

FAKTOR SOSIAL DALAM PERUBAHAN BAHASA PADA GRUP FACEBOOK

JUAL BELI HP BEKAS SE-SOLO RAYA

Habib Salim Al Khoir¹, Devanni Kusuma Putri²

¹Universitas Islam Negeri Walisongo

²Universitas Sebelas Maret

Email: bibsaleem@gmail.com

Received 06-06-2023

Revised 16-06-2023

Published 28-07-2023

Abstract: This study aims to look for the social factors influencing language changes in bargaining second-hand cellphones on Facebook groups in Solo Raya. This research is a qualitative descriptive research using note-taking technique as the data collection technique. The research source is located in a Facebook group when bargaining activities for second hand cellphones in Solo Raya happened. The source of data and data in this study used purposive sampling technique. This group was chosen as the data source because it is a platform for people to gather with others in various social backgrounds. Therefore, these people have a special language that is used in bargaining activities that influences language in terms of form and meaning. The results of this study indicate that the language used in bargaining second-hand cellphone activities on this facebook group is influenced by three factors, namely: (1) education level, (2) age factors, (3) social class. The level education factors influences the spelling of a word because people tend to make it easier to write the foreign words. Besides, the age factors influences the shift of word meaning. Meanwhile, the social class factors make them using krama inggil and madya language to show honor and respect other members.

Keywords: Facebook, language change, social factors, sociolinguistics.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor sosial yang memengaruhi perubahan bahasa yang terjadi pada grup jual-beli hp second di grup facebook se-Solo raya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik simak catat sebagai teknik pengumpulan datanya. Sumber penelitian berlokasi di grup facebook dengan aktivitas jual beli hp second di Solo raya. Sumber data dan data dalam penelitian ini menggunakan teknik cuplikan *purposive sampling technique*. Grup ini dipilih sebagai sumber data karena grup tersebut merupakan tempat berkumpulnya masyarakat dengan berbagai latar belakang sosial. Oleh karena itu, masyarakat tersebut memiliki bahasa khusus yang digunakan dalam aktivitas jual-beli dan mempengaruhi bahasa dari segi bentuk dan maknanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan bahasa yang di gunakan dalam aktivitas jual beli hp di grup ini di pengaruhi oleh 3 faktor, yaitu: (1) tingkat pendidikan, (2) tingkat usia, (3) kelas sosial. Perubahan bahasa yang di pengaruhi oleh tingkat pendidikan cenderung memudahkan mereka dalam menulis kata dalam bahasa asing sehingga mempengaruhi bentuknya. Sedangkan, faktor rentang usia mempengaruhi pergeseran makna dalam suatu kata. Sementara itu, faktor kelas sosial ditandai dengan penggunaan kromo inggil dan krama madya yang menandakan bahwa mereka menjunjung tinggi unggah-ungguh atau rasa hormat kepada sesama anggota.

Kata kunci: Facebook, faktor sosial, perubahan bahasa, sosiolinguistik.

Pendahuluan

Perubahan system kehidupan pasti semakin cepat, pesat dan semakin modern. Begitupun dengan dunia perdagangan. Masyarakat yang bermula berdagang di pasar, sekarang semakin tergerus dengan adanya dunia perdagangan online. Masyarakat sangat menyukai metode belanja online untuk membeli barang. Banyak pelanggan yang belanja online membeli kebutuhan sehari-hari langsung kepada produsen. Berbelanja secara online melalui

Shopee, Instagram, Facebook, dan banyak lagi yang menjual produk secara online. E-commerce melibatkan penyebaran barang dan jasa, pembelian, penjualan, dan pemasaran melalui sistem elektronik, menggunakan transfer dana elektronik (Reza 2016). Ada beberapa pengguna yang membayar langsung di tempat, sementara yang lain menggunakan Shopeepay Alfamart dan Indomaret. Nurhayati (2017) menyatakan bahwa belanja online adalah metode penyediaan barang dan jasa melalui internet yang memungkinkan konsumen melihat produk di toko online. Konsumen dapat melihat barang dalam bentuk foto atau gambar, atau bahkan video. Hal ini tidak luput dengan adanya interaksi sosial di dalam jejaring media sosial online. Tentunya terdapat banyak interaksi berbagai kalangan di dalamnya. Tidak luput adanya perubahan bahasa di berbagai kalangan di dalamnya. Hal ini sudah pasti tidak luput dengan dunia kajian sosiolinguistik.

