

VARIASI BAHASA DALAM PENJUALAN *ONLINE* DI GRUP FACEBOOK 'BUSAM': TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK

Fretiagrisah, Mursalim, Purwanti

Program Studi Sastra Indonesia,
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman
Email: fretibaya150299@gmail.com

ABSTRAK

Variasi bahasa dalam penelitian ini adalah tuturan-tuturan lisan berupa penawaran yang digunakan oleh penjual saat menjual barang hasil produksi kepada pembeli. Penelitian ini menganalisis bentuk variasi bahasa dan faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Tujuan penelitian yaitu: mendeskripsikan bentuk variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM, mendeskripsikan faktor-faktor terjadinya variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode simak, teknik simak libat cakap, teknik simak bebas libat cakap, teknik rekam, teknik catat, dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan metode padan ekstralingual. Teknik penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif. Berdasarkan hasil dan analisis data, ditemukan variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek dan dialek. Terdapat variasi bahasa dari segi keformalan yaitu, ada gaya atau ragam santai (kasual), dan gaya atau ragam akrab (*intimate*). Terdapat variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM karena adanya peristiwa tutur yang terjadi dalam proses penawaran oleh sepuluh penjual pakaian. Faktor-faktor yang memengaruhi variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM yaitu: disebabkan karena faktor situasional, faktor bilingualisme, faktor umur, faktor fisik, dan faktor jenis kelamin.

Kata kunci: grup *Facebook* 'BUSAM', penjualan *online*, variasi bahasa

ABSTRACT

Language variations in this study are oral utterances in the form of offers used by sellers when selling their products to buyers. This study analyzes the forms of language variation and the factors that influence the occurrence of language variations in online sales in the BUSAM Facebook group. The research objectives are: to describe the form of language variation in clothing sales in the BUSAM Facebook group, to describe the factors that occur in language variation in clothing sales in the BUSAM Facebook group. This research is a field research. The research approach uses descriptive qualitative methods. The data collection technique used

the listening method, the listening-engagement technique, the free-talk-involvement listening technique, the recording technique, the note-taking technique, and interviews. The data analysis technique used the extralingual equivalent method. The technique of presenting data is done in the form of a narrative description. Based on the results and data analysis, it was found that language variations were found in terms of speakers as seen from idiolects and dialects. There are language variations in terms of formality, namely, there is a relaxed style or variety (casual), and an intimate style or variety. There are language variations in online sales in the BUSAM Facebook group due to a speech event that occurred in the bidding process by ten clothing sellers. The factors that influence language variation in online sales in the BUSAM Facebook group are: caused by situational factors, bilingualism factors, age factors, physical factors, and gender factors.

Keywords: Facebook group 'BUSAM', online sales, language variations

A. PENDAHULUAN

Upaya pemenuhan kebutuhan, manusia terus bekerja untuk dapat bertahan hidup. Salah satu caranya yaitu dengan membeli barang atau jasa, demikian sebaliknya menjual barang atau jasa. Media yang diperlukan untuk membeli dan menjual barang seperti: pasar, *mall*, atau pusat perbelanjaan lainnya. Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi proses jual beli pun tidak hanya dapat dilakukan di pasar, *mall*, atau *supermarket*. Penjual maupun pembeli bisa melakukan transaksi jual beli secara *online*. *Facebook* merupakan aplikasi daring di mana semua orang bisa melakukan komunikasi dengan siapa saja. *Facebook* juga dapat diakses oleh siapa saja mulai dari anak-anak, hingga orang tua. Selain untuk berkomunikasi, *facebook* juga dimanfaatkan sebagai media menjual berbagai macam produk. Contohnya, penjualan *online* dalam grup *Facebook* BUSAM (Bubuhan Samarinda). Grup *Facebook* BUSAM merupakan media atau tempat jual beli *online* yang dapat dimanfaatkan untuk menjual berbagai macam produk. Berbagai macam bentuk strategi penjualan yang dilakukan oleh pihak produsen atau penjual. Salah satunya yaitu, dengan memberi potongan harga (*discount*) atau tawaran beli satu gratis satu. Bentuk penawaran seperti itulah yang menarik minat pembeli, untuk tergabung dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM.

Berdasarkan strategi penjualan seperti itu, memungkinkan adanya variasi bahasa dalam penjualan yang dilakukan oleh pihak produsen saat menawarkan barang hasil produksi kepada konsumen. Bahasa merupakan alat komunikasi agar terciptanya relasi antara pembeli dan penjual. Yule (2015:32), mengatakan bahwa bahasa berperan sebagai sistem komunikasi yang bisa diamati dari berbagai situasi. Dalam hal ini, situasi yang dimaksud yaitu proses penawaran penjualan *online* antara penjual dan pembeli.

Penelitian ini dilakukan dengan memilih grup *Facebook* BUSAM sebagai tempat untuk memperoleh variasi bahasa penawaran dalam penjualan *online*. Dapat

dikatakan pengunjung yang mengakses grup *Facebook* BUSAM termasuk dalam kelompok masyarakat cukup banyak. Baik penjual ataupun pembeli tentunya beragam. Terdiri dari agama, suku, etnis, ras, dan budaya yang berbeda. Chaer dan Agustina (2010:105), mengatakan bahwa sehubungan dengan heterogennya suatu masyarakat tutur adanya berbagai fungsi sosial dan politik bahasa, serta adanya tingkatan kesempurnaan kode, maka alat komunikasi manusia yang disebut bahasa itu menjadi sangat bervariasi. Oleh karena itu penelitian ini memiliki relasi dengan bidang ilmu sosiolingistik yaitu variasi bahasa. Adanya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM dikarenakan pengaruh situasi, lingkungan sosial, budaya, jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan saat penutur menyampaikan sesuatu. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan memilih objek variasi bahasa penjual saat menawarkan penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Berdasarkan penelitian ini diperoleh rumusan masalah yaitu: bagaimana bentuk variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM. Bagaimana faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM. Tujuan masalah yaitu, Mendeskripsikan bentuk variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM dan faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM. Manfaat penelitian yaitu, dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pemakaian ilmu sosiolinguistik pada variasi dalam penjualan *online*, serta faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Informasi yang diperoleh dalam penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam memahami dan menerapkan ilmu sosiolinguistik, khususnya berkaitan dengan variasi bahasa dan faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa.

B. LANDASAN TEORI

Adapun teori yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu variasi bahasa menurut Chaer dan Agustina dan faktor-faktor yang memengaruhi variasi bahasa menurut Suandi.

1. Sosiolinguistik

J.A. Fishman (dalam Chaer dan Agustina 2010:13) Sosiolinguistik adalah kajian tentang ciri khas variasi bahasa, fungsi-fungsi bahasa, dan pemakaian bahasa karena ketiga unsur itu selalu berinteraks, berubah, dan saling mengubah satu sama lain dalam satu masyarakat tutur.

2. Variasi Bahasa

Setiap kegiatan memerlukan atau menyebabkan terjadinya keragaman bahasa. Erat kaitannya sosiolinguistik dengan variasi bahasa. Terjadinya keragaman atau kevariasian bahasa bukan hanya disebabkan oleh para penuturnya yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam (Suandi, 2014:34).

a. Variasi Bahasa dari Segi Penutur

Adapun variasi bahasa dari segi penutur yaitu dilihat dari idiolek dan dialek penutur. Idiolek adalah variasi bahasa yang bersifat perorangan. 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. Dialek adalah variasi bahasa dari sekelompok penutur yang jumlahnya relatif, yang berada pada suatu tempat, wilayah, atau area tertentu. Kronolek atau dialek temporal adalah variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok sosial pada masa tertentu. Sosiolek atau dialek sosial adalah variasi bahasa yang berkenaan dengan status, golongan, dan kelas sosial penuturnya.

b. Variasi dari Segi Pemakaian

Variasi bahasa ini biasanya dibicarakan berdasarkan bidang penggunaan, gaya, atau tingkat keformalan, dan sarana penggunaan. Misalnya: bidang sastra, jurnalistik, militer, pertanian, pelayayaran, perekonomian, perdagangan, pendidikan, dan kegiatan keilmuan.

c. Variasi dari Segi Keformalan

Gaya atau ragam beku (*frozen*) contohnya: upacara kenegaraan, khotbah, akte notaris, dan surat-surat keputusan. Gaya atau ragam resmi (formal) pidato kenegaraan, rapat dinas, surat menyurat dinas, buku-buku pelajaran, dan sebagainya. Gaya atau ragam usaha (konsultatif) pembicaraan biasa di sekolah, dan rapat-rapat atau pembicaraan yang berorientasi pada hasil produksi. Gaya atau ragam santai (kasual) berbincang-bincang dengan keluarga atau teman karib pada waktu santai, berolah raga, berekreasi, dan sebagainya. Gaya atau ragam akrab (*intimate*) adalah variasi bahasa yang biasa digunakan oleh para penutur yang hubungannya sangat akrab, seperti antaranggota keluarga atau antarteman yang sudah karib.

d. Variasi dari Segi Sarana

Variasi bahasa dari segi sarana dapat dilihat dari sarana atau jalur penyampaian yang digunakan. Berdasarkan sarana yang digunakan ragam bahasa dibagi menjadi dua, yaitu ragam lisan dan ragam tulis. Dalam hal ini ada ragam lisan dan ragam tulis dalam berbahasa dengan menggunakan sarana atau alat tertentu, yakni dalam bertelepon atau bertelegraf.

3. Faktor yang Memengaruhi Terjadinya Variasi Bahasa

Suandi (2014:12) mengatakan bahwa masyarakat Indonesia termasuk masyarakat yang dwibahasawan. Keanekaragaman bahasa yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan realitas kebahasaan masyarakat Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi variasi bahasa yaitu kedwibahasawan (bilingualisme). Selain bilingualisme, faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam suatu kelompok masyarakat yaitu karena, faktor sosial dan faktor situasional.

4. Peristiwa Tutur

Peristiwa tutur adalah terjadinya atau berlangsungnya interaksi linguistik dalam satu bentuk ujaran atau lebih yang melibatkan dua pihak, yaitu ada penutur dan mitra tutur dengan satu pokok tuturan, dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu (Chaer dan Agustina, 2010:47).

Dell Hymes (1972) seorang pakar linguistik terkenal, bahwa suatu peristiwa tutur harus memenuhi delapan komponen. Kedelapan komponen itu adalah *SPEAKING*, Wadhaugh (dalam Chaer dan Agustina 2010) adalah sebagai berikut:

Setting and scence. *Setting* berkenaan dengan waktu dan tempat tutur berlangsung. *Scene* mengacu pada situasi tempat dan waktu, atau situasi psikologis pembicara. *Participants* adalah pihak-pihak yang terlibat dalam pertuturan, biasa pembicara dan pendengar, penyapa atau pesapa, atau pengirim dan penerima (pesan). *Ends*, merujuk pada maksud dan tujuan pertuturan. Contohnya, peristiwa tutur yang terjadi di ruang pengadilan bermaksud untuk menyelesaikan suatu kasus perkara. Namun para partisipan di dalam peristiwa tutur itu mempunyai tujuan yang berbeda. Jaksa ingin membuktikan kesalahan si terdakwa, sedangkan hakim berusaha memberikan keputusan yang adil. *Act sequence*, mengacu pada bentuk ujaran dan isi ujaran. Bentuk ujaran ini berkenaan dengan kata-kata yang digunakan, bagaimana penggunaannya, dan hubungan antara apa yang dikatakan dengan topik pembicaraan. *Key*, mengacu pada: nada, cara, dan semangat dimana suatu pesan disampaikan dengan senang hati, dengan serius, dengan singkat, dengan sombong, dengan mengejek, dan sebagainya. Hal ini dapat ditunjukkan dengan gerak tubuh dan isyarat. *Instrumentalities*, mengacu pada jalur bahasa yang digunakan seperti: jalur lisan, tertulis, melalui telegraf, atau telepon. *Instrumentalities* ini juga mengacu pada kode ujaran yang digunakan seperti: bahasa, dialek, fragam, atau register. *Norm of Interaction and Interpretation*, mengacu pada norma atau aturan dalam berinteraksi. *Genre*, mengacu pada jenis bentuk penyampaian, seperti narasi, puisi, pepatah, doa, dan sebagainya.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan kajian sosiolinguistik. Dalam penelitian lapangan, peneliti secara individu berbicara dan mengamati secara langsung orang-orang yang sedang ditelitinya.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan bentuk variasi bahasa penjual pakaian dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Mendeskripsikan faktor penyebab terjadinya variasi bahasa penjual pakaian dalam

penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Mendeskripsikan peristiwa tutur yang terjadi dalam siaran langsung penjual pakaian saat mempromosikan hasil produksi.

3. Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah tuturan-tuturan penawaran yang digunakan oleh penjual pakaian saat menawarkan barang hasil produksi kepada pembeli melalui siaran langsung di grup *Facebook* BUSAM. Sumber data dalam penelitian ini adalah penjual pakaian yang melakukan siaran langsung di grup *Facebook* BUSAM.

4. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan. Penelitian dimulai pada tanggal 1 Juni sampai dengan 1 September 2020. Lokasi atau tempat penelitian bersifat bebas.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode simak, Teknik Simak Libat Cakap, Teknik Simak Bebas Cakap, Teknik Rekam, Teknik Catat dan Wawancara.

6. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yaitu metode padan ekstralingual. Metode padan ekstralingual ialah menghubungkan masalah bahasa dengan hal yang berada di luar bahasa (Mashun, 2005:120). Adapun tahap analisis data yaitu: pertama data yang diperoleh dari hasil pengamatan dan rekam, ditranskripsikan menjadi data tulis. Data yang sudah ditranskripsikan, diterjemahkan menjadi kalimat yang mudah dipahami oleh pembaca. Mengklasifikasikan bentuk-bentuk variasi bahasa yang digunakan oleh penjual pakaian saat melakukan siaran langsung di grup *Facebook* BUSAM. Variasi bahasa berupa penawaran yang sudah diterjemahkan, dianalisis menggunakan teori sosiolinguistik yaitu variasi bahasa dan faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa penjual pakaian dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM.

7. Teknik Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian naratif. Data yang diperoleh dari hasil penelitian diuraikan secara deskriptif dalam bentuk uraian kalimat.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM

D1: Ini ya motif bajunya gini. Anakku langsung ni yang jadi model pakaiannya, jadi no KW-KW.

