

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia merupakan makhluk ciptaan Tuhan yang paling tinggi derajatnya. Manusia diberikan kelebihan yang tidak dimiliki oleh makhluk lain. Salah satu kelebihannya adalah manusia memiliki alat komunikasi berupa bahasa. Bahasa memiliki peran penting bagi kehidupan manusia kiranya tidak perlu diragukan lagi. Bahasa tidak hanya digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi bahasa juga diperlukan untuk menjalankan segala aktivitas hidup manusia. Seperti penelitian, penyuluhan, pemberitaan bahkan untuk menyampaikan pikiran, pandangan serta perasaan.

Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi yang dipakai dalam berbagai keperluan tentu tidak seragam, tetapi akan berbeda-beda disesuaikan dengan situasi dan kondisi (Nauscha, 2013: 13). Bidang seperti ilmu pengetahuan, hukum, kedokteran, politik, pendidikan juga memerlukan peran bahasa. Karena hanya dengan bahasa manusia mampu mengkomunikasikan segala hal. Bahasa mungkin bukan satu-satunya alat komunikasi manusia, selain juga dikenal isyarat, aneka simbol, kode, bunyi, semua itu akan bermakna setelah diterjemahkan ke dalam bahasa manusia. Oleh karena itu fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi terpenting bagi manusia. Komunikasi secara garis besar dapat dirumuskan sebagai proses penyampaian pesan yang selalu melibatkan partisipan (pembicara dan pendengar, penulis dan pembaca) dan media.

Penyebutan nama bahasa pada umumnya disesuaikan dengan nama komunitas antarbangsa, bangsa atau suku bangsa pemakainya. Misalnya bahasa Indonesia, bahasa Arab, bahasa Inggris, bahasa Jawa, bahasa Jepang. Keberadaan aneka bahasa nasional, internasional, dan bahasa daerah tersebut diiringi dengan kemampuan manusia untuk mempelajari selain bahasa pertamanya menjadi salah satu faktor munculnya monolingual (pengguna satu bahasa), bilingual (pengguna dua bahasa) atau multilingual (pengguna beberapa bahasa).

Fungsi utama bahasa adalah sebagai alat komunikasi. Namun, keterkaitannya dengan berbagai aspek kehidupan masyarakat, fungsi bahasa tersebut juga dikembangkan secara variatif. Variasi bahasa lazim dijabarkan dalam variasi diksi, kalimat, wacana, gaya, atau ragam bahasa, register, campur kode, alih kode, interferensi dan intergasi. Selanjutnya, masyarakat pemakai bahasa bersifat heterogen. Heterogenitas masyarakat pemakai bahasa dimaksudkan antara lain

berkaitan dengan adanya perbedaan latar belakang beragama, tingkat, program studi pendidikan dan pembelajaran, sosial ekonomi, politik, hukum, faktor usia, dan jenis kelamin (Ngalim, 2013: 9).

Berbicara bahasa sebagai alat komunikasi akan terkait erat dengan sociolinguistik, yaitu cabang ilmu bahasa yang mempelajari pemakaian bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan dalam komunikasi di dalam masyarakat (Wijana, 2006: 1). Di dalam kehidupan ini terdapat banyak kelompok masyarakat pengguna bahasa. Kemudian dalam kelompok masyarakat itu terdapat kelompok profesi seperti guru, pegawai bank, petani, pengacara. Salah satu kelompok profesi lain yang menarik adalah adalah penjual dengan berbagai ciri khasnya.

Mengenai fenomena di atas, Purnanto (2002: 03) menyatakan bahwa kelompok masyarakat penutur berdasarkan profesi terbentuk karena satuan gaya hidup yang sama dan sering hidup bersama berdasarkan satu status profesi dan wibawa sosial tertentu. Orang, benda dan perbuatan yang memegang peran istimewa dalam lingkup kelompok tersebut memperoleh istilah-istilah yang khas. Wardaugh (dalam Purnanto, 2002: 12) menjelaskan bahwa pemakaian bahasa pada sekelompok orang ditandai oleh adanya pemilihan kosakata-kosakata tertentu sesuai dengan kelompok atau profesi yang disebut dengan register. Register jual beli *online* merupakan salah satu jenis variasi bahasa yang dipakai dalam transaksi jual beli. Mereka lebih nyaman menggunakan register jual beli untuk menghadirkan rasa keakraban dan mempermudah dalam melangsungkan proses transaksi.