Sosiolinguistik merupakan ilmu interdisipliner gabungan antara sosiologi dan linguistik. Ilmu sosiologi mempelajari tentang segala aspek dalam suatu kelompok masyarakat dan pengaruhnya dalam kehidupan manusia. Ilmu linguistik merupakan ilmu yang mempelajari tentang bahasa. Oleh karena itu, sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang mempelajari hubungan antara bahasa dengan masyarakat. Pengertian ini diperkuat dengan pendapat dari Fishman dalam Giglioli (1972: 45-58) yang mengatakan bahwa ilmu sosiolinguistik meneliti antara dua aspek tingkah laku manusia: penggunaan bahasa dan organisasi tingkah laku sosial. Adapun pengertian sosiolinguistik menurut Suwito (1983:4) yang mengatakan bahwa sosiolinguistik adalah studi interdisipliner antara masalah kebahasaan dalam hubungannya dengan masalah sosial. Dari pendapat-pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pendekatan sosiolinguistik dapat digunakan oleh seorang peneliti untuk mencari tahu mengapa suatu bahasa bisa berlaku dalam suatu kelompok sosial.

Sebagai suatu sistem yang berkembang dalam suatu kelompok masyarakat, bahasa bersifat dinamis atau dapat berubah sewaktu-waktu. Perubahan ini bisa terjadi pada tataran fonologis, morfologis, sintaksis, semantik, dan leksikon. Perkembangan dan perubahan bahasa terpengaruh oleh faktor-faktor sosial yang terjadi pada masyarakat. Faktor sosial yang mempengaruhi perubahan bahasa bisa meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, ataupun jenis pekerjaan. Faktor sosial ini menciptakan register dalam suatu kelompok masyarakat.

Beberapa penelitian yang menggunakan pendekatan sosiolinguistik telah difokuskan pada media sosial. Media sosial yang dijadikan objek penelitian-penelitian ini adalah media sosial Twitter (Hikam et al. 2021; Ardhana, 2021, dan Fauziah et al, 2021). Namun fokus penelitian yang dilakukan Hikam (2021) adalah campur kode, Sementara itu, fokus penelitian yang dilakukan Ardhana et al (2021) adalah variasi Bahasa. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah et al (2021) menganalisis bahasa slank dalam Twitter. Selain itu, penelitian yang mengkaji tentang perubahan bahasa telah dilakukan oleh beberapa peneliti (Helmanita, 2013 dan Puspahaty, 2017). Namun penelitian tersebut mengkaji tentang perubahan bahasa di kecamatan Cibusah (Puspahaty, 2017) dan perubahan bahasa yang didasarkan pada faktor usia (Helmanita, 2013). Dari penelitian-penelitian tersebut, tampaknya masih belum mengkaji tentang perubahan bahasa dalam media social Facebook terkhusus pada kegiatan jual-beli pada sebuah grup. Hal ini menarik untuk dikaji karena kegiatan jual-beli tentunya terdapat perubahan bahasa yang bisa dipengaruhi faktor sosial.

Facebook merupakan salah satu *platform* media sosial yang sering digunakan orang dengan segala kondisi sosial. *Platform* ini penggunaannya didominasi oleh orang-orang yang berumur lebih tua. Pada praktek nyatanya, Facebook bisa digunakan untuk grup jual-beli barang bekas. Penawaran barang bekas bisa dilakukan oleh siapapun dalam anggota grup ini. Satu penawaran yang dilakukan oleh seorang anggota dapat ditanggapi dan dilihat oleh anggota

lain dalam grup tersebut. Terciptanya perubahan bahasa dalam transaksi jual-beli dalam Facebook ini tentunya juga dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk membahas perubahan bahasa jual-beli HP bekas se-Solo raya dalam *platform* sosial media Facebook

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif diterapkan dalam penelitian ini karena menurut Moleong (2018: 6) penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Data yang merupakan fenomena dalam linguistik, yaitu perubahan Bahasa yang dipengaruhi factor social menurut Wardhaugh (2015). Oleh karena itu, penelitian ini bersifat deskriptif.

Selanjutnya, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah grup Facebook jual-beli HP se-Solo raya. Sumber data tersebut dibatasi oleh faktor geografis, yaitu hanya khusus kota Solo. Sesuai dengan topik kajian penelitian ini, data yang diambil adalah perubahan Bahasa dari grup jual-beli tersebut. Hal tersebut membuat penelitian ini menggunakan purposive sampling technique atau criterion based sampling, yaitu Teknik cuplikan yang didasarkan pada tujuan penelitiannya (Santosa, 2021: 65). Teknik cuplikan ini berguna untuk menuntun peneliti agar menghindari pengambilan data secara acak. Selain itu, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak-catat, yaitu dengan cara membaca dan mencatat perubahan bahasa yang menyangkut perubahan makna, perubahan bentuk, dan lain sebagainya yang dipengaruhi faktor sosial.