“Motif bajunya seperti yang dipakai oleh anak saya. Modelnya anak saya sendiri, jadi kualitas barang tidak buruk”

Pilihan kata atau idiolek yang digunakan penjual saat melakukan penawaran yaitu “no KW-KW” berarti tidak palsu. Penjual meyakinkan pembeli bahwa pakaian yang dijual kualitasnya bagus dan original. Penjual memilih kalimat tersebut untuk memastikan bahwa tidak ada produk penjualan yang buruk. Awal tuturan penawaran sedang berlangsung, penjual sudah menggunakan idiolek “no KW-KW” kepada pembeli. Kalimat yang digunakan juga dipahami dan ditanggap baik oleh pembeli. Kutipan tuturan tersebut juga dominan digunakan oleh penjual sampai penawaran jual beli di grup *Facebook* BUSAM berakhir. “no KW-KW” juga merupakan bahasa kekinian, bukan bahasa Indonesia baku. Kata “no” merupakan serapan dari bahasa Inggris yang berarti tidak. Kata “KW-KW” merupakan singkatan dari *kwalitas* yang merupakan bentuk tidak baku dari kata kualitas. Singkatan KW digunakan untuk memudahkan dalam menilai kualitas suatu barang. Kata “KW” berarti tiruan atau palsu. Penjual menggunakan pilihan kata tersebut untuk menunjukkan bahwa pakaian yang dijual tidak palsu. Selain itu, pembeli juga memahami tuturan yang disampaikan oleh penjual dengan idiolek demikian. Kata “KW” juga merupakan tuturan yang lumrah digunakan saat menjual dan membeli sebuah produk. Adanya idiolek yang digunakan oleh penjual, barang hasil produksi banyak terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan D1 termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D2: Ayok bantu up, bantu share kalok cuma up-up aja tapi gak ngeshare percuma ya kita gak masukan nanti diundian. Pokoknya banyak up, banyak ngeshare itu yang menang. Pemenangnya satu orang aja ya, ayok bantu up bantu share.

“Ayo bantu *up* dan bagikan. Kalau hanya menuliskan *up-up* dikolom komentar tapi tidak membagikan siaran langsung ini percuma ya, kita tidak masukan didaftar undian. Pokoknya paling banyak *up* dan bagikan, itu yang memang. Pemenang hanya untuk satu orang saja”

Berdasarkan kutipan tuturan D2, data dan hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu saat menawarkan barang hasil produksi kepada pembeli. Penjual memberikan tawaran yakni berupa hadiah bagi pembeli yang membagikan siaran langsung penjualannya “*pokoknya banyak up, banyak ngeshare itu yang menang*”. Selain untuk mempertahankan jumlah penonton dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM, penjual memberikan tawaran hadiah agar banyak pengguna akun *facebook* tergabung dalam siaran langsung penjualan *online* yang dilakukan. Pada D1, penjual menggunakan pilihan kata “no KW-KW”. Pada D2, penjual menawarkan hadiah kepada pembeli yang banyak membagikan siaran langsung penjualannya di grup *Facebook* BUSAM. Pembeli diberi tawaran hadiah jika menuliskan “*up*” dan membagikan “*share*” sebanyak mungkin akan memang. Kata *up and share* merupakan serapan dari bahasa Inggris yang berarti atas dan bagikan. Penggunaan kata “*up*” pada laman komentar penjualan *online* untuk menunjukkan bahwa pengguna akun *facebook* sudah tergabung

dalam siaran langsung tersebut. Kata “share” dalam penjualan *online* digunakan agar pembeli membagikan siaran langsung yang dilakukan oleh penjual. Adanya pilihan kata yang demikian barang hasil produksi berhasil terjual dan penjual memperoleh keuntungan dari penjualan *online* tersebut. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D2* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D3: Ini atasan tiga puluh ribu aja kak, cantik loh itu kalo di badan kakak. Kakakkan kurus gimana gitu. Kurus bergelombang ikam kek badai.

“Kakak, ini baju harga hanya tiga puluh ribu rupiah saja. Kalau di badan kakak ini cantik. Cocok di badan kakak yang kurus dan langsing”

Pilihan kata atau kalimat yang digunakan penjual saat penjualan *online* sedang berlangsung yaitu: “*cantik loh ini di badan kakak, kakakkan kurus gimana gitu*”, “*kurus bergelombang ikam kek badai*”. Sebelumnya penjual menggunakan idiolek “*no KW-KW*”. Pada jam 12.10 WITA, penjual menggunakan pilihan kata yang menunjukkan bahwa pembeli merupakan rekan atau teman dari penjual. Penjual mengetahui bahwa pembeli merupakan orang yang ia kenal. Penjual juga mengetahui bahwa fisik dari pembeli tidak gemuk sehingga, dengan yakin mengucapkan tuturan tersebut. Penjual juga menggunakan kata “*ikam*” kepada pembeli yang merupakan rekannya. “*Ikam*” merupakan bahasa daerah suku Banjar yang berarti kamu. Kata “*ikam*” lazim digunakan untuk teman sebaya. Pembeli juga memahami kata “*ikam*” yang dituturkan oleh penjual sehingga, pertuturan yang terjadi berlangsung dengan baik. Penjual menggunakan kata “*ikam*” kepada pembeli karena, kedua pihak memiliki latar suku yang sama yaitu Banjar. Penjual juga menyapa pembeli dengan kata sapaan “*kakak*” hal ini menunjukkan bahwa tuturan tersebut termasuk dalam ragam santai. Selain itu kata “*kakak*” merupakan sapaan untuk orang yang lebih tua dari penutur. Hal ini juga menunjukkan bahwa penjual menghormati dan menghargai pembelinya. Adanya tuturan ragam santai tersebut, pembeli tertarik dengan hasil produksi. Penjual berhasil menjual barang hasil produksi dan memperoleh keuntungan. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D3* termasuk dalam variasi bahasa dari segi keformalan yang dilihat dari gaya atau ragam santai (kasual).

D4: Next ya, aku mau sale ya. Stey cun, alwes stey cun. Ini ada tunik ni sebiji. Ini bahannya bagus banget ya, tinggal satu ni. Sumpah ini bahannya bagus banget.

“Selanjutnya, saya mau menjual pakaian jenis lainnya. [stəy cun], [alwəs stəy cun]. Ada tunik juga, bahannya bagus sekali hanya tersisa”

Berdasarkan kutipan tuturan penawaran *D4*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Pilihan kata yang digunakan yaitu, “*next ya, aku mau sale ya*” dan [stəy cun], [alwəs stəy cun]. *Next* merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yang berarti selanjutnya. Kata “*sale*” merupakan serapan dari bahasa Inggris yang berarti jual. Penjual

menggunakan kata *next* dan *sale* untuk menawarkan jenis pakaian lainnya di dalam penjualan *online* tersebut. Penjual menawarkan (*sale*) baju Tunik kepada pembeli dengan kualitas bahan yang sangat bagus “*sumpah ini bahannya bagus banget*. Selain itu, penjual juga menggunakan kata [stəy cun] dan [alwəʃ stəy cun] dalam penawaran penjualan yang dilakukan. [stəy cun] bentuk fonetis dari kata *stay tune*. Begitu juga dengan [alwəʃ stəy cun] bentuk fonetis dari kata *always stay tune*. *Stay tune*, merupakan serapan kata dari bahasa Inggris yang berarti tetap di tempat. *Always*, merupakan serapan kata dari bahasa Inggris yang berarti selalu. Penjual menuturkan tuturan tersebut agar pembeli tetap setia menonton siaran langsung penjualan *online* yang dilakukan. Dapat dikatakan juga saat penjual menyebutkan kata “*stay tune*” dan “*always stay tune*” dengan bunyi [stəy cun] dan [alwəʃ stəy cun] untuk menghibur agar pembeli tidak bosan terhadap penawaran penjualan *online* yang dilakukan. Maksud penjual menuturkan ujaran tersebut dengan bunyi yang berbeda agar, pembeli tidak bosan dan penjualan berlangsung dengan santai. Adanya idiolek yang demikian, pembeli yang menonton siaran langsung penjualan bertahan dan membeli produk hasil produksi dari penjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D4* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D5: Ini warnanya cakep na, cakep kali. Ini rajutannya halus. Inpor bukan kaleng-kaleng. Cuman seratus tiga puluh, cuman seratus tiga puluh rebo ya.

“Ini warnanya bagus sekali, bahan impor dengan rajutan halus. Kualitas barang juga bagus, harga hanya seratus tiga puluh ribu rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan penawaran yang dilakukan oleh penjual dalam siaran langsung di grup *Facebook* Busam, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Pilihan kata yang digunakan yaitu “*cakep kali*” yang merupakan bentuk tidak baku dari kata bagus sekali. Kedua, yaitu “*bukan kaleng-kaleng*” yang berarti kualitas dari produk tidak palsu. “*Bukan kaleng-kaleng*” merupakan tuturan kekinian dalam bahasa pergaulan sehari-hari. “*Bukan kaleng-kaleng*” diartikan sebagai sesuatu yang tidak mudah rusak, bukan sembarangan, dan berkualitas. Penjual menggunakan pilihan kata tersebut untuk menunjukkan dan meyakinkan pembeli bahwa pakaian yang dijual memiliki kualitas bagus. Ketiga, yaitu “*rebo*” yang berarti ribu. Idiolek yang digunakan oleh penjual umumnya tuturan yang mudah dipahami oleh pembeli. Adanya idolek yang demikian, hasil produksi yang ditawarkan berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D5* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D6: Ini bagus na, ini dingin kayak pakai AC sebelas PK. Dua belas PK malahan ini dinginnya kebangetan yang ini. Harga tiga ratus enam puluh ribu.

“Ini Mukenanya bagus sekali. Bahannya dingin, kalau dipakai serasa berada dalam ruangan yang memiliki AC dengan kapasitas 11 atau 12PK”

Sebelumnya, pada pukul 13.32 WITA penjual menggunakan tuturan penawaran dengan pilihan kata seperti “*cakep kali*”, “*bukan kaleng-kaleng*”. Selang beberapa menit setelah tuturan tersebut diujarkan, pada pukul 14.00 WITA penjual kembali menggunakan pilihan kata tertentu. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual menggunakan pilihan kata dalam menawarkan barang sebagai berikut: “*dingin kayak pakai AC*. Berdasarkan kutipan tuturan penawaran tersebut, penjual menyampaikan kepada pembeli bahwa pakaian-pakaian yang dijual sangat nyaman digunakan. Penjual meyakinkan pembeli jika, pakaian yang dijual digunakan maka akan terasa seperti di dalam ruangan memiliki AC. Hal ini terlihat dari situasi penjual saat melakukan penawaran yaitu pada siang hari. Suhu ruangan yang cukup panas memengaruhi adanya tuturan penawaran tersebut. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan D6 termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D7: Kak Ayu, tumben mau ambil warna pink. Oke kak Ayu, kulot hijab gak maukah. Kak Ayu, belum pernah nyobain kulot hijabku kak. Uhh ini kulot hijab termantul, termurah. Kalian boleh cek deh ini ini murah banget, seratus tiga lima sangat murah.

“Kakak Ayu, tumben beli warna Pink. Saya jual Kulot Hijab apakah kakak Ayu tertarik. Kakak juga belum mencoba Kulot Hijab dengan bahan dan harga yang murah ini. Harga Kulot Hijab ini sangat murah, kalian boleh cek dipenjualan lainnya kalau tidak percaya. Harga hanya seratus tiga puluh lima rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan diatas, pada menit ke empat puluh lima penjual berbincang santai dengan salah seorang pembeli di siaran langsung. Pada pukul 13.32 WITA, penjual menampilkan bentuk variasi bahasa penawaran saat meyakinkan pembeli dengan barang hasil produksinya. Hal ini dapat dilihat dari kutipan tuturan D4, D5 dan D6. Selang beberapa menit, penjual berbincang santai dengan seorang pembelinya dalam siaran langsung tersebut. Penjual mengetahui bahwa salah seorang pembeli adalah langganan atau orang yang sering membeli produknya. Penjual juga mengetahui bahwa selera warna dari pembeli tersebut bukan berwarna *pink*, “*Kak Ayu, tumben mau ambil warna pink*”. Kutipan tuturan tersebut menunjukkan penjual mengetahui selera warna dari pembelinya. Hal ini juga menunjukkan pembeli dan penjual saling mengenal sehingga, dalam pertuturan ada percakapan santai. Selain itu penjual juga menggunakan kata “*kak*” saat bertutur dengan pembeli. Kata “*kakak*” merupakan sapaan bagi orang yang lebih tua dari penutur. Dalam hal ini penutur menggunakan kata sapaan “*kakak*” kepada pembeli yang usianya lebih tua. Hal ini juga menunjukkan bahwa penjual menghargai dan menghormati mitra tutur yang usianya lebih tua. Adanya tuturan yang demikian, penjualan *online* berlangsung dengan baik. Pakaian yang penjual tawarkan kepada

pembeli berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D7* termasuk dalam variasi bahasa dari keformalan yang dilihat dari gaya atau ragam santai (kasual).

D8: Daster batik ada, pokoknya ada untuk mama-mama. Na ini ya daster batik banget buat mama-mama. Mama-mama muda, aku suka body mama-mama muda asek. Ini ya sayang daster mama muda.

“Tersedia daster batik, ada untuk mama-mama. Ini daster batiknya cantik sekali untuk mama muda. *Sambil bernyanyi (mama-mama muda, aku suka body mama-mama muda)”

Berdasarkan kutipan tuturan *D8*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Pilihan kata atau kalimat yang digunakan oleh penjual saat menawarkan barang hasil produksi yaitu “*na ini ya daster batik banget buat mama-mama*”. Penjual menawarkan baju daster jenis batik kepada pembeli yang merupakan ibu rumah tangga. Penjual menggunakan tuturan tersebut karena mengetahui bahwa baju daster merupakan selera dari ibu-ibu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa baju-baju daster banyak disukai oleh kaum perempuan. Selain itu, penjual juga menyanyikan lagu Mama Muda yang dipopulerkan oleh Elfrid Dji. Lagu Mama Muda ini mengisahkan tentang seorang laki-laki yang mencintai seorang janda muda, dan berniat untuk menikahinya. Penjual memanfaatkan lirik lagu tersebut ketika, menawarkan baju-baju daster untuk para ibu-ibu. Lirik lagu tersebut juga dimanfaatkan untuk menghibur para pembeli yang sedang menonton siaran langsung penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D8* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D9: Haredang-haredang, panas-panas...panas. Ayok-ayok beli dasternya murah-murah. Alamat kita di pasar Pagi Samarinda ya. Beli tiga, seratus kalau ambil seri tiga puluh satu ribu.

“Penjual bernyanyi (Haredang-haredang, panas-panas). Ayo, dasternya dibeli harga juga murah. Alamat toko, di pasar Pagi Samarinda. Beli tiga, harga seratus ribu rupiah. Beli satu, harga tiga puluh satu ribu rupiah”

Pilihan kata yang digunakan penjual saat penjualan *online* sedang berlangsung yaitu: “*Haredang-haredang, panas-panas...panas. Ayok-ayok beli dasternya murah-murah*”. Kutipan tuturan ini digunakan oleh penjual sambil bernyanyi. Kata “*haredang*” diambil dari lirik lagu berjudul Haredang Nestapa dari pasukan perang yang melestarikan genre Orkes Kolaborasi. Dikutip dari *channel youtube* musik Nestapa, lagu ini dipresentasikan dengan mencerminkan kesedihan seseorang ketika berada di tengah padang pasir yang panas, gersang, dan dahaga. Berdasarkan kutipan tuturan yang digunakan, hal ini dapat dikatakan bahwa suasana atau kondisi penjual saat

melakukan penjualan cukup melelahkan. Penjual juga terlihat mengelap keringat yang ada diwajahnya, dan sesekali menyebutkan bahwa di dalam toko cukup panas. Dilihat dari waktu tuturan berlangsung juga menunjukkan bahwa hari sedang terik dan panas. Pendingin ruangan yang digunakan oleh penjual yaitu kipas angin. Hal itu juga tidak mengurangi hawa panas di siang hari dalam toko tersebut. Terkait dengan hal itu, dapat dikatakan bahwa penjual memanfaatkan lagu tersebut dengan mengubah liriknya untuk menyampaikan bahwa suasana toko yang cukup panas di siang hari, dan penjualan *online* tetap berlangsung. Meskipun demikian, pilihan kata atau kalimat yang digunakan oleh penjual berhasil menghibur pembeli. Selain itu, proses penjualan juga berlangsung dengan baik. Hal ini dilihat dari banyaknya barang yang berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D9* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D10: Ayok yang mana lagi, na ada juga yang ini ya Salur Putih. Dia ada dua warna, warna putih sama hitam. Terlalu lama maju le...maju le, tahan-tahan kita tawar sante.