Dikaitkan dengan penjelasan di atas, peristiwa jual beli merupakan bentuk ragam lisan. Peristiwa jual beli bisa terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Jual beli terjadi secara langsung apabila penjual dan pembeli saling bertemu atau bertatap muka untuk melakukan transaksi ataupun proses jual beli serta pembayaran secara langsung di tempat. Sedangkan jual beli dikatakan tidak langsung apabila penjual dan pembeli tidak saling bertemu atau tidak saling bertatap muka. Jual beli yang terjadi pada aplikasi *Whatsapp Messenger* merupakan bentuk jual beli yang tidak langsung. Proses jual beli ini berlangsung melalui sebuah media obrolan *online* yang disebut *Whatsapp Messenger*. Setiap obrolan yang terjadi selama proses jual beli berlangsung disampaikan secara tertulis lewat obrolan pada *Whatsapp Messenger*. Oleh karena itu, bentuk percakapan dalam peristiwa jual beli ini digolongkan dalam bentuk transaksi tertulis.

*Whatsapp Messenger* adalah aplikasi pesan untuk *smatphones* sama halnya dengan *Blackberry Messenger*. *Whatsapp Messenger* merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan pengguna bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena *Whatsapp Messenger* dapat dijalankan dengan menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, *browsing web*, dan lain-lain. Pada awalnya, *Whatsapp Messenger* dibuat untuk pengguna *iPhone*, kemudian seiring dengan perkembangan teknologi, aplikasi *Whatsapp Messenger* sudah tersedia juga untuk versi *Blackberry*, *Android*, dan *Symbian (Nokia)*. Aplikasi *Whatsapp* hanya dapat digunakan untuk sesama pengguna yang memiliki aplikasi *Whatsapp* di ponsel. Aplikasi *Whatsapp* ini dapat diunduh secara gratis di websitenya dengan menggunakan nomor telepon ponsel yang sudah terdaftar dan kita gunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna *Whatsapp*. Aplikasi ini menggunakan fitur *push* sehingga pengguna dapat memberitahukan pesan yang sedang diterima dengan mudah dan cepat. Serta berbagai fitur lain yang memudahkan pengguna untuk berinteraksi.

Banyak lagi kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi *Whatsapp*, diantaranya adalah fitur untuk mengirim video, suara, serta gambar yang digunakan oleh penjual untuk mempromosikan produknya kepada pembeli. Penulisan pada *Whatsapp* tidak hanya berupa teks saja, ada berbagai *emotions* dengan berbagai pilihan untuk menambah keseruan dalam perbincangan. Fitur yang tidak kalah penting yang digunakan oleh penjual *online* adalah adanya fitur *Broadcats* dan *Grup chat* yang beranggotakan para *reseller*. *Grup whatsapp* ini dibuat penjual untuk mempromosikan produknya kepada para pembeli atau *reseller* berupa gambar produk yang akan diunduh. Melalui grup ini proses jual beli menjadi semakin mudah dan efektif. *Reseller* maupun pembeli tidak perlu datang ke toko untuk melihat produk yang mereka inginkan. Bahkan seringkali penjual tidak memiliki toko atau outlet untuk memasarkan produk yang dijual oleh mereka. Seluruh kegiatan pemasaran, mulai dari promosi hingga transaksi dijalankan dengan perantara media *online*

Berbisnis *online* pada saat ini memang menjadi trend masa kini. Banyak ditemukan akun bisnis berbasis *online* yang dikelola oleh kalangan remaja, orang tua, bahkan ibu-ibu rumah tangga. Hal ini dikarenakan berbisnis ataupun berjualan *online* sangatlah mudah dan cepat dan pastinya menghasilkan keuntungan yang besar pula. Sebagai salah satu bentuk jual beli *online* yang mudah dan praktis, proses jual beli pada aplikasi ini tentu saja memiliki perbedaan dengan proses jual beli yang terjadi pada umumnya. Bentuk perbedaan yang paling terlihat ada pada penggunaan bahasanya. Tidak jarang penjual dan pembeli menggunakan kosa kata dari bahasa Inggris selama proses jual beli berlangsung. Bahkan terlihat bahwa penggunaan bahasa selama proses transaksi

berlangsung lebih banyak oleh bahasa Inggris. Selain itu, struktur gramatikal tuturan penjual dan pembeli pun memiliki kekhasan yang membedakannya dengan tuturan jual beli lainnya, yaitu banyaknya pembentukan abreviasi, bentuk variasi bahasa dan campur kode serta keragaman bahasa santai yang digunakan selama proses jual beli berlangsung.