Temuan dan Pembahasan

Dalam temuan dan pembahasan, penulis memaparkan data-data temuan dan mengklasifikasi datanya menurut faktor sosial yang terjadi dalam interaksi meliputi penulisan *caption* oleh penjual dan tanggapan calon pembeli dan anggota grup. Temuan yang peneliti dapatkan dari penelitian ini adalah perubahan bahasa yang terjadi di grup ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu tingkat pendidikan, tingkat usia, dan tingkat kelas sosial. Hasil temuan ini juga menunjukkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi perubahan bahasa dalam grup ini adalah faktor usia, yakni karena anggota grup yang tergabung di sini adalah orang berusia remaja hingga dewasa. Sedangkan faktor tingkat pendidikan tidak terlalu banyak berpengaruh karena orang-orang dalam grup ini cenderung telah mengetahui istilah-istilah asing dalam dunia *hardware* dan spesifikasi *handphone*. Begitupula dengan faktor tingkat sosial. Kebanyakan anggota grup di sini lebih cenderung menggunakan bahasa Indonesia ketika berinteraksi, namun tidak memungkiri juga mereka menggunakan bahasa Jawa Berikut adalah penjelasannya.

1. Tingkat pendidikan

Dikarenakan Facebook merupakan *platform* untuk segala kalangan, maka penggunaanya tidak dibatasi oleh status pendidikan. Seperti yang telah ditemukan pada penelitian skripsi oleh Utami (2010), ternyata perubahan bahasa yang dipengaruhi tingkat pendidikan juga muncul pada grup Facebook jual-beli HP bekas se-Solo raya. Contohnya adalah seperti pada frasa *full set* menjadi *fulshet*.

“Bismillah. Dana 1 jt – 2.5 jt cari oppo/vivo/redmi/Samsung second **fulshet** ori segel mulus. Utamakan seri terbaru”

Full set dalam bahasa Inggris memiliki makna *lengkap*. Namun, makna *full set* dalam konsep jual - beli ini bermakna *lengkap hingga kardus smartphone-nya*. Status pendidikan yang tercantum dalam *caption* ini tersirat ketika penjual menulis *full set* menjadi *fulshet*. Setiap orang memiliki pengetahuan bahasa yang beragam sehingga terkadang seseorang hanya mengerti cara pengucapannya daripada penulisannya.

Selain itu, juga terdapat contoh *caption* yang peneliti temukan di grup ini seperti di bawah ini:

“**Bugjed** 800 utamakan ram 3”

Kata yang bercetak tebal yang dimaksud adalah *budget*. *Budget* dalam bahasa Inggris adalah *a plan that shows how much money an organization expects to earn and spend during a particular period of time*. Penekanannya pada kata *plan*. Namun, dalam penggunaan bahasa di jual-beli ini, maknanya bergeser menjadi ‘memiliki sejumlah uang sekian banyak’ untuk membeli sesuatu. Lebih daripada itu, penulisannya yang tidak sesuai ejaan aslinya tentunya dipengaruhi oleh faktor pendidikan.

“Mesin aman, **batrai health** 100% (habis diganti) ...”

Frasa ‘batrai health’ pada cuplikan *caption* di atas sebenarnya merujuk pada fitur dalam HP merk iPhone, yaitu *battery health* atau kesehatan baterai. Fitur ini meyakinkan calon pembeli bahwa HP iPhone miliknya masih memiliki kualitas baterai yang baik. Namun, karena frasa tersebut menggunakan istilah bahasa asing, yakni bahasa Inggris, si penulis cenderung menulis *battery* menjadi ‘batrai’ yang bahkan tidak sesuai dengan ejaan bahasa Indonesia. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penulisnya untuk menuliskan fitur dalam bahasa asing.

Beberapa data lagi yang menunjukkan adanya perbedaan dalam pendidikan yang di enyam oleh seseorang di dalam interaksi grup facebook jual-beli Hp se-Solo raya:

“Jual redmi note 8 3/32 hp *charger*, minus **finger off** dan pemakaian lainnya normal , akun mi kosong, cek sepuasnya lokasi solo langsung inbox