“Ayok, pilih yang mana lagi. Ada baju Salur Putih, tersedia dua warna yaitu putih dan hitam. *Sambil bernyanyi (*terlalu lama maju le-maju le, tahan-tahan kita tawar sante*)”

Pilihan kata yang digunakan penjual saat penawaran dan penjualan *online* sedang berlangsung yaitu: “*Terlalu lama maju le...maju le, tahan-tahan kita tawar sante*”. Pada pukul 13.40 penjual menawarkan pakaian Daster dengan menyanyikan lagu Hareudang Nestapa. Pada pukul 14.03 penjual kembali menawarkan penjualan kepada pembeli dengan menyanyikan lagu Kasih Slow, Sanza Soleman. Penjual mengubah sedikit lirik lagu Kasih Slow tersebut dengan tawaran penjualan baju daster kepada pembeli. Makna lirik lagu tersebut kita santai tapi pasti bisa dalam menjalani sesuatu. Banyak pembeli yang berusaha melakukan negosiasi agar mendapat potongan harga. Penjual menyetujui negosiasi tersebut, tapi masih dalam tawaran harga yang wajar. Penjual memberi potongan harga yang tidak merugikan penjualannya, sambil menyanyikan lagu Sanza Soleman tersebut. Penjual berusaha menerima tawaran harga dari pembeli, dengan tidak memojokkan pelanggannya dan tetap terlihat santai dan bersemangat. Adanya pilihan kata yang demikian, penjual berhasil menjual barang produksi kepada pembeli. Meskipun ada negosiasi pengurangan harga pakaian, penjual tetap memperoleh keuntungan dari penjualan. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D10* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D11: Kalau mau, keep dulu sayang nanti aku kasih tau alamatnya lewat WA. Soalnya ini gak bisa dikasih tau, soalnya kalau dikasih tau orang tidak keep di sini, tapi datang kemari. Terus dia komplain kok harganya beda, karena memang sebelumnya dikasih tau harga live sama harga ke toko itu beda

sayang. Jadi kalau mau murah pesan aja pas live, soalnya kalau ke toko agak mahal.

“Jika tertarik, barang disimpan dulu sayang. Saya akan beri tahu alamat toko melalui pesan *Whatsapp* jika, barang sudah dipesan. Informasi alamat toko tidak bisa saya beri tahu saat sedang melakukan siaran langsung. Jika saya memberi informasi terkait alamat toko, orang-orang tidak memesan barang melalui siaran langsung ini, tapi mendatangi toko. Ada pembeli yang memprotes jika harga barang berbeda dengan harga saat ditawarkan melalui siaran langsung. Sebelumnya kami juga sudah menginformasikan, bahwa harga saat sedang melakukan siaran langsung berbeda dengan harga beli langsung di toko. Kalau mau murah, lebih baik pemesanan dilakukan saat siaran langsung di grup *Facebook BUSAM*”

Berdasarkan kutipan tuturan *D11*, hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual menuturkan tuturan santai kepada pembeli. Salah satu seorang pembeli bertanya, apakah barang bisa diambil langsung ke toko. Penjual terlihat santai dan tenang menjawab bahwa, barang yang sudah dipesan tidak dapat diambil ke toko. Dalam hal ini juga penjual menginformasikan kepada pembeli bahwa, harga penawaran saat *live* berbeda dengan harga di toko. Penjual menyatakan hal itu, agar pembeli tidak kecewa saat membeli barang di toko dengan harga yang berbeda. Penjual juga menggunakan kata “*sayang*” saat menyapa pembeli. Kata “*sayang*” digunakan untuk menunjukkan bahwa penjual menghargai dan menghormati pembeli dengan sapaan akrab. Kutipan tuturan tersebut termasuk dalam variasi bahasa ragam akrab. Penjual dengan cermat dan tidak terburu-buru menjelaskan perbedaan harga saat penawaran berlangsung. Adanya tuturan dengan pilihan kata tersebut, barang hasil produksi berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D11* termasuk dalam variasi bahasa dari segi keformalan yang dilihat dari gaya atau ragam akrab (*intimate*).

D12: Daster Bangkoknya, lapan puluh ribu grosirnya. Kakak jual seratus lebih, nyaman banar ni. Bujuran dari BB standar sampai BB lapan lima. Daster orang kaya ya, yang mau cus.

“Ini daster jenis Bangkok, harga grosir delapan puluh lima ribu rupiah. Kakak jual lagi dengan harga seratus ribu lebih, bagus sekali dan memperoleh keuntungan. Daster Bangkok ini bisa dipakai mulai dari massa badan standar, sampai dengan delapan puluh lima kilogram. Ini daster orang kaya, yang mau silahkan dipesan”

Berdasarkan kutipan tuturan *D12*, data hasil penelitian menunjukan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Pilihan kata atau kalimat yang digunakan penjual saat melakukan penawaran pada pukul 15.30 WITA yaitu,

“nyaman banar”, “daster orang kaya”. *Nyaman banar*, merupakan bahasa daerah suku Banjar yang umum digunakan di provinsi Kalimantan Timur. *Nyaman banar* diartikan sebagai nyaman sekali. Pada saat penjual menggunakan kata “nyaman banar” dalam penawaran, pembeli memahami maksud dari tuturan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli dan penjual yang tergabung dalam siaran langsung tersebut merupakan masyarakat berdomisili di Kalimantan Timur. Kedua yaitu, “daster orang kaya” tuturan tersebut menunjukkan bahwa Daster yang ditawarkan oleh penjual juga digunakan oleh kelompok masyarakat kelas atas dan menengah. Daster-daster yang ditawarkan bisa dipakai oleh seluruh kelompok masyarakat. Daster yang ditawarkan adalah untuk perempuan dan bisa untuk semua golongan masyarakat. Adanya idiolek yang demikian, banyak produk yang berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D12* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D13: Anisa Hapsari, jamunya itu mantul sayang. Jamaunya itu mantul, masih ada, masih banyak. Berapa puluh ribu banyak. Jamunya mantulkan sayang, kalau kalian keputihannya banyak, perempuan-perempuan yang keputihannya banyak minum enam kapsul Insyallah bagus. Jamunya janggan dinyesalkan mantul, murah lagi.

“Anisa Hapsari, jamunya itu bagus sayang. Jamunya masih tersedia banyak. Jamunya itu berguna untuk menghilangkan keputihan berlebihan untuk daerah kewanitaan. Bagi perempuan-perempuan yang mengalami keputihan berlebihan, saya sarankan meminum jamu tersebut. Insyallah efeknya bagus”

Berdasarkan kutipan tuturan *D13*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pukul 15.00 WITA penjual menggunakan tuturan ragam santai saat berbincang dengan pembeli. Ada seorang pembeli yang bertanya kepada penjual terkait dengan penjualan minuman Jamu. Pembeli bertanya, apakah Jamu masih dijual oleh penjual yang sedang melakukan siaran langsung di grup *Facebook* BUSAM. Berikut ini kutipan tuturan dari pembeli “say jamunya masih adakah?” penjual memberi jawaban bahwa minuman Jamu masih tersedia. Dilihat dari tuturan tersebut, hal ini menunjukkan bahwa penjual dan pembeli sudah saling mengenal. Pembeli merupakan seorang pelanggan yang sudah memesan minuman Jamu dari penjual sehingga, tuturan tersebut disampaikan. Penjual juga memberi tanggapan yang baik ketika pembeli menanyakan hal tersebut. Selain menjual pakaian Daster, penjual juga akhirnya menawarkan minuman Jamu kepada pembeli lainnya yang sedang menonton siaran langsung di grup *Facebook* BUSAM. Penggunaan kata “sayang” menunjukkan agar pembeli dan penjual terlihat akrab. Sapaan “sayang” digunakan agar kedua pihak merasa saling dihargai. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D13* termasuk dalam variasi bahasa dari segi keformalan yang dilihat dari gaya atau ragam santai (kasual).

D14: Yang kupakai ini Yukensi tapi dia berlengan, na manis ya. Jadi orang gendut itu tidak ketinggalan zaman yang namanya Kalong-mengalong say atau daster kayak kekinian sekarang. Ini model baru sayang ya.

“Yang saya pakai ini Daster Yukensi, dengan motif lengan seperti ini. Orang gendut juga tidak ketinggalan zaman dengan model Daster Kalong seperti ini sayang. Model-model Dasternya terbaru dan keren”

Berdasarkan kutipan tuturan *D14*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kalimat tertentu. Pilihan kalimat yang digunakan penjual saat menawarkan barang hasil produksi kepada pembeli yaitu “*Jadi orang gendut itu tidak ketinggalan zaman yang namanya Kalong-mengalong say*”. Kutipan tuturan tersebut menunjukkan bahwa penjual menyediakan baju daster jenis Kalong untuk pembeli yang memiliki massa badan lebih dari seratus kilogram. Penjual berusaha meyakini pembeli bahwa, Daster Kalong tidak hanya untuk orang ramping dan seksi. Orang gendut juga tidak ketinggalan zaman terkait penampilan. Tidak ada batasan fisik jika berbicara soal penampilan. Hal itulah yang menunjukkan bahwa penjual tidak memandang fisik saat melakukan penawaran. Penjual juga memberi dukungan dan semangat kepada, orang-orang yang merasa tidak percaya diri dengan bentuk tubuhnya. Salah satu bentuk dukungan yang diberikan yaitu, dengan menyediakan pakaian cantik dan bagus kepada pembeli. Adanya idiolek yang demikian, banyak barang berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D14* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D15: Ini ada jumbo, delapan puluh ribu aja. Bahannya dijamin mantul sejagat raya. Delapan puluh ribu, sisa satu ya. Harga normalnya delapan lima.

“Ini Daster dengan ukuran besar, harga delapan puluh ribu rupiah saja. Bahannya sangat bagus sekali. Harga delapan puluh ribu rupiah, hanya tersedia satu motif. Harga normal biasanya delapan puluh lima ribu rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan *D15*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Idiolek tuturan penawaran yang dimiliki yaitu “*mantul sejagat raya*”. Mantul merupakan singkatan dari kata mantap betul. Sebuah istilah yang menyatakan kepuasan atau rasa suka terhadap sesuatu yang dinilai baik dan sesuai dengan harapan. Penjual menuturkan kalimat tersebut untuk meyakini pembeli bahwa, produk yang ditawarkan memiliki kualitas sangat baik. Penjual memberi pernyataan bahwa pembeli akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Kata *sejagat raya*, berarti barang hasil produksi memiliki kualitas yang baik secara global. Adanya pilihan kata penawaran tersebut, barang yang ditawarkan berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D15* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D16: Jadi biar gak ada tag labelnya, kalau saya bilang baru ya baru. Kita tuh beb membunguli orang gak berkah sayang. Kita itu jualan cari pelanggan, bukan menipu orang.

“Jadi walaupun pakaian ini tidak memiliki tag label, kalau saya bilang baru berarti benar. Penjualan yang memodahi orang itu berdosa, dan tidak berkah. Saya berjualan untuk mencari pelanggan dan bukan menipu orang”

Berdasarkan kutipan tuturan *D16*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihkan kata tertentu. Tuturan berupa penawaran yang digunakan oleh penjual yaitu “*membunguli orang gak berkah*” dan “*jualan cari pelanggan, bukan menipu orang*”. Kata *membunguli* atau *bunguli* merupakan bahasa daerah suku Banjar yang berarti membodohi atau bodoh. Penjual menuturkan tuturan tersebut untuk membuktikan bahwa tidak ada pihak-pihak yang ditipu selama penjualan *online* berlangsung. Penjual meyakinkan pembeli bahwa barang yang diproduksi adalah produk terbaru. Penjual juga mengatakan bahwa, penjualan yang dilakukan bukan untuk menipu orang. Penjual juga menyampaikan kepada pembeli bahwa, penjualan dengan menipu orang itu berdosa. Penjual juga menggunakan kata “*sayang*” saat berinteraksi dengan pembeli. Penjual menggunakan istilah “*sayang*” dalam penjualan agar terdengar lebih akrab. Selain itu, penjual juga menghargai dan menghormati pembeli dengan menggunakan kata “*sayang*” walaupun kedua pihak tidak saling mengenal. Adanya variasi bahasa penawaran yang demikian, barang hasil produksi berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D16* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual dan variasi bahasa dari segi keformalan yaitu termasuk gaya atau ragam santai (kasual).

D17: Hallo beb Miki Anwar, apakabar sayang. Iihh pucatnya aku ini kada begincu. Begincu dulu aku biar segar, kalian juga semangat keep.

“Hallo Miki Anwar, apakabar sayang. Saya terlihat pucat karena tidak memakai gincu. Saya pakai gincu biar terlihat segar dan kalian juga semangat membeli barang”

Berdasarkan kutipan tuturan *D17*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa pada awal proses penawaran jual beli *online* penjual menyapa pembeli dengan menanyakan kabar. “*Beb*” adalah singkatan kata dalam bahasa inggris yaitu “*baby*” yang merupakan panggilan kesayangan untuk pasangan, anak, teman, dan keluarga. *Baby* juga merupakan istilah yang biasanya digunakan untuk memanggil atau menyapa anak-anaknya saat masih bayi. Selain itu, panggilan sayang “*baby*” juga membantu orang merasa lebih terbuka dan nyaman. Dalam hal ini, penjual menggunakan kata “*beb*” agar interaksi dengan pembeli terlihat lebih ramah dan sopan. Sapaan tersebut digunakan agar pembeli nyaman dan tidak sungkan terhadap penjualan yang dilakukan. Pada data *D15* dan *D16*, penjual menampilkan idioleknnya dalam proses penawaran penjualan *online*. Pada durasi awal siaran langsung, penjual menyapa salah satu seorang pembeli. Tuturan yang disampaikan oleh penjual menunjukkan bahwa pembeli teman, atau pelanggannya. Penjual menanyakan kabar dari pembeli dengan santai dan terlihat kedua pihak sudah saling mengenal. Berdasarkan kutipan tuturan tersebut dapat dikatakan bahwa, penjual menggunakan tuturan yang termasuk variasi bahasa ragam santai dan akrab saat berinteraksi dengan salah satu seorang pembeli. Adanya variasi bahasa ragam santai dan akrab yang digunakan oleh pembeli, proses penawaran penjualan *online* berlangsung denga

baik. Selain itu, barang hasil produksi juga terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D17* termasuk dalam variasi bahasa dari segi keformalan termasuk dalam gaya atau ragam santai (kasual).

