tanpa harus memiliki stok produk sendiri.
22. **Diskon** memiliki makna potongan harga yang akan diberikan ketika belanja *online*.
23. **Bubble wrap** adalah plastik transparan yang memiliki banyak gelembung kecil-kecil di seluruh bagiannya dan digunakan sebagai pembungkus agar lebih aman.

24. **Ongkir** bermakna ongkos kirim. Maksudnya adalah biaya tambahan yang diperlukan untuk mengirim produk yang dibeli.

Berdasarkan data di atas peneliti dapat mengetahui istilah-istilah penggunaan bahasa pada transaksi jual beli *online* dari 12 data dalam pesan singkat yang dilakukan oleh penjual maupun pembeli yang sudah di analisis berjumlah 36 istilah-istilah penggunaan bahasa pada transaksi jual beli *online*.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Belanja *online* merupakan sebuah proses jual beli yang dilakukan dengan media aplikasi atau situs-situs belanja *online* yang menyediakan barang atau jasa. Penggunaan bahasa register pada sistem jual beli *online*, pada aplikasi ataupun media sosial serta situs web, meliputi campur kode dan alih kode. Campur kode sebagai bagian dari satu variasi bahasa tertentu yang digunakan penutur secara sadar dan mendasar menggunakan unsur-unsur bahasa lain yang dilakukan sebagai strategi komunikasi untuk menjelaskan maksud tertentu; sedangkan alih kode adalah peralihan antara satu bahasa dengan bahasa lainnya karena faktor tertentu yang mempengaruhinya.

Istilah register salah satu penggunaan bahasa yang khas dalam masyarakat, termasuk ditemukannya pada transaksi jual beli *online* yang saat ini lebih digandrungi masyarakat. Register dalam sistem jual beli *online* memiliki fungsi yang sangat penting, antara lain adalah fungsi representasi, fungsi heruistik, fungsi personal, fungsi instrumental, fungsi regulasi, dan fungsi interaksional. Register dalam sistem jual beli *online* banyak menggunakan singkatan dalam yang berasal dari bahasa Inggris. Seperti COD (*Cash on Delivery*), dan ATC (*Add to Cart*).

DAFTAR PUSTAKA

- Goyena, R., & Fallis, A. . (2019). BAB II Register. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Ii, B. A. B., & Sejenis, A. P. (2012). *Kajian Dialek Dalam...*, Asep Sutrisno, FKIP UMP, 2017. 6–22.
- Kode, C., Transaksi, D., Beli, J., & Pasar, D. I. (n.d.). *MAUMERE PROPISI NUSA TENGGARA TIMUR Pendahuluan*. 112–120.
- Mózo, B. S. (2017). 6 BAB Kerangka Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Mustikawati, D. A. (2015). Alih Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa Melalui Studi Sociolinguistik). *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(2), 23–32. <https://doi.org/10.2426/dpp.v2i2.154>
- Setiadi, D. (2017). Campur Kode Dalam Lirik Lagu “Kis Band.” *RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.22225/jr.3.1.92.1-15>
- Thesa, K., & Maret, U. S. (2017). Pendahuluan Bahasa merupakan alat komunikasi yang berupa sistem lambang bunyi yang menjadi alat ucap manusia . Komunikasi mempunyai definisi berupa suatu sistem yang dimiliki oleh manusia dalam kegiatan sehari-hari . Meskipun dalam kegiatan komunikasi ter. *Prasasti: Journal of Linguistics, Vol. 2, Nu*, 89–101.
- Ulfyiani, S., & Mualafina, R. F. (2016). *Register Dalam Jual Beli Online : Sebuah Tinjauan*. 259–268.