Dalam penggunaan bahasa Inggris “*finger off*” dan “*Charger*” secara morfologi benar. Susunan kalimat yang di gunakan juga menggunakan bahasa yang lugas mudah di pahami dan tidak bertele-tele. Pengguna bermaksud mengutarakan kekurangan tombol sidik jari untuk mengaktifkan kunci/password yang terdapat dalam hp yang di tawarkan rusak. Maka dari itu, pengguna menggunakan kata *finger* yang berarti “jari” yang di maksudkan pada sidik jari yang ada di dalam jari dan *off* untuk mati yang bermaksud rusak. Dari kalimat yang ada diatas menunjukkan pengguna seorang yang paham akan bahasa Inggris yang baik, tidak menggunakan kata-kata singkatan yang terkadang membingungkan dan juga penggunaan bahasa yang baik. Berbeda dengan contoh berikut:

Ahmad Asus Max 4/64gbFullset min speaker nek *full ngeprek*, **bazel** gen sim cuil laine normal segel jual 800pass

Febby Yolanda: spikernya gmana

Ahmad: kalo full **ngeprek** suaranya

Setiap orang memiliki pengetahuan bahasa yang beragam sehingga terkadang seseorang hanya mengerti cara pengucapannya daripada penulisannya seperti kata “*bazel*” yang bermaksud untuk mengungkapkan kata *bezel* yang bermaksud bagian pinggiran pada hp. Begitupun dengan kata *full ngeprek* yang bermaksud dengan kata *suara cempreng* ketika

bervolume dengan nada tinggi. Pengguna bermaksud untuk menunjukkan nada hp ketika tinggi bersuara kurang baik. Kata “*spiker*” juga kurang tepat secara morfologis di tambah penggunaan tanda baca yang kurang tepat menjadikan hal ini berkaitan dengan faktor pendidikan yang kurang.

2. Tingkat Usia

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Pateda (1987) yang menyatakan bahwa semakin bertumbuhnya usia maka akan bertambah kosa-katanya, penggunaan bahasa jual- beli yang muncul pada grup Facebook ini ditandai dengan penggunaan bahasa- bahasan khusus jual-beli. Penggunaan bahasa seperti ini tentunya selain hanya dapat dipahami oleh para pelaku jual-beli, juga dapat dipengaruhi usia. Apabila anggota grup ini merupakan seseorang yang dapat dikategorikan usia anak-anak (0-12 tahun), kemungkinan besar mereka tidak mengetahui maksud dari istilah bahasa-bahasa jual-beli di bawah ini:

"Jual retmi 4x ram 3,32, hp aja minis on off susah. Laen cek sendiri, **mahar** Rp 500 negonen sak dadine, cek lokasi luweh penak"

Mahar merupakan kata dalam bahasa Indonesia yang bermakna maskawin atau pemberian dari mempelai laki-laki kepada mempelai wanita sebagai syarat pernikahan. Namun, penggunaan *mahar* dalam interaksi di grup ini bergeser maknanya menjadi **harga yang ditawarkan penjual** untuk membeli sebuah HP darinya. Perubahan makna ini terjadi pada tataran leksikalnya.

“C15 4/64 di beli oleh, di **TT** yo oleh. Monggo”

Samsung A53 5g 8/128 nominus mulus fullse harga=2300. Jual.**tt.bt...**”

Penggunaan abreviasi atau singkatan.TT dan BT dalam interaksi anggota grup jual-beli facebook ini mengalami perubahan morfologis, yaitu penggunaan abreviasi atau singkatan. Tujuan adanya abreviasi adalah untuk memepersingkat bahasa. Namun, penggunaannya harus sudah di ketahui kelompoknya. TT bermakna tukar tambah yang mana dalam pemakaiannya calon pembeli di perbolehkan menukar Hpnya dengan HP sang penjual dengan menambah beberapa uang tambahan. Sedangkan BT berarti barter. Barter disini berarti jika HP pemebli yang boleh di tukar dengan Hp penjual dengan nilai yang sama dari segi harga dan kualitas yang sama.

“Dana 1 jt nyari HP yang ram 4 **segel**”

Pada *caption* di atas juga menunjukkan bahwa faktor usia mempengaruhi perubahan bahasa yang terjadi pada saat jual-beli khususnya kata ini muncul pada jual-beli hp *second*. Kata ‘segel’ apabila ditelaah secara literal merujuk pada suatu penanda untuk suatu barang tidak bocor. Namun maksud ‘segel’ pada kejadian jual-beli ini dimaksudkan bahwa si penulis *caption* mencari *handphone* yang tidak pernah dibongkar. Meski maknanya sedikit bergeser, makna baru dan makna sebelumnya memiliki korelasi. Korelasi tersebut terletak pada kata ini dimaksudkan bahwa *handphone* yang dicari terjaga keasliannya sehingga masih memiliki segel asli dari produsen.