D18: Jadi ini cantik banget ya, bawahnya bisa kalian pakain Leging. Kalau kalian mau ke Korea, pakai ini aja bertemu dengan Lee Min Hoo. Ini enam puluh ribu kalau mau ketemu Lee Min Hoo, cocok banget.

“Ini cantik sekali, kalian bisa menggunakan Leging sebagai bawahannya. Pakai ini aja kalau mau ke Korea, untuk bertemu dengan Lee Min Hoo. Harga enam puluh ribu rupiah, kalian sudah terlihat cocok sekali bertemu dengan Lee Min Hoo”

Berdasarkan kutipan tuturan *D18*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata atau kalimat tertentu. Pilihan kalimat yang digunakan penjual saat tuturan penawaran berlangsung yaitu “*Kalau kalian mau ke Korea, pakai ini aja bertemu dengan Lee Min Hoo*”. Penjual menyampaikan kepada pembeli, pakaian jenis Jumpsuit tersebut banyak digunakan oleh masyarakat Korea Selatan. Penjual juga memberi saran, jika hendak ke Korea Selatan baju-baju yang ditawarkan sangat tepat untuk digunakan. Penjual juga menyampaikan kepada pembeli bahwa, baju Jumpsuit yang ditawarkan bisa digunakan untuk bertemu dengan aktor tampan Lee Min Hoo. Penjual juga mengatakan bahwa dengan membeli baju Jumpsuit harga enam puluh ribu rupiah, pembeli dapat bertemu dengan Lee Min Hoo. Penjual juga mengetahui bahwa baju Jumpsuit yang ditawarkan banyak digunakan oleh masyarakat Korea Selatan saat ini. Tuturan tersebut dimanfaatkan untuk menggugah minat pembeli. Adanya idiolek dengan variasi tuturan yang seperti itu, penjual berhasil menjual barang hasil produksi kepada pembeli. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D16* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D19: Ini dipakai buat ke Mol, buat apa aja deh. Buat yang berhijab juga bisa, tinggal dipakai Manset. Pakai ke kondangan juga bisa, terserah kalian. Pakai kondangan mantan juga bisa, buat dia menyesal kamu datang dengan baju yang cantik. Harga cuma lima puluh ribu, mantan langsung menyesal.

“Baju ini bisa dipakai untuk jalan-jalan ke *Mall*. Untuk yang berhijab juga bisa, tinggal pakai Manset. Dipakai untuk menghadiri pesta juga bisa, terserah kalian saja. Dipakai untuk menghadiri pesta pernikahan mantan pacar, juga bisa. Buat dia menyesal dengan penamiplan kamu yang cantik. Harga lima puluh ribu rupiah, mantan sudah menyesal telah memutuskan hubungan dengan kamu”

Berdasarkan kutipan tuturan *D19*, data hasil penelitian menunjukan bahwa penjual menggunakan pilihan kalimat tertentu saat menawarkan barang hasil produksi. Pilihan kalimat yang digunakan penjual saat penawaran penjualan *online* berlangsung yaitu “*Pakai kondangan mantan juga bisa, buat dia menyesal kamu datang dengan baju yang cantik*” jika diartikan kedalam bahasa Indonesia baku kalimatnya sebagai berikut “*Bisa digunakan untuk menghadiri pesta pernikahan mantan pacar. Hadiri pesta menggunakan baju yang cantik, buat mantan pacar menyesal telah memutuskan hubungan denganmu*”. Pada *D18* penjual menggunakan bentuk penawaran yaitu

bertemu dengan aktor Lee Min Hoo. Pada menit ketiga puluh, penjual menggunakan beberapa kalimat penawaran bahwa baju Dress yang ditawarkan sangat cantik dan mantan pacar akan menyesal setelah melihat penampilan dari pembeli. Baju Dress yang ditawarkan terlihat tepat digunakan untuk menghadiri pesta. Penjual menggunakan kalimat tersebut untuk meyakinkan pembeli bahwa baju Dress yang ditawarkan sangat cantik. Idolek yang dituturkan oleh penjual ditanggapi dengan baik oleh pembeli sehingga, barang hasil produksi berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D19* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D20: Cantik banget ini teteh. Ni meva-meva...meva..mewah. Dua ratus sepuluh ya teteh, ini bahannya super duper endul. Ini teh Gamis Bangkoknya ini ya, keren banget tuh.

“Kakak ini cantik sekali dan terlihat mewah, harganya dua ratus sepuluh ribu rupiah. Gamis Bangkok dengan kualitas bahan yang bagus dan keren sekali”

Berdasarkan kutipan tuturan *D20*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Idiolek yang digunakan penjual saat penawaran penjualan *online* berlangsung yaitu: “*teteh*”, “*meva*”, dan “*super duper endul*”. Kata “*teteh*” merupakan panggilan kepada kakak perempuan dalam bahasa Sunda. Penjual menyapa pembeli dengan kata “*teteh*” untuk menunjukkan agar tuturan tersebut terlihat sopan dan ramah. Walaupun penjualan itu tidak dikhususkan untuk pembeli yang berasal dari suku Sunda tetapi, penjual menggunakan “*teteh*” sebagai sapaan untuk pembeli yang lebih tua dari penutur. Penjual tidak mengetahui usia dari para pembeli, agar terdengar sopan dan ramah panggilan sapaan tersebut digunakan. “*Meva*” merupakan bentuk tidak baku dari kata mewah. “*super duper*” merupakan istilah dari kata luar biasa dan istimewa. “*endul*” berarti buaian. Isitlah “*endul*” yang dimaksud dalam tuturan ini yaitu “*endol*” artinya enak. Penjual menggunakan kata “*super duper endul*” untuk menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas bagus. Penjual meyakinkan pembeli agar tertarik dengan barang hasil produksi sehingga, tuturan penawaran menggunakan kata “*super duper endul*”. Selain itu, penjual juga menggunakan kata “*meva*” yang berarti mewah untuk menarik minat pembeli. Pembeli juga memahami pilihan kata atau kalimat yang digunakan penjual saat penawaran penjualan *online* berlangsung. Adanya variasi bahasa tuturan penawaran yang digunakan penjual, barang produksi berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D20* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D21: Ini penontonku tumben amet sih segini aja. Alhamdulillah tapi tadi udah habis banyak. Gakpapa ya penontonya seemprut tapi keep semua. Gakpapa sayang.

“Tidak seperti biasanya, kali ini penonton siaran langsung saya hanya sedikit. Alhamdulillah, walaupun yang menonton siaran langsung sedikit tapi barang sudah banyak terjual”

Berdasarkan kutipan tuturan *D21*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual menggunakan tuturan dengan gaya santai. Pada *D20* penjual menggunakan pilihan kata tertentu dalam penawaran penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Pukul 17.50 WITA penjual menyampaikan tuturannya dengan ragam atau gaya santai. *D21* termasuk dalam tuturan gaya santai karena, penjual menunjukkan kepada pembeli bahwa jumlah penonton siaran langsung tidak memengaruhi proses penjualan. Penjual berbincang dan menyapa pembeli yang sedang menonton siaran langsung dengan tuturan santai layaknya seorang teman. Penjual juga jujur mengungkapkan rasa kecewanya dengan jumlah penonton siaran langsung yang sedikit. Meskipun demikian, ada pembeli yang menanggapi penawaran jual beli *online* dari penjual. Adanya tuturan santai tersebut, penjual berhasil menjual dan memperoleh keuntungan dari penjualan *online* yang dilakukan. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D21* termasuk dalam variasi bahasa dari keformalan yaitu gaya atau ragam santai (kasual).

D22: Daster harga termurah se-KALTIM sayang ya. Share lima grup sama satu kali branda ya, siapa tau mbak-mbaknya berkesempatan memenangkan pulsa dua puluh lima ribu rupiah.

“Jual Daster harga murah se-Kalimantan Timur, sayang. Bagikan siaran langsung ini kelima grup dan halaman beranda facebook, siapa tahu kalian memiliki kesempatan mendapatkan pulsa senilai lima ribu rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan *D22*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kalimat tertentu. Idiolek yang digunakan oleh penjual saat penawaran penjualan *online* berlangsung yaitu “*Daster harga termurah se-KALTIM*”. Penjual menggunakan kalimat tersebut untuk meyakinkan pembeli bahwa Daster yang dijual sangat murah. Penjualan yang dilakukan juga berada di wilayah provinsi Kalimantan Timur. Penjual juga memberikan hadiah berupa pulsa kepada pembeli yang membagikan siaran langsungnya kepada pengguna akun *facebook* lainnya. Hal ini dilakukan agar banyak pembeli yang menonton siaran langsung penawaran penjualan *online* dari penjual. Memiliki banyak penonton dalam penjualan *online* memungkinkan barang hasil produksi terjual. Dari idiolek variasi bahasa penawaran yang digunakan penjual, barang hasil produksi berhasil terjual. Selain barang yang berhasil terjual, banyak juga pembeli menonton siaran langsung penawaran penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D22* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D23: Ini Sasirangan harga tujuh puluh ya. Sasirangan harga tujuh puluh rebong. Cantik manjalita sayang, muat ukuran jumbo juga kakak. Uhuu cantik manjalita, motifnya cantik banget kakak ada ular-ularnya gitu. Ular tapi tidak berbisa sayang ya.

“Daster Sasirangan, harga tujuh puluh ribu rupiah. Ini cantik sekali, muat untuk ukuran besar. Motifnya juga cantik, ini motif gambar ular ya”

Berdasarkan kutipan tuturan *D23*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Idiolek yang digunakan oleh penjual saat penawaran penjualan *online* berlangsung yaitu “*cantik manjalita*”. Pada tuturan *D22* masih dengan penjual yang sama, idiolek yang digunakan yaitu “*Daster harga termurah se-KALTIM*”. Empat menit setelah itu, penjual menggunakan kata “*cantik manjalita*” saat menawarkan barang hasil produksi. Penjual menyampaikan kepada pembeli bahwa Daster Sasirangan memiliki motif dan warna yang cantik. Salah satu motif yang ditawarkan yaitu Daster Sasirangan bermotif gambar ular. Penjual menawarkan Daster Sasirangan dengan motif dengan harga, tujuh puluh ribu rupiah. Penjual juga meyakinkan pembeli dengan kata “*cantik manjalita*” yang berarti cantik sekali terhadap produk penjualan. Adanya idiolek dengan pilihan kata tersebut, penjual berhasil menjual barang hasil produksi kepada pembeli. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D23* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

D24: Oke mbak Dahlia, mbaknya ni Berau aku hapal. Mbak Dahlia Pasinringgih dapat sayang ya, siap transfer ya mbak Dahlia.

“Saya sudah kenal, Mbak Dahlia merupakan pembeli yang berasal dan tinggal di Berau. Saya sudah menyimpan barang yang di pesan oleh Mbak Dahlia, berarti uang untuk membeli barang siap dikirim ya”

Berdasarkan kutipan tuturan *D24*, data hasil penelitian menunjukkan penjual menggunakan tuturan dalam variasi ragam santai. Penjual mengenal pembeli karena sudah pernah membeli barang hasil produksi. Tuturan yang menunjukkan variasi bahasa gaya ragam santai yaitu, ketika pembeli memesan barang dan penjual langsung merespons dengan kalimat “*Saya sudah kenal, Mbak Dahlia merupakan pembeli yang berasal dan tinggal di Berau*”. Penjual menyapa pembeli dengan kata “*mbak*” yang berarti kakak saat tuturan berlangsung. Penjual menggunakan kata “*mbak*” agar tuturan tersebut terdengar sopan dan ramah. Penjual juga percaya kepada pembeli karena kedua pihak sudah saling mengenal, dan langsung menyimpan barang pesanan konsumen. Pembeli juga merasa dihargai dan senang dengan tuturan penawaran dari penjual sehingga, pembelian produk terus dilakukan. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D24* termasuk dalam variasi bahasa dari segi keformalan yaitu gaya atau ragam santai (kasual).

D25: Harganya delapan lima sayang. Ambil seri delapan puluh ribu. Ada tujuh warna ki, cantik sayang bahannya Rayon. Ini bahannya Rayon sayang, sampai mata kaki na. Ambil seri delapan puluh ribu, cocoki bahannya ini kak.

“Daster Lowonya harga delapan puluh lima ribu, sayang. Beli serian harga delapan puluh ribu. Ada tujuh warna, ini bahannya Rayon, panjang sampai mata kaki dan cantik sekali. Kakak, ini bahannya bagus sekali”

Berdasarkan kutipan tuturan *D25*, data hasil penelitian menunjukkan bahwa pembeli memiliki idiolek dengan pilihan kata tertentu. Idiolek yang digunakan penjual saat penawaran penjualan *online* berlangsung yaitu “*cocoki*”. Penjual

menggunakan kata “*cocoki*” yang berarti bagus, indah, untuk meyakinkan pembeli dengan baju daster Lowo. Selain bahan dan kualitas yang bagus, penjual juga memberikan tawaran harga kepada pembeli. Penawaran harga yang diberikan yaitu, beli satu Daster Lowo harga delapan puluh lima ribu rupiah, tetapi jika pembeli membeli Daster Lowo lebih dari satu mendapat potongan harga yakni delapan puluh ribu rupiah. Terkadang penjual menggunakan kata “*ki*” pada akhir ujaran. Kata “*ki*” dalam bahasa daerah Makassar merupakan imbuhan saat berbicara dengan orang yang dihormati atau yang lebih tua. Kata “*ki*” digunakan untuk menghargai lawan tutur agar terkesan sopan. “*Ki*” dalam bahasa Makassar berarti “kita” yang merupakan kata halus dari “kamu”. Penutur menggunakan tuturan tersebut agar terkesan sopan dan menghargai pembeli yang tergabung dalam penjualan *onlinenya*. Penggunaan kata “*ki*” dalam penjualan *online* tidak hanya ditujukan kepada pembeli yang merupakan suku Makassar, tetapi untuk semua pembeli. Penjual juga mendapat tanggapan baik dari pembeli yang tergabung dalam penjualan *online*. Pembeli juga memahami ujaran yang disampaikan, selain itu barang hasil produksi berhasil terjual. Dapat disimpulkan bahwa, hasil analisis tuturan *D25* termasuk dalam variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek penjual.

Dalam analisis variasi tuturan penawaran penjualan *online* oleh penjual pakaian di grup *Facebook* BUSAM, data hasil peneltiaan menunjukkan bahwa terdapat dialek yang sama digunakan saat pertuturan berlangsung. Sepuluh penjual pakaian yang melakukan penawaran penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM memiliki dialek yang sama saat melakukan pertuturan. Sepuluh penjual pakaian yang menjadi sumber data dalam penelitian ini menggunakan dialek “*up and share*” dan “*say*” atau “*sayang*” saat siaran langsung penjualan dilakukan. *Up* dan *Share* merupakan serapan dari bahasa Inggris yang berarti naik atau atas (*up*), dan bagikan atau membagikan (*share*).