Pemilik toko sangat mempengaruhi penggunaan bahasa dalam proses jual beli. Pemilik yang biasa dikenal dengan istilah owner banyak dijumpai berusia yang sepadan ataupun memiliki rentan usia yang tidak jauh berbeda dengan pembeli. Dalam hal ini pembeli biasanya siswa Sekolah Menengah Atas, mahasiswa, serta ibu-ibu muda yang lihai dalam mengoperasikan ponsel dan mempunyai tekad dan bakat dalam berdagang secara *online*. Begitu juga dengan owner, pun biasanya ibu-ibu muda, mahasiswa, bahkan siswa yang mempunyai bakat dalam dunia perdagangan. Dengan begitu dalam hasil pengamatan banyak ditemukan dari para *reseller* toko *online* yang menggunakan istilah-istilah khas dalam proses transaksi jual beli seperti pada data berikut.

*Done upload Limited stock, Reseller PM for disc. Yg gak masuk ke*

*grup, tlg PM ya. Ada 11 model yg sdh di upload Beibh.*

Tampak pada data diatas penjual melakukan campur kode dalam tuturannya, hal ini karena penjual memasukan unsur bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Kata yang dicetak miring merupakan unsur bahasa Inggris yang digunakan, selain itu juga terdapat singkatan dan penggalan yang tampak pada bentuk *PM* dan *disc* dengan acuan kata yang berasal dari bahasa Inggris *Personal Message* dan *discount*. Kata *Beibh* merepresentasikan bentuk variasi bahasa yang menggunakan ragam santai yang menunjukkan adanya kedekatan antara penjual dan pembeli.

Penggunaan bahasa dan kosakata yang muncul di seputar kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual menunjukkan kekhasan bagi kelompok penjual dan pembeli atau *reseller*. Para penjual berkomunikasi menggunakan istilah-istilah yang khusus berdasarkan lingkup mereka di bidang jual beli. Keberagaman faktor sosial tertentu dari para anggota dan faktor situasional dalam komunikasi ini melatar belakangi munculnya register jual beli yang menarik untuk diteliti khususnya dalam kajian sosiolinguistik. Berawal dari keterkaitan bahasa dan keberhasilan berkomunikasi antara penjual dan pelanggan itulah yang membuat fenomena ini menjadi kerangka dasar untuk penelitian ini.

## B. Rumusan Masalah

Ada dua permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini.

1. Bagaimana bentuk pengungkapan register jual beli *online* pada aplikasi *Whatsapp Messenger*?
2. Bagaimana wujud variasi stilistik pada transaksi jual beli *online* aplikasi *Whatsapp Messenger*?

## C. Tujuan Penelitian

Ada dua tujuan penelitian yang akan dicapai.

1. Mendeskripsikan bentuk pengungkapan register jual beli *online* pada aplikasi *Whatsapp Messenger*
2. Mendeskripsikan wujud variasi stilistik pada transaksi jual beli *online* pada aplikasi *Whatsapp Messenger*

## D. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat bagi beberapa pihak. Manfaat dari penelitian tentang register bahasa ini meliputi manfaat teoretis dan manfaat praktis.

### 1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoritis yang diharapkan merupakan manfaat yang berhubungan dengan pengembangan ilmu, dalam hal ini adalah ilmu kebahasaan. Penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam memperluas diharapkan dapat memperluas wawasan pembaca mengenai bentuk register jual beli *online* pada aplikasi *Whatsapp Messenger* dan memperkaya khasanah serta mengembangkan ilmu bahasa, khususnya dalam bidang kajian sosiolinguistik. Selain itu dapat digunakan sebagai acuan atau rujukan bagi peneliti yang serupa mengenai bentuk register bahasa.

### 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini yaitu dapat memberikan tambahan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis dalam mempelajari bentuk register bahasa. Bagi para pembaca dapat menggunakan hasil penelitian sebagai bahan pengetahuan tentang register bahasa jual beli *online* pada aplikasi *Whatsapp Messenger*. Bagi peneliti diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam pendalaman kajian sosiolinguistik, khususnya pada register bahasa. Selain untuk

memperkaya pengetahuan bahasa, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pendidikan