Dalam sebuah penjualan *online* istilah *up* dan *share* sudah tidak asing lagi. Istilah itu juga digunakan oleh penjual *online* yang melakukan penawara dan penjualan di grup *Facebook* BUSAM. Dalam penjualan *online*, *up* bertujuan untuk meramaikan sebuah kiriman agar tidak sepi, atau kiriman tidak hilang karena tertimpa oleh kiriman dari penjual lain. Makna lain dari kata “*up*” juga berarti sebagai “nanti dulu” yang menunjukkan bentuk penolakan secara halus. Kata “*share*” juga digunakan untuk memberitahukan kepada pembeli yang menonton siaran langsung agar segera membagikan penjualan *online* tersebut. Tujuannya agar pengguna *facebook* lainnya mengetahui bahwa ada penjualan *online* yang sedang berlangsung, sehingga tidak menutup kemungkinan segera bergabung di dalam penawaran jual beli barang hasil produksi tersebut. Penggunaan kata “*sayang*” juga hampir dituturkan oleh penjual-penjual pakaian saat menawarkan barang hasil produksi. Sepuluh penjual pakaian yang melakukan penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM juga menggunakan istilah “*sayang*”. Para penjual *online* di media sosial menggunakan panggilan khusus terhadap pembeli. Tujuannya agar terjalin relasi keakraban ketertarikan antara penjual dan pembeli. Hal ini dilakukan agar penjualan berhasil. Penggunaan kata “*sayang*” juga agar pembeli merasa istimewa dan tidak berpindah ke penjualan lainnya. Panggilan “*sayang*” yang digunakan oleh penjual kepada pembeli dan

dituturkan kepada siapa saja, baik muda ataupun tua. Istilah tersebut digunakan oleh sepuluh penjual pakaian di grup *Facebook* BUSAM saat melakukan siaran langsung. Penjual dan pembeli juga tidak merasa terganggu dengan ujaran “sayang” selama proses penjualan *online* berlangsung. Hal ini dikarenakan sepuluh penjual pakaian dan para pembeli merupakan sesama perempuan. Sepuluh penjual menjual pakaian khusus untuk perempuan sehingga, pembeli yang tergabung dalam penjualan juga berasal dari kalangan gadis remaja, dan ibu rumah tangga. Dialek tersebut terjadi karena penutur atau para penjual berasal dari kelompok yang sama. Artinya, sama-sama melakukan penjualan *online* di media sosial yaitu grup *Facebook* BUSAM. Dalam hal ini, hasil analisis menunjukkan istilah “*up*”, “*share*”, dan “*sayang*” termasuk dialek variasi bahasa dari segi penutur yang digunakan oleh sekelompok penjual pakaian di grup *Facebook* BUSAM.

2. Faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan pakaian di grup *Facebook* BUSAM

D1: Ini ya motif bajunya gini. Anakku langsung ni yang jadi model pakaiannya, jadi no KW-KW.

“Motif bajunya seperti yang dipakai oleh anak saya. Modelnya anak saya sendiri, jadi kualitas barang tidak buruk”

Berdasarkan kutipan tuturan *D1*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi adanya variasi bahasa penawaran oleh penjual yaitu disebabkan oleh faktor situasional. Penjual sebagai penutur berbicara kepada mitra tutur menggunakan bahasa Indonesia tidak baku dengan pilihan kata “*no KW-KW*”. Penjual menggunakan bahasa Indonesia tidak baku dalam penjualannya agar pembeli memahami maksud dan isi dari pertuturan. Penjual juga dibantu oleh anaknya saat penawaran penjualan *online* sedang berlangsung. Oleh karena itu penjual mengatakan “*anakku langsung ni yang jadi model pakaiannya*”. Penjual mengatakan tuturan tersebut agar pembeli percaya bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas terbaik. Kata “*no KW-KW*” juga tidak asing digunakan dalam bahasa sehari-hari, khususnya dalam penjualan. Pada saat penutur mengatakan tuturan “*no KW-KW*” pembeli tergugah dengan produk yang ditawarkan sehingga barang berhasil terjual. Penjual menggunakan pilihan kata tersebut ketika melakukan siaran langsung penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Dalam proses penjualan *online* yang berlangsung, penjual dominan menggunakan bahasa Indonesia. Namun jika penjual berkomunikasi dengan orang terdekat atau lingkungan tempat tinggal, ia menggunakan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari. Penjual juga menyampaikan dalam wawancara bahwa, bahasa Indonesia digunakan ketika berbicara dengan orang yang bukan dari lingkungan atau keluarga terdekat.

D2: Ayok bantu up, bantu share kalok cuma up-up aja tapi gak ngeshare percuma ya kita gak masukan nanti diundian. Pokoknya banyak up, banyak ngeshare itu yang menang. Pemenangnya satu orang aja ya, ayok bantu up bantu share.

“Ayo bantu *up* dan bagikan. Kalau hanya menuliskan *up-up* dikolom komentar tapi tidak membagikan siaran langsung ini percuma ya, kita tidak masukan didaftar undian. Pokoknya paling banyak *up* dan bagikan, itu yang memang. Pemenang hanya untuk satu orang saja”

Berdasarkan kutipan tuturan *D2*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi variasi bahasa penawaran penjualan oleh penjual yaitu disebabkan oleh faktor bilingualisme dan faktor situasional. Penjual menggunakan dan memahami kata “*up*” dan “*share*” dalam penjualannya. Kata *up and share* merupakan serapan dari bahasa Inggris yang berarti atas dan bagikan. Penggunaan kata “*up*” pada laman komentar penjualan *online* menunjukkan bahwa pengguna akun *facebook* sudah tegabung dalam siaran langsung tersebut. Kata “*share*” digunakan dalam penjualan *online* untuk menyarankan agar pembeli membagikan siaran langsung yang dilakukan oleh penjual. Wawancara dengan penjual dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa penutur pasif menggunakan bahasa Inggris. Penjual juga mempelajari bahasa Inggris ketika masih sekolah dasar hingga sekolah menengah atas. Tidak asing lagi bagi penjual ketika menggunakan kata “*up*” dan “*share*” dalam penjualan *online* yang dilakukan. Tuturan penawaran yang dilakukan oleh penjual juga dipengaruhi oleh faktor situasional. Penjual menggunakan penawaran tersebut ketika berinteraksi dengan pembeli. Pada saat penjual melakukan siaran langsung penjualan di grup *Facebook* BUSAM, jumlah penonton yang tergabung berjumlah tiga puluh dua. Jumlah penonton juga berpengaruh terhadap keberhasilan penjualan. Semakin banyak pembeli yang tergabung dalam penjualan *online*, maka kemungkinan besar barang hasil produksi terjual. Oleh karena itu, penjual menawarkan kepada pembeli untuk “*up*” dan “*share*” siaran langsung penjualan di grup *Facebook* BUSAM. Selain itu, penjual juga menawarkan hadiah kepada pembeli yang terpilih menjadi pemenang. Penjual mengatakan hal demikian, agar pembeli sebagai mitra tutur tidak bosan dengan siaran langsung penjualan *online* yang dilakukan. Mengingat waktu tuturan berlangsung pada pukul 11.30 WITA kemungkinan pembeli akan meninggalkan siaran langsung penjualan *online* dari penjual, karena waktu menunjukkan untuk istirahat dan makan siang.

*D3: Ini atasan tiga puluh ribu aja kak, cantik loh itu kalo di badan kakak.
Kakakkan kurus gimana gitu. Kurus bergelombang ikam kek badai.*

“Kakak, ini baju harga hanya tiga puluh ribu rupiah saja. Kalau di badan kakak ini cantik. Cocok di badan kakak yang kurus dan langsing”

Berdasarkan kutipan tuturan *D3*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi variasi bahasa penjual dalam penjualan *online* disebabkan karena faktor sosial. Hal ini dilihat dari umur penjual saat menuturkan tuturan tersebut. Usia penjual terbilang masih muda yaitu dua puluh empat tahun saat bertutur dengan seorang pembeli yang usianya lebih tua. Penjual menggunakan kata “*kakak*” sebagai sapaan untuk salah seorang pembeli menunjukkan bahwa ada perbedaan usia diantara keduanya. Kata “*kakak*” mengacu kepada saudara perempuan atau laki-laki yang lebih tua. Panggilan dengan kata “*kakak*” juga berlaku untuk seseorang yang bukan saudara kandung, tetapi dianggap untuk orang yang lebih tua. Penjual menggunakan kata tersebut karena menganggap pembeli lebih tua dari usianya, dan

terdengar sopan. Selain itu, penjual juga menggunakan kata “*ikam*” yang berarti kamu. *Ikam* dalam bahasa daerah Banjar yang berarti kamu, dituturkan untuk teman sebaya atau lebih muda dari penutur. Penjual menggunakan kata “*ikam*” kepada seorang pembeli, karena mereka saling mengenal dan dari suku yang sama. Penjual menuturkan sapaan tersebut agar terdengar lebih akrab dengan pembeli. Keduanya sudah saling mengenal, hal ini juga menunjukkan bahwa penjual mengetahui wujud fisik dari pembeli “*cocok di badan kakak yang kurus dan langsing*”. Tuturan tersebut menunjukkan bahwa penjual dan pembeli sudah pernah bertemu. Selain itu, penjual juga tetap menghargai dan menghormati pembeli yang usianya lebih tua. Adanya tuturan penawaran penjualan *online* yang dilakukan oleh penjual dipengaruhi oleh faktor usia.

D4: Next ya, aku mau sale ya. Stey cun, alwes stey cun. Ini ada tunik ni sebiji. Ini bahannya bagus banget ya, tinggal satu ni. Sumpah ini bahannya bagus banget.

“Selanjutnya, saya mau menjual pakaian jenis lainnya. [stəy cun], [alwəθs stəy cun]. Ada tunik juga, bahannya bagus sekali hanya tersisa”

Berdasarkan kutipan tuturan *D4*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa penjual pakaian dalam penjualan disebabkan oleh faktor pendidikan dan faktor situasional. Dilihat dari latar belakang pendidikan, penjual mempelajari bahasa Inggris sejak dari kecil hingga kuliah. Penjual juga aktif menggunakan bahasa Inggris saat berkomunikasi dengan anak-anaknya. Hal ini menunjukkan bahwa ketika penjual menuturkan kata [stəy cun], [alwəθs stəy cun] tujuannya untuk menghibur dan bercanda dengan para pembeli agar tidak bosan. Penjual juga mengetahui bahwa bunyi dari kata “*stay tune*” dan “*always stay tune*” tidak seharusnya dilafalkan dengan [stəy cun], [alwəθs stəy cun]. Maksud penjual melafalkan tuturan tersebut agar terkesan lucu, menghibur, dan tentunya petuturan diharapkan berlangsung dengan santai. “*Saya mengucapkan seperti itu buat lucu-lucu saja supaya terkesan santai saat berjualan*” ujaran penjual dalam hasil wawancara. Saat penjual mengatakan tuturan tersebut, ia berharap agar pembeli tidak meninggalkan siaran langsung penjualan *online* yang dilakukan. Penjual berusaha menghibur dan menarik minat pembeli dengan cara-cara seperti itu. “*sumpah ini bahannya bagus banget*” penjual juga mengatakan tuturan tersebut untuk meyakinkan pembeli bahwa barang hasil produksi memiliki kualitas yang baik.

D5: Ini warnanya cakep na, cakep kali. Ini rajutannya halus. Inpor bukan kaleng-kaleng. Cuman seratus tiga puluh, cuman seratus tiga puluh rebo ya.

“Ini warnanya bagus sekali, bahan impor dengan rajutan halus. Kualitas barang juga bagus, harga hanya seratus tiga puluh ribu rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan *D5*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa penjual dalam penjualan disebabkan oleh faktor situasional. Dari bentuk tuturan penawaran yang dilakukan, penjual berusaha meyakinkan pembeli agar tergugah dengan barang hasil produksi. Penjual menuturkan kata “*cakep kali*” agar pembeli memahami kualitas dari barang yang

diproduksi. Penjual menuturkan “*cakep kali*” untuk meyakinkan pembeli bahwa baju yang dijual bagus sekali. Penjual menggunakan bentuk tidak baku tersebut karena terget penjualan kepada masyarakat umum, bukan dikalng dunia pendidikan atau politik. Oleh karena itu, tuturan tersebut dipahami oleh para pembeli yang tergabung dalam penjualan *online* di grup Facebook BUSAM. Penjual juga menuturkan “*bukan kaleng-kaleng*” karena ujaran tersebut lumrah digunakan dalam penjualan. Hal ini juga dilihat dari yang menuturkan ujaran yaitu penutur. Penjual menggunakan bahasa Indonesia tidak baku saat berinteraksi dengan pembeli. Pembeli merupakan mitra tutur dalam pertuturan tersebut yang umumnya bukan dari kalangan dunia pendidikan atau politik sehingga, bentuk tidak baku dalam penggunaan bahasa Indonesia penjual diterima oleh mereka. Penggunaan tuturan kekinian dalam penawaran penjualan *online* di grup Facebook BUSAM juga sah saja digunakan karena sesuai dengan penutur dan mitra tuturnya.

D6: Ini bagus na, ini dingin kayak pakai AC sebelas PK. Dua belas PK malahan ini dinginnya kebangetan yang ini. Harga tiga ratus enam puluh ribu.

“Ini Mukenanya bagus sekali. Bahannya dingin, kalau dipakai serasa berada dalam ruangan yang memiliki AC dengan kapasitas 11 atau 12PK”

Berdasarkan kutipan tuturan D6, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penawaran penjualan *online* disebabkan oleh faktor situasional. Dalam pertuturan, penjual sebagai penutur menawarkan baju Mukena kepada pembeli yang menjadi mitra tuturnya. Penjual mengatakan “*ini dingin kayak pakai AC sebelas PK. Dua belas PK*” dilihat dari waktu pertuturan terjadi pada hari Rabu, 13 Mei 2020 pukul 14.00 WITA . Pukul 14.00 WITA penjual menawarkan barang hasil produksi kepada pembeli di saat teriknya panas matahari. Meskipun penjualan yang dilakukan berada di dalam ruangan tertutup, namun situasi toko dengan suhu cukup panas memengaruhi tutran penawaran penjualan *online* dari penjual. Dalam proses penawaran penjualan *online* yang berlangsung, penjual terlihat cukup kepanasaan saat menawarkan barang hasil produksi. Terdapat pendingin ruangan yaitu kipas angin. Pada saat itu tempat penjual melakukan penjualan cukup ramai pengunjung sehingga suhu dalam ruangan terasa panas. Oleh karena itu, ketika penjual menawarkan baju Mukena dengan tawaran “*ini dingin kayak pakai AC sebelas PK. Dua belas PK*” ia mengibaratkan bahwa walaupun di dalam ruangan yang panas, pakaian tersebut tetap terasa dingin. Bahkan ketika baju Mukena tersebut dipakai oleh pembeli akan terasa lebih dingin dengan suhu AC 11PK dan 12PK. Situasi penjualan seperti itulah yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa penjual dalam penawaran penjualan *online*. Barang hasil produksi pun juga berhasil terjual.

D7: Kak Ayu, tumben mau ambil warna pink. Oke kak Ayu, kulot hijab gak maukah. Kak Ayu, belum pernah nyobain kulot hijabku kak. Uhh ini kulot hijab termantul, termurah. Kalian boleh cek deh ini ini murah banget, seratus tiga lima sangat murah.

“Kakak Ayu, tumben beli warna Pink. Saya jual Kulot Hijab apakah kakak Ayu tertarik. Kakak juga belum mencoba Kulot Hijab dengan bahan dan harga yang murah ini. Harga Kulot Hijab ini sangat murah, kalian boleh cek dipenjualan lainnya kalau tidak percaya. Harga hanya seratus tiga puluh lima rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan D7, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* oleh penjual disebabkan karena faktor tingkatan umur. Pada saat proses pertuturan berlangsung penjual menyapa seorang pembeli dengan panggilan “*kakak*”. Dalam pertuturan juga menunjukkan bahwa penjual dan pembeli sudah saling mengenal. Penjual juga mengetahui selera warna pilihan dari pembeli, hal ini dilihat dari “*kakak Ayu, tumben beli warna Pink*”. Penjual juga menawarkan pakaian jenis lainnya kepada pembeli “*kak Ayu, belum pernah nyobain kulot hijabku kak*”. Penjual menggunakan kata “*kakak*” saat menawarkan baju Kulot Hijab kepada pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan usia antara penjual dan pembeli. Pembeli yang tergabung dalam penjualan *online* tentunya memiliki perbedaan usia dengan penjual. Penjual juga menunjukkan bahwa tidak semua pembeli memiliki usia yang sama dengan penutur. Penjual menawarkan celana Kulot Hijab kepada seorang pembeli yang ia kenal dan lebih tua darinya dengan sapaan “*kakak*”. Dalam hal ini penjual menghargai dan menghormati pembeli yang memiliki usia lebih tua dari penutur, sehingga menuturkan tuturan tersebut. Adanya tuturan yang demikian, penjual berhasil menjual produk kepada pembeli. Selama penawaran penjualan *online* berlangsung juga tidak ada pihak-pihak yang marah, tersinggung baik itu penjual ataupun pembeli.

D8: Daster batik ada, pokoknya ada untuk mama-mama. Na ini ya daster batik banget buat mama-mama. Mama-mama muda, aku suka body mama-mama muda asek. Ini ya sayang daster mama muda.

“Tersedia daster batik, ada untuk mama-mama. Ini daster batiknya cantik sekali untuk mama muda. *Sambil bernyanyi (mama-mama muda, aku suka body mama-mama muda)”

Berdasarkan kutipan tuturan D8, penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi variasi bahasa penjualan disebabkan karena faktor situasional. Saat proses penawaran penjualan *online* berlangsung penjual sebagai penutur menawarkan baju daster dengan berbagai macam jenis. Dalam penjualan *online* yang berlangsung pembeli bertanya, apakah ada jenis Daster untuk ibu rumah tangga (*mama-mama*). Dilihat dari ekspresi penjual yang sangat senang dan bersemangat, penjualan Daster untuk ibu rumah tangga juga tersedia. Ketika penjual membaca pertanyaan dalam laman komentar tersebut, ia dengan semangat dan gembira menawarkan jenis pakaian yang dicari oleh pembeli. Selain itu, pada bulan Mei 2020 lagu Mama Muda yang dipopulerkan oleh Elfrid Dji sedang viral atau banyak disukai oleh para penikmat musik sehingga, ketika mendengar ujaran tersebut penjual langsung bernyanyi “*mama-mama muda, aku suka body mama-mama muda asek*”. Waktu tuturan berlangsung pada pukul 13.15 WITA. Waktu penjualan juga memengaruhi tuturan penawaran yang dilakukan oleh penjual. Penjualan dilakukan pada siang hari, tentunya untuk mempertahankan jumlah pembeli yang menonton

siaran langsung penjual bernyanyi agar penawaran tidak membosankan. Pembeli terhibur dengan penjualan *online* yang dilakukan oleh penjual sehingga, tetap menonton siaran langsung di grup *Facebook* BUSAM. Durasi penjualan yang dilakukan oleh penjual juga cukup lama yaitu sekitar satu jam. Pukul 13.15 WITA adalah jam istirahat sehingga, sangat mudah bagi pembeli bosan dengan penawaran penjualan *online* tersebut. Melihat situasi yang berlangsung, penjual berusaha agar penjualan *online* tidak membosankan. Terbukti dengan adanya tuturan penawaran *online* yang dilakukan oleh penjual, barang hasil produksi banyak terjual.

D9: Haredang-haredang, panas-panas...panas. Ayok-ayok beli dasternya murah-murah. Alamat kita di pasar Pagi Samarinda ya. Beli tiga, seratus kalau ambil seri tiga puluh satu ribu.

“Penjual bernyanyi (Hareudang-hareudang, panas-panas).Ayo, dasternya dibeli harga juga murah. Alamat toko, di pasar Pagi Samarinda. Beli tiga, harga seratus ribu rupiah. Beli satu, harga tiga puluh satu ribu rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan *D9*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* oleh penjual disebabkan karena faktor situasional. Dalam penawaran penjualan *online* yang berlangsung, penjual bernyanyi sembari menawarkan produknya kepada pembeli “*haredang-haredang, panas-panas...panas*”. Waktu penjualan *online* yang berlangsung pada saat penawaran yaitu pukul 13.40 WITA. Penjual juga menyampaikan dalam penawaran *online* yang berlangsung bahwa tempat penjualan cukup panas. Lagu Hareudang Nestapa yang dilestarikan genre Orkes Kolaborasi tersebut dipresentasikan dengan mencerminkan kesedihan seseorang ketika berada di tengah padang pasir yang panas, gersang, dan dahaga. Dilihat dari waktu tuturan dan situasi toko tentu, penjual juga merasa cukup panas saat penawaran penjualan *online* sedang berlangsung. Penjual juga terlihat mengelap keringat yang ada di wajahnya, dan sesekali menyebutkan bahwa di dalam toko cukup panas. Oleh karena itu penjual memanfaatkan lirik lagu tersebut untuk mengekspresikan apa yang dirasakan. Meskipun demikian, penjual tetap melakukan penawaran penjualan *online*. Penjual juga mengubah lirik lagu tersebut “*ayok-ayok beli dasternya murah-murah*” agar pembeli tertarik dengan barang hasil produksi sekaligus juga merasa terhibur. Adanya variasi bahasa dengan penawaran yang demikian, hasil penjualan banyak terjual.

D10: Ayok yang mana lagi, na ada juga yang ini ya Salur Putih. Dia ada dua warna, warna putih sama hitam. Terlalu lama maju le...maju le, tahan-tahan kita tawar sante.

“Ayok, pilih yang mana lagi. Ada baju Salur Putih, tersedia dua warna yaitu putih dan hitam. *Sambil bernyanyi (*terlalu lama maju le-maju le, tahan-tahan kita tawar sante*)”

Berdasarkan kutipan tuturan *D10*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* oleh penjual disebabkan karena faktor situasional. Penjual sebagai penutur saat penjualan *online* sedang berlangsung dan pembeli sebagai mitra tutur. Waktu tuturan berlangsung

pada pukul 14.03 WITA. Pertuturan terjadi di grup *Facebook* BUSAM, siaran langsung penjualan *online*. Penjual memberi kesempatan bagi pembeli untuk bertanya terkait dengan produk yang dijual. Penjual juga bernegosiasi dengan pembeli mulai dari harga, jenis, dan motif pakaian yang dijual. Dalam hal ini ada pembeli yang menawarkan agar diberi potongan harga dari produk. Menyingkap hal tersebut, penjual memberi tanggapan dengan tawar harga santai, “*kita tawar santai*”. Selain itu, penjual juga memberi tawaran harga sembari bernyanyi “*terlalu lama maju le-maju le, tahan-tahan kita tawar santai*”. Hal ini menunjukkan bahwa penjual sepakat dengan tawaran potongan harga yang disampaikan oleh pembeli. Penjual mengatakan tuturan tersebut agar terkesan lebih santai. Pembeli terhibur dan tidak merasa tersinggung selama pertuturan berlangsung. Penjual menyanyikan lagu Kasih Slow, Sanza Soleman dengan mengubah liriknya agar proses penjualan yang berlangsung tetap terkesan menghibur dan pembeli tidak bosan. Makna lirik lagu tersebut kita santai tapi pasti bisa dalam menjalani sesuatu. Penjual juga menyampaikan hal tersebut agar pembeli tetap melakukan sesuatu yang bersifat positif dalam kehidupannya. Penjual juga merupakan orang yang tidak terlalu egois saat berjualan. Hal itu disampaikan saat melakukan wawancara dengan penjual “*saya tidak terlalu mau egois kalau sedang jualan. Kita bikin pelanggan senang itu sudah bisa berkah*”. Penjual memberi potongan harga yang tidak merugikan penjualannya, sambil menyanyikan lagu Sanza Soleman tersebut. Adanya tuturan yang demikian, barang hasil produksi berhasil terjual.

D11: Kalau mau, keep dulu sayang nanti aku kasih tau alamatnya lewat WA.

Soalnya ini gak bisa dikasih tau, soalnya kalau dikasih tau orang tidak keep di sini, tapi datang kemari. Terus dia komplain kok harganya beda, karena memang sebelumnya dikasih tau harga live sama harga ke toko itu beda sayang. Jadi kalau mau murah pesan aja pas live, soalnya kalau ke toko agak mahal.

“Jika tertarik, barang disimpan dulu sayang. Saya akan beri tahu alamat toko melalui pesan *Whatsapp* jika, barang sudah dipesan. Informasi alamat toko tidak bisa saya beri tahu saat sedang melakukan siaran langsung. Jika saya memberi informasi terkait alamat toko, orang-orang tidak memesan barang melalui siaran langsung ini, tapi mendatangi toko. Ada pembeli yang memprotes jika harga barang berbeda dengan harga saat ditawarkan melalui siaran langsung. Sebelumnya kami juga sudah menginformasikan, bahwa harga saat sedang melakukan siaran langsung berbeda dengan harga beli langsung di toko. Kalau mau murah, lebih baik pemesanan dilakukan saat siaran langsung di Grup *Facebook* BUSAM”

Berdasarkan kutipan tuturan *D11*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi penjual melakukan tuturan penawaran *online* disebabkan oleh faktor situasional. Penjual mengucapkan tuturan tersebut karena ada pembeli yang hendak mengunjungi toko penjualan. Penjual terkesan santai saat menyampaikan tuturan tersebut. Penjual menyampaikan bahwa harga saat penjualan di siaran langsung, berbeda dengan harga ketika pembeli mengunjungi toko. Penjual menyampaikan hal tersebut karena pembeli memprotes harga penjualan yang

berbeda saat langsung ke toko. Dalam tuturan tersebut penjual tidak memberitahu alamat penjualan, tujuannya agar pembeli tidak kecewa dengan perbedaan harga “soalnya kalau dikasih tau orang tidak keep di sini, tapi datang kemari. Terus dia komplain kok harganya beda”. Penjual mengatakan hal demikian agar pembeli tidak kecewa dan marah saat mengetahui ada perbedaan harga penjualan melalui siaran langsung dengan membeli di toko. Dalam siaran langsung penjualan yang dilakukan oleh penjual juga diinformasikan bahwa terdapat perbedaan harga “sebelumnya dikasih tau harga live sama harga ke toko itu beda sayang. Jadi kalau mau murah pesan aja pas live, soalnya kalau ke toko agak mahal”. Adanya tuturan demikian, banyak pembeli yang memilih membeli barang hasil produksi melalui penjualan *online* dalam siaran langsung di Grup Facebook BUSAM.

D12: Daster Bangkoknya, lapan puluh ribu grosirnya. Kakak jual seratus lebih, nyaman banar ni. Bujuran dari BB standar sampai BB lapan lima. Daster orang kaya ya, yang mau cus.

“Ini daster jenis Bangkok, harga grosir delapan puluh lima ribu rupiah. Kakak jual lagi dengan harga seratus ribu lebih, bagus sekali dan memperoleh keuntungan. Daster Bangkok ini bisa dipakai mulai dari massa badan standar, sampai dengan delapan puluh lima kilogram. Ini daster orang kaya, yang mau silahkan dipesan”

Berdasarkan kutipan *D12*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup Facebook BUSAM disebabkan karena faktor situasional. Idiolek yang digunakan penjual saat melakukan penawaran pada pukul 15.30 WITA, yaitu “nyaman banar”, “daster orang kaya”. *Nyaman banar* merupakan bahasa daerah suku Banjar yang umum digunakan di provinsi Kalimantan Timur. *Nyaman banar* diartikan sebagai nyaman sekali. Penjual menuturkan kata “nyaman banar” karena ia mengetahui bahwa pembeli juga memahami maksud tuturan tersebut. Penjual memiliki latar belakang suku Banjar dan sudah hampir 26 tahun tinggal di kota Samarinda. Ujaran “nyaman banar” juga sering digunakan oleh sebagai besar masyarakat di kota Samarinda dalam berinteraksi. Penduduk dengan latar suku Banjar juga banyak berdomisili di Kalimantan Timur. Saat penjual menuturkan tuturan “nyaman banar” kepada seorang pembeli, ia juga mengetahui latar suku dari mitra tutur tersebut. Penjual dan pembeli juga memiliki latar suku yang sama. Kedua yaitu “daster orang kaya” tuturan tersebut menunjukkan bahwa daster yang ditawarkan oleh penjual juga digunakan oleh kelompok masyarakat kelas atas dan menengah. Daster-daster yang ditawarkan bisa dipakai oleh seluruh kelompok masyarakat. Daster yang ditawarkan adalah untuk perempuan, dan bisa untuk semua golongan. Dalam tuturan penawaran yang dilakukan oleh penjual, ia mengatakan “daster orang kaya” juga bisa dimiliki oleh pembeli. Penjual juga menunjukkan bahwa siapa saja pembeli berhak memiliki daster yang di tawarkan kepada pembeli.

D13: Anisa Hapsari, jamunya itu mantul sayang. Jamaunya itu mantul, masih ada, masih banyak. Berapa puluh ribu banyak. Jamunya mantulkan sayang, kalau kalian keputihannya banyak, perempuan-perempuan yang

keputihannya banyak minum enam kapsul Insyallah bagus. Jamunya jangan dinyesalkan mantul, murah lagi.

“Anisa Hapsari, jamunya itu bagus sayang. Jamunya masih tersedia banyak. Jamunya itu berguna untuk menghilangkan keputihan berlebihan untuk daerah kewanita-an. Bagi perempuan-perempuan yang mengalami keputihan berlebihan, saya sarankan meminum jamu tersebut. Insyallah efeknya bagus”

Berdasarkan kutipan *D13*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM disebabkan karena faktor situasional. Penjual menawarkan minuman Jamu karena ada seorang pembeli yang menanyakan hal tersebut. Sebelumnya penjual menawarkan baju daster, tetapi ketika seorang pembeli menanyakan terkait penjualan jamu maka pertuturan berubah menjadi tuturan santai. Berikut ini kutipan tuturan dari pembeli “*say jamunya masih adakah?*” penjual memberi jawaban bahwa minuman Jamu masih tersedia. Dilihat dari tuturan tersebut, hal ini menunjukkan bahwa penjual dan pembeli sudah saling mengenal. Pembeli merupakan seorang pelanggan yang sudah memesan minuman Jamu dari penjual, sehingga tuturan tersebut disampaikan. Penjual juga memberi tanggapan yang baik ketika pembeli menanyakan hal tersebut. Selain menjual pakaian Daster, penjual juga akhirnya menawarkan minuman Jamu kepada pembeli lainnya yang sedang menonton siaran langsungnya di Grup *Facebook* BUSAM.

D14: Yang kupakai ini Yukensi tapi dia berlengan, na manis ya. Jadi orang gendut itu tidak ketinggalan zaman yang namanya Kalong-mengalong say atau daster kayak kekinian sekarang. Ini model baru sayang ya.

“Yang saya pakai ini Daster Yukensi, dengan motif lengan seperti ini. Orang gendut juga tidak ketinggalan zaman dengan model Daster Kalong seperti ini sayang. Model-model Dasternya terbaru dan keren”

Berdasarkan kutipan *D14*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM disebabkan karena faktor fisik. Penjual mengatakan “*orang gendut juga tidak ketinggalan zaman dengan model Daster Kalong seperti ini*” karena fisik dari penutur bermassa seratus kilogram. Penjual menyampaikan dalam wawancara, bahwa massa badannya sekitar seratus kilogram “*hampir sebulan tidak mengecek timbangan badan, mungkin berat saya sekarang seratus kilogram*”. Penjual menuturkan hal tersebut, agar pembeli yang memiliki tubuh gemuk tidak minder dengan penampilan diri. Pakaian yang sedang *tren* juga bisa digunakan oleh orang gemuk, salah satunya Daster Yukensi Kalong. Penjual menyediakan baju daster jenis Yukensi Kalong untuk pembeli yang memiliki massa badan lebih dari seratus kilogram. Penjual berusaha meyakini pembeli, bahwa Daster Kalong tidak hanya untuk orang ramping dan seksi. Orang gendut juga tidak ketinggalan zaman terkait penampilan. Tidak ada batasan fisik juga berbicara soal penampilan. Hal itulah yang menunjukkan bahwa penjual tidak memandang fisik saat melakukan penawaran. Penjual juga memberi dukungan dan semangat kepada orang-orang yang merasa tidak percaya diri dengan bentuk

tubuhnya. Salah satu bentuk dukungan yang diberikan yaitu, dengan menyediakan pakaian cantik dan bagus kepada pembeli.

D15: Ini ada jumbo, delapan puluh ribu aja. Bahannya dijamin mantul sejagat raya. Delapan puluh ribu, sisa satu ya. Harga normalnya delapan lima.

“Ini Daster dengan ukuran besar, harga delapan puluh ribu rupiah saja. Bahannya sangat bagus sekali. Harga delapan puluh ribu rupiah, hanya tersedia satu motif. Harga normal biasanya delapan puluh lima ribu rupiah”

Berdasarkan kutipan tuturan *D15*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM disebabkan karena faktor situasional. Penjual menawarkan barang hasil produksi kepada pembeli menggunakan bahasa Indonesia tidak formal. “*Mantul sejagat raya*” Mantul merupakan singkatan dari kata mantap betul yang menyatakan kepuasan atau rasa suka terhadap sesuatu yang dinilai baik dan sesuai dengan harapan. Isitlah-isitlah gaul seperti itu juga lumrah digunakan dalam interaksi sehari-hari. Penjual menggunakan istilah tersebut untuk menarik minat pembeli terhadap barang hasil produksi. Pembeli yang sebagai mitra tutur juga memahami ujaran yang disampaikan oleh penjual saat penjualan *online* berlangsung. Penggunaan istilah-isitlah seperti itu juga sesuai dengan topik pembicaraan, yaitu penjual menawarkan pakaian dengan kualitas yang bagus. Kata *sejagat raya*, digunakan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli bahwa barang hasil produksi memiliki kualitas yang baik secara global. Penggunaan istilah-istilah seperti itu juga terkesan tidak terlalu serius pada saat penjualan *online* berlangsung. Pertuturan yang terkesan santai dan menghibur tentunya menarik minat pembeli untuk tergabung dalam penjualan *online* tersebut. Adanya tuturan demikian, proses pertuturan yang terjadi antara penjual dan pembeli berlangsung dengan baik. Barang hasil produksi yang ditawarkan oleh penjual juga berhasil terjual.

D16: Jadi biar gak ada tag labelnya, kalau saya bilang baru ya baru. Kita tuh beb membunguli orang gak berkah sayang. Kita itu jualan cari pelanggan, bukan menipu orang.

“Jadi walaupun pakaian ini tidak memiliki tag label, kalau saya bilang baru berarti benar. Penjualan yang memodahi orang itu berdosa, dan tidak berkah. Saya berjualan untuk mencari pelanggan dan bukan menipu orang”

Berdasarkan kutipan tuturan *D16*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* disebabkan oleh faktor situasional. Penjual menyampaikan tuturan tersebut agar tidak terkesan berbohong saat penawaran penjualan *online* sedang berlangsung “*Saya berjualan untuk mencari pelanggan dan bukan menipu orang*”. Penjual menyampaikan hal tersebut karena ada beberapa pakaian yang tidak memiliki tag label. Adanya tag label menunjukkan merek dan identitas sebuah produk. Selain itu juga menambah informasi terkait barang hasil produksi. Tag label juga berfungsi untuk menandai barang tersebut masih baru. Penjual menghindari prasangka buruk yaitu tindakan menipu saat melakukan penjualan “*Jadi walaupun pakaian ini tidak memiliki tag label,*

kalau saya bilang baru berarti benar. Penjualan yang memodahi orang itu berdosa, dan tidak berkah". Dalam beberapa penjualan tidak adanya *tag label* karena agen produksi tidak mencantmkannya pada produk. Hal itu tidak bisa dihindari oleh penjual, namun dapat dibuktikan bahwa barang yang diproduksi tersebut masih baru. Penjual mengatakan "*penjualan yang memodahi orang itu berdosa, dan tidak berkah*" untuk meyakinkan pembeli bahwa tidak ada kebohongan atau penipuan dalam penjualan yang dilakukan. Adanya tuturan demikian, pembeli percaya dan membeli barang hasil produksi dari penjual.

D17: Hallo beb Miki Anwar, apakabar sayang. Iihh pucatnya aku ini kada begincu. Begincu dulu aku biar segar, kalian juga semangat keep.

"Hallo Miki Anwar, apakabar sayang. Saya terlihat pucat karena tidak memakai gincu. Saya pakai gincu biar terlihat segar dan kalian juga semangat membeli barang"

Berdasarkan kutipan tuturan *D17*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya tuturan tersebut disebabkan oleh faktor jenis kelamin. Penjual menyapa pembeli "*hallo beb Miki Anwar, apakabar sayang*". Kata "*beb*" dan "*sayang*" digunakan dalam tuturan tersebut menunjukkan bahwa penjual dan pembeli memiliki hubungan yang akrab. Akrab yang dimaksud dalam hal ini bukan sebagai pasangan, orang tua, dan anak, tetapi rekan yang saling mengenal. Penjual menuturkan tersebut agar terkesan ramah terhadap pembeli. Penjual dan pembeli juga berjenis kelamin perempuan sehingga, sapaan tersebut tidak terkesan buruk. Keduanya juga sudah menikah, sapaan tersebut digunakan karena dalam penjualan *online* penggunaan kata *sayang* sudah lumrah apalagi sesama perempuan. Hal itu sah-sah saja saat pertuturannya antara penjual dan pembeli yang jenis kelaminnya sama saling menyapa. Dalam penjualan *online*, penggunaan kata "*beb*" atau "*sayang*" menunjukkan bahwa penjual menghargai pembeli, terkesan lebih akrab agar barang hasil produksi terjual. "*Beb*" adalah singkatan kata dalam bahasa Inggris yaitu "*baby*" yang merupakan panggilan kesayangan untuk pasangan, anak, teman, dan keluarga. Panggilan sayang "*baby*" juga membantu orang merasa lebih terbuka dan nyaman. Ketika menggunakan kata tersebut dalam penjualan *online*, tidak terkesan bahwa ada perbedaan usia antara penjual dan pembeli. Baik muda atau tua, penjual menggunakan kata tersebut untuk tekesan lebih akrab dan sopan. Adanya tuturan demikian, barang hasil produksi berhasil terjual.

D18: Jadi ini cantik banget ya, bawahnya bisa kalian pakain Leging. Kalau kalian mau ke Korea, pakai ini aja bertemu dengan Lee Min Hoo. Ini enam puluh ribu kalau mau ketemu Lee Min Hoo, cocok banget.

"Ini cantik sekali, kalian bisa menggunakan Leging sebagai bawahannya. Pakai ini aja kalau mau ke Korea, untuk bertemu dengan Lee Min Hoo. Harga enam puluh ribu rupiah, kalian sudah terlihat cocok sekali bertemu dengan Lee Min Hoo"

Berdasarkan kutipan *D18*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya tuturan tersebut disebabkan oleh faktor situasional. Penjual

menuturkan “*kalau kalian mau ke Korea, pakai ini aja bertemu dengan Lee Min Hoo*” kepada pembeli karena pakaian jenis Jumpsuit juga banyak digunakan oleh masyarakat Korea Selatan. Negara Korea Selatan sangat terkenal dan sukses dengan *fashion*, sehingga banyak perusahaan yang mengadaptasi produk mereka untuk penjualan. Hal inilah yang dilakukan oleh penjual dengan tawaran-tawaran tersebut agar pembeli tergugah. Penjual juga mengatakan “*pakai ini aja bertemu dengan Lee Min Hoo*”. Lee Min Hoo adalah aktor tampan yang paling terkenal di Korea Selatan. Selain piawai dalam berakting, parasnya yang tampan menjadikan Lee Min Hoo banyak disukai oleh kaum perempuan. Para gadis di Indonesia juga mengagumi sosok Lee Min Hoo, termasuk penjual. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penjual mengidolakan Lee Min Hoo dan menyukai *fashion* yang ada di Korea Selatan. Oleh karena itulah penjual menawarkan penjualan pakaian yang serupa dengan busana-busana *tren* di Korea Selatan. Penjual juga mengetahui bahwa selera pembeli saat ini yaitu tertarik dengan produk yang serupa dengan Korea Selatan. Penjual memanfaatkan situasi tersebut untuk menawarkan barang hasil produksi. Terbukti adanya tuturan demikian, pakaian berhasil terjual.

D19: Ini dipakai buat ke Mol, buat apa aja deh. Buat yang berhijab juga bisa, tinggal dipakai Manset. Pakai ke kondangan juga bisa, terserah kalian. Pakai kondangan mantan juga bisa, buat dia menyesal kamu datang dengan baju yang cantik. Harga cuma lima puluh ribu, mantan langsung menyesal.

“Baju ini bisa dipakai untuk jalan-jalan ke Mall. Untuk yang berhijab juga bisa, tinggal pakai Manset. Dipakai untuk menghadiri pesta juga bisa, terserah kalian saja. Dipakai untuk menghadiri pesta pernikahan mantan pacar, juga bisa. Buat dia menyesal dengan penampilan kamu yang cantik. Harga lima puluh ribu rupiah, mantan sudah menyesal telah memutuskan hubungan dengan kamu”

Berdasarkan kutipan *D19*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi tuturan tersebut disebabkan oleh faktor situasional. Dilihat dari tuturan yang berlangsung penjual sebagai penutur dan pembeli merupakan mitra tutur. Penjual menyampaikan bahwa pakaian yang ditawarkan bisa digunakan untuk kegiatan apa saja. Contohnya dipakai untuk jalan-jalan dan menghadiri sebuah pesta. Dalam penawaran penjual meyakinkan pembeli bahwa barang yang diproduksi adalah multifungsi. Penjual mengujarkan tuturan tersebut karena pembeli menanyakan pakaian jenis apa yang bagus untuk digunakan saat menghadiri pesta. Oleh karena itu, penjual langsung menawarkan jenis pakaian yang dicari oleh pembeli “*pakai ke kondangan juga bisa, terserah kalian*”. Dalam hal ini untuk lebih menariknya penjual menawarkan penjualan dengan tuturan berikut ini “*pakai kondangan mantan juga bisa, buat dia menyesal kamu datang dengan baju yang cantik*”. Tujuan penjual menuturkan tuturan tersebut agar terkesan lucu. Pembeli terhibur dengan penawaran yang dilakukan. Selain itu, penjual juga meyakinkan pembeli bahwa pakaian yang ditawarkan sangat cocok digunakan untuk menghadiri pesta dan harga penjualan juga terbilang murah. Adanya tuturan demikian, barang hasil produksi berhasil terjual.

D20: Cantik banget ini teteh. Ni meva-meva...meva..mewah. Dua ratus sepuluh ya teteh, ini bahannya super duper endul. Ini teh Gamis Bangkoknya ini ya, keren banget tuh.

“Kakak ini cantik sekali dan terlihat mewah, harganya dua ratus sepuluh ribu rupiah. Gamis Bangkok dengan kualitas bahan yang bagus dan keren sekali”

Berdasarkan kutipan *D20*, hasil penelitian menunjukkan faktor yang memengaruhi terjadinya variasi tuturan tersebut disebabkan karena faktor situasional. Penjual menggunakan idiolek “*teteh*”, “*meva*”, dan “*super duper endul*” dalam penawaran penjualan *online* yang berlangsung. Kata “*teteh*” merupakan panggilan kepada kakak perempuan dalam bahasa Sunda. Penjual menyapa pembeli dengan kata “*teteh*” agar tuturan tersebut terlihat sopan dan ramah. Walaupun penjualan itu tidak dikhususkan untuk pembeli yang berasal dari suku Sunda, tetapi penjual menggunakan “*teteh*” sebagai sapaan untuk pembeli yang lebih tua. Penjual juga tidak mengetahui usia dari para pembeli, agar terdengar sopan dan ramah panggilan sapaan tersebut digunakan. Pada saat melakukan wawancara, penjual mengatakan menyapa pembeli dengan sopan agar penjualan yang dilakukan tidak terkesan jahat “*Saya berjualan biar disukai pembeli, tutur kata juga harus dijaga. Saya juga tidak tahu pembeli yang tergabung dalam penjualan usianya lebih tua atau muda dari saya*”. Penjual juga menggunakan bahasa Indonesia tidak baku dalam penawaran “*meva*” merupakan bentuk tidak baku dari kata mewah. “*super duper*” merupakan istilah dari kata luar biasa, dan istimewa. “*endul*” berarti buaian. Istilah “*endul*” yang dimaksud dalam tuturan ini yaitu “*endol*” artinya enak. Penjual menggunakan kata “*super duper endul*” untuk menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas bagus. Penjual menggunakan istilah-istilah yang dipahami oleh produsen atau bahasa kekinian agar penjualan berlangsung dengan baik. Dalam wawancara penjual mengatakan “*saya memakai bahasa-bahasa gaul dalam penjualan karena pembeli juga memahami maksud dari istilah tersebut*”. Hal itulah yang memengaruhi variasi bahasa dalam penjualan *online*. Penjual mengetahui bahwa tuturan tersebut dituturkan kepada pembeli yang merupakan mitra tuturnya.

D21: Ini penontonku tumben amet sih segini aja. Alhamdulillah tapi tadi udah habis banyak. Gakpapa ya penontonya seemprut tapi keep semua. Gakpapa sayang.

“Tidak seperti biasanya, kali ini penonton siaran langsung saya hanya sedikit. Alhamdulillah, walaupun yang menonton siaran langsung sedikit tapi barang sudah banyak terjual”

Berdasarkan kutipan *D21*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor terjadinya variasi tuturan tersebut disebabkan karena faktor situasional. Dilihat dari tuturan “*ini penontonku tumben amet sih segini aja*” menunjukkan bahwa pembeli yang tergabung dalam penawaran penjualan *online* tidak sesuai dengan harapan dari penjual. Penjual berharap agar banyak pengguna *facebook* yang tergabung dalam siaran langsung penjualannya. Terdapat tiga puluh tiga pengguna akun *facebook* yang menonton siaran langsung penawaran jual beli *online* dari penjual. Penjual melakukan penawaran jual beli *online* selama dua puluh enam menit melalui siaran

langsung di grup *Facebook* BUSAM. Durasi waktu penjualan yang singkat juga dipengaruhi oleh jaringan dan jumlah penonton siaran langsung “*tidak seperti biasanya, kali ini penonton siaran langsung saya hanya sedikit*”. Hal itu menunjukkan bahwa penjualan sebelumnya terdapat banyak pembeli yang tergabung dalam jual beli *online* tersebut. Dilihat dari waktu tuturan berlangsung yaitu pada hari Jumat, 12 Juni 2020 pukul 17.50 WITA. Pada waktu itu, jaringan internet tidak memadai sehingga ada gangguan dalam penjualan *online* yang berlangsung. Kendala yang terjadi seperti, tampilan baju dilayar tidak terlihat jelas, suara penjual juga tidak bagus. Hal itulah yang membuat penjualan *online* yang berlangsung tidak banyak penonton. Meskipun demikian, penjual berhasil menjual barang hasil produksi “*Alhamdulillah, walaupun yang menonton siaran langsung sedikit tapi barang sudah banyak terjual*”. Penjual berbincang dan menyapa pembeli yang sedang menonton siaran langsungnya dengan tuturan santai layaknya seorang teman. Penjual juga jujur mengungkapkan rasa kecewanya dengan jumlah penonton siaran langsung yang sedikit. Meskipun demikian, ada pembeli yang merespons penawaran jual beli *online* dari penjual.

D22: Daster harga termurah se-KALTIM sayang ya. Share lima grup sama satu kali branda ya, siapa tau mbak-mbaknya berkesempatan memenangkan pulsa dua puluh lima ribu rupiah.

“Jual Daster harga murah se-Kalimantan Timur, sayang. Bagikan siaran langsung ini kelima grup dan halaman beranda facebook, siapa tahu kalian memiliki kesempatan mendapatkan pulsa senilai lima ribu rupiah”

Berdasarkan kutipan *D22*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM disebabkan oleh faktor situasional. Penjual mengatakan “*Daster harga termurah se-KALTIM*” karena penjualan yang dilakukan beralamat di jalan Palaran, Samarinda Seberang Kalimantan Timur. Penjual menawarkan Daster dengan harga murah kepada pembeli yang sedang menonton siaran langsung penjualan. Ada enam puluh lima pengguna akun *facebook* yang menonton siaran langsung dari penjual. Penjual melakukan penawaran jual beli *online* selama lima puluh tujuh menit di grup *Facebook* BUSAM. Durasi waktu penjualan dengan jumlah penonton yang demikian, penjual berhasil menjual barang hasil produksi. Selain menjual Daster dengan harga murah, penjual juga menawarkan hadiah kepada penjual yaitu mendapatkan pulsa dua puluh ribu rupiah. Hal ini dilakukan agar banyak pembeli yang menonton siaran langsung penawaran jual beli *online* dari penjual. Memiliki banyak penonton dalam penjualan *online* yang dilakukan penjual, memungkinkan barang hasil produksi terjual. Adanya tuturan seperti itu, penjual berhasil menjual barang kepada pembeli.

D23: Ini Sasirangan harga tujuh puluh ya. Sasirangan harga tujuh puluh rebong. Cantik manjalita sayang, muat ukuran jumbo juga kakak. Uhuu cantik manjalita, motifnya cantik banget kakak ada ular-ularnya gitu. Ular tapi tidak berbisa sayang ya.

“Daster Sasirangan, harga tujuh puluh ribu rupiah. Ini cantik sekali, muat untuk ukuran besar. Motifnya juga cantik, ini motif gambar ular ya”

Berdasarkan kutipan *D23*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* disebabkan karena faktor situasional. Idiolek yang digunakan oleh penjual saat penawaran jual beli *online* berlangsung yaitu “*cantik manjalita*”. Penjual menyampaikan kepada pembeli bahwa Daster Sasirangan memiliki motif dan warna yang cantik. Salah satu motif yang ditawarkan yaitu Daster Sasirangan bermotif gambar ular “*motifnya cantik banget kakak ada ular-ularnya gitu. Ular tapi tidak berbisa sayang ya*”. Penjual mengatakan tuturan tersebut karena gambar yang ada di baju daster bermotif ular. Penjual menyampaikan kepada pembeli, walaupun motifnya ular tapi tidak berbahaya. Bahaya dalam hal ini diibaratkan bahwa motif baju daster tersebut tetap cantik dan indah walaupun dengan tambahan gambar ular. Motif baju daster dengan gambar ular terlihat lebih menawan dan harga penjualan juga tidak terlalu mahal. Penjual menawarkan baju daster tersebut dengan harga tujuh puluh ribu rupiah. Penjual juga meyakinkan pembeli dengan kata “*cantik manjalita*” yang berarti cantik sekali, terhadap produk penjualan. Penjual menggunakan bahasa Indonesia tidak baku dalam proses penawaran penjualan *online* yang berlangsung. Dalam hal ini, penggunaan bahasa Indonesia yang tidak baku saat proses penjualan sah-sah saja karena penutur dan mitra tutur memahami ujaran tersebut. Pada saat pertuturan berlangsung penjual sebagai penutur dan pembeli sebagai mitra tutur. Motif baju daster yang ditawarkan, memengaruhi adanya variasi bahasa dalam penjualan *online*.

D24: Oke mbak Dahlia, mbaknya ni Berau aku hapal. Mbak Dahlia Pasinringgih dapat sayang ya, siap transfer ya mbak Dahlia.

“Saya sudah kenal, Mbak Dahlia merupakan pembeli yang berasal dan tinggal di Berau. Saya sudah menyimpan barang yang di pesan oleh Mbak Dahlia, berarti uang untuk membeli barang siap dikirim ya”

Berdasarkan kutipan *D24*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM disebabkan oleh faktor tingkatan umur. Penjual menggunakan kata “*mbak*” saat menyapa seorang pembeli. Dalam bahasa Jawa “*mbak*” merupakan sapaan untuk kakak perempuan. Penjual juga mengenal salah satu seorang pembeli yang berasal dari kota Berau. Pembeli juga sudah pernah membeli Daster Sasirangan dari penjual, sehingga kedua pihak ini saling mengenal “*mbaknya ni Berau aku hapal*”. Penjual dan pembeli sudah saling mengenal sehingga terdapat variasi bahasa ragam santai saat penjualan *online* berlangsung. Meskipun tuturan tersebut terkesan santai, penjual juga menghargai pembeli yang usianya lebih tua dari penutur. Penjual menyampaikan tuturan tersebut dengan sopan dan ramah. Penjual juga percaya kepada pembeli karena kedua pihak sudah saling mengenal, dan langsung menyimpan barang pesanan konsumen. Adanya tuturan ragam santai yang disampaikan penjual, barang hasil produksi berhasil terjual. Pembeli juga merasa dihargai dan senang dengan tuturan penawaran dari penjual, sehingga pembelian produk terus dilakukan. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa penjual adalah suku Jawa. Penggunaan kata “*mbak*” saat berinteraksi dengan seseorang yang

usianya lebih tua menunjukkan sikap sopan dan ramah saat berinteraksi. Kata “mbak” juga umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk menyapa seseorang yang baru dikenal. Penjual menyapa pembeli dengan panggilan “mbak” itu bukan berarti bahwa lawan tuturnya juga dari latar suku yang sama. Hal ini lebih menunjukkan sikap sopan penutur saat berinteraksi dengan mitra tutur yang memiliki perbedaan usia.

D25: Harganya delapan lima sayang. Ambil seri delapan puluh ribu. Ada tujuh warna ki, cantik sayang bahannya Rayon. Ini bahannya Rayon sayang, sampai mata kaki na. Ambil seri delapan puluh ribu, cocoki bahannya ini kak.

“Daster Lowonya harga delapan puluh lima ribu, sayang. Beli serian harga delapan puluh ribu. Ada tujuh warna, ini bahannya Rayon, panjang sampai mata kaki dan cantik sekali. Kakak, ini bahannya bagus sekali”

Berdasarkan kutipan *D25*, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM disebabkan oleh faktor tingkatan umur. Idiolek yang digunakan oleh penjual dalam penawaran penjualan *online* yaitu “cocoki”. Penjual menggunakan kata “cocoki” yang berarti bagus, indah, untuk meyakinkan pembeli dengan baju daster Lowo. Kata “ki” dalam bahasa daerah Makassar merupakan imbuhan saat berbicara dengan orang yang dihormati atau yang lebih tua. Penggunaan kata “ki” dituturkan untuk menghargai lawan tutur agar terkesan sopan. “Ki” dalam bahasa Makassar berarti “kita” yang merupakan kata halus dari “kamu”. Penutur menggunakan tuturan tersebut agar terkesan sopan dan menghargai pembeli yang tergabung dalam penjualan *onlinenya*. Penggunaan kata “ki” dalam penjualan *online* tidak hanya ditujukan kepada pembeli yang merupakan suku Makassar, tetapi untuk semua pembeli. Penjual menggunakan idiolek tersebut karena latar belakang sukunya juga Makassar. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penjual menggunakan tuturan tersebut agar terkesan sopan dan usia penjual juga masih mudah, yaitu 21 tahun “*Saya orang Makassar, tapi tinggal di Samarinda. Saya masih muda jadi ketika menjual baju ke orang-orang, saya tetap menjaga cara bicara. Penjual sopan, pembeli senang dan baju yang dijual banyak terjual*”.

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa bentuk dan faktor yang memengaruhi terjadinya variasi bahasa dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM yaitu, terdapat variasi bahasa dari segi penutur yang dilihat dari idiolek dan dialek. Terdapat variasi bahasa dari segi keformalan yaitu, ada gaya atau ragam santai (kasual) dan gaya atau ragam akrab (*intimate*). Hasil penelitian ditemukan:

1. Terdapat 18 idiolek tuturan penawaran yang digunakan oleh sepuluh penjual pakaian dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Terdapat 18 idolek dalam penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM, dikarenakan seluruh penutur

adalah bilingualisme sehingga pilihan kata atau kalimatnya bervariasi. Selain itu penutur juga menjalin relasi dengan banyak orang baik lokal ataupun nasional, sehingga itu juga memengaruhi penggunaan bahasa yang dimiliki.

2. Dialek yang digunakan oleh sepuluh penjual pakaian *online* di Grup *Facebook* BUSAM yaitu, “*up and share*” dan “*sayang*”.
3. Terdapat 7 bentuk tuturan penawaran gaya atau ragam santai dan satu tuturan gaya atau ragam akrab dalam penawaran penjualan *online* di grup *Facebook* BUSAM. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi variasi tuturan penawaran penjualan *online* oleh penjual pakaian di grup *Facebook* BUSAM yaitu: disebabkan karena faktor situasional, faktor bilingualisme, faktor umur, faktor fisik, dan faktor jenis kelamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer Abdul, Agustina Leonie. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mashun. 2012. *Metode Penelitian Bahasa : Tahapan strategi, metode, dan teknik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nadar, F.X. 2013. *Pragmatik dan Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Padmadewi, dkk. 2014. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Patilima, Hamid. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Rokhman, Fatur. 2013. *Sosiolinguistik: Suatu Pendekatan Pembelajaran dalam Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suandi, Nengah. 2014. *Sosiolinguistik*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sudaryanto, 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguis*. Yogyakarta: Santa Dharma Universiti Press.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono. 2013. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: SABDA.
- Supeno, Ahmad. 2016. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Pyramida.
- Suryabrata, Sumadi. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Syukur, Ibrahim. 1993. *Kajian Tindak Tutur*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Yule, George. 2015. *Kajian Bahasa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Jurnal

Achmad Zulakbar, 2018. *Variasi Bahasa dalam Komunikasi Komunitas Danz Base Makassar: Tinjauan Sociolinguistik*. Skripsi. Dalam Jurnal:

http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/MmIwYmQ1YTcxMWRkZDgyMmZkNjAzYWl2ODRkYmMwZjE0ZWZjZjVmZQ==.pdf
(diunduh 5 Februari 2020)

Ade Julia, 2019. *Campur Kode dan Interferensi Pada Percakapan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman Samarinda: Kajian Sociolinguistik*. Skripsi.

Ika Arifianti. *Variasi Tuturan Penerimaan dan Penolakan Pembelian dalam Transaksi Jual Beli Batik di Pasar Grosir Setono Pakalongan: Kajian Sociopragmatik*. Program Studi PBSI FKIP, Universitas Pekalongan. Dalam jurnal:

<http://www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/pena/article/download/59/59>
(diunduh 10 Februari 2020)

Luluk Ulasma dan Siti Samhati, 2017. *Variasi Bahasa dalam Acara Talk Show Mata Najwa Maret 2016 dan Implikasinya*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung. Dalam jurnal:

<http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/BINDO1/article/download/12719/9086>
(diunduh 10 Februari 2020)

Ismi Sholihaa, 2013. *Analisis Bentuk Bahasa Penolakan dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Klewer Surakarta*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam jurnal:

<https://core.ac.uk/reader/148599205> (diunduh 20 Januari 2020).

Maros Fadlun, dkk. 2016. *Penelitian Lapangan (Field Research)*. Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Dalam jurnal:

https://www.academia.edu/24308046/PENELITIAN_LAPANGAN_FIELD_RESEARCH_PADA_METODE_KUALITATIF (diunduh 19 Februari 2020)

Nini Ernawati. *Fungsi Variasi Bahasa dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Bima: Kajian Sociolinguistik*. Dalam jurnal:

<http://eprints.unm.ac.id/10305/1/ARTIKEL.pdf> (diunduh 25 Januari 2020)

Rijali Ahmad, 2018. *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Dalam jurnal:

<https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/download/2374/1691> (diunduh 24 Oktober 2020)

Rosida Tiaurma Manurung, 2010. *Model Gaya Bertutur Penghuni di Apartemen Bersubsidi, Suatu Kajian Sosiopragmatik "Alih Kode"*. Dalam jurnal:

<http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/1053> (diunduh 10 Februari 2020)

Tangson. R. Pangaribuan, 2012. *Hubungan Variasi Bahasa dengan Kelompok Sosial dan Pemakaian Bahasa*. Dalam Jurnal:

<http://media.neliti.com/media/publications/78731-ID-hubungan-variasi-bahasa-dengan-kelompok.pdf> (diunduh 20 Juni 2020)

Yopi Nisa Febianti, 2015. *Penawaran dalam Ekonomi Mikro*. Dalam jurnal:

<https://media.neliti.com/media/publications/271671-penawaran-dalamekonomi-mikro-7251046b.pdf> (diunduh 20 Juni 2020)

Usnia Wati, 2019. *Variasi Bahasa Pada Mahasiswa Perantau di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman*. Program Studi Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman. Skripsi.