“... mahar 3500 nego tipis. TT android kasih keterangan asal cocok **lepas.**”

Melalui potongan *caption* ini, si penulis *caption* sedang menawarkan *handphone*-nya untuk dijual. Dalam menawarkan *handphone*-nya, si penulis menggunakan kata ‘lepas’ yang memiliki makna literal, yaitu bebas, dapat bergerak, keluar dari kandangnya, tidak melekat lagi dan lain sebagainya. Namun, ‘lepas’ pada *caption* ini bermakna ‘setuju’ dengan penawaran yang nantinya akan ditawarkan kepadanya. Kata tersebut hadir dalam penawaran jual-beli *handphone second* yang menjadi indikasi bahwa seiring usia bertambah, kosa kata yang dimiliki suatu individu juga bertambah terlebih pada suatu kejadian yang bisa menciptakan bahasa tertentu bagi para penuturnya.

“... Mesin **aman**, batrai health 100% (habis diganti)...”

Kata ‘aman’ pada cuplikan *caption* di atas juga merupakan kosa kata yang bergeser maknanya dalam kegiatan ini dan didapatkan pada saat individu bertambah usianya. Kata ini sejatinya memiliki arti literal yang bermakna ‘tidak mengandung risiko’. Meskipun demikian, makna ‘aman’ pada kegiatan di grup ini mengalami sedikit pergeseran. Apabila anggota di grup ini berkata bahwa mesin dari *handphone* tersebut aman, maka mesin tersebut tidak pernah dibongkar sehingga keorisinalannya masih terjaga. Terciptanya makna tambahan tersebut pada kata ini tentunya diperoleh individu dari bertambahnya usia karena apabila yang mengatakan anak-anak, makna katanya adalah literal dan anak-anak cenderung tidak dapat melakukan transaksi tawar-menawar karena mereka belum menghasilkan uang sendiri.

“64 gb, warna gray. Accessoris komplit, all operator, **Ex Inter LL/A.**”

Frasa yang bercetak tebal tersebut adalah istilah yang digunakan untuk menyebut identitas HP iPhone. Setiap unit HP iPhone memiliki tanda pengenal dari negara asalnya. Sebagai contoh, iPhone yang didistribusikan resmi oleh iBox (distributor resmi iPhone di Indonesia) pasti akan menggunakan kode PP/A. Fungsi dari kode identitas iPhone ini tentu berguna bagi calon pembelinya untuk mengetahui resiko apabila produk yang dia beli merupakan produk yang tidak legal dipasarkan sehingga unitnya bisa jadi kehilangan sinyal saat sampai di tangan. Frasa bercetak tebal di atas tentunya didapatkan dari pengetahuan penulis yang mana tidak mungkin penulis ini berusia muda karena informasi semacam ini diperoleh seseorang yang benar-benar memperhatikan detail produk.

“iPhone 8 256 All operator. kelengkapan fullset. kamera d/b jernih ori. **minus Fp home tt off** ga ngaruh ke hp”

Pada *caption* ini, terdapat beberapa istilah khusus yang muncul secara bersamaan dalam penawaran jual-beli HP *second*. Yang pertama adalah kata ‘minus’. Apabila melihat maknanya dalam KBBI, kata ini memiliki arti ‘yang kurang, kurang dari yang diperlukan’. Akan tetapi, penggunaan kata ini dalam data tersebut adalah kekurangan dari produk HP yang sedang dia tawarkan. Lalu, singkatan ‘FP’ merupakan singkatan untuk *finger print* dan *home* merujuk pada tombol yang dapat kembali ke layar utama. HP iPhone memiliki fitur tombol *home* dan *finger print* yang difungsikan pada satu tombol. Sedangkan ‘TT’ adalah singkatan dari *True Tone*, yakni fungsi unggulan pada iPhone yang dapat merubah warna layar sesuai kondisi cahaya. Selain itu kata *off* merujuk pada fungsi yang disebutkan dalam *caption* di atas tidak bisa dihidupkan. Dengan kata lain, kata *off* di sini maksudnya lebih

cenderung tidak berfungsi daripada mati lalu bisa dihidupkan lagi. Bagi beberapa orang yang tidak mendalami dunia *handphone* dan tidak pernah berinteraksi dengan orang-orang yang melakukan jual-beli dalam media sosial pasti akan merasa kesulitan memahami singkatan-singkatan di atas. Hal ini membuat istilah-istilah tersebut khusus dan hanya terjadi dalam interaksi ini. Oleh karenanya, tidak mungkin seseorang yang tergolong usia belia mengerti akan kata tersebut sehingga faktor usia sangat berpengaruh pada pemerolehan istilah-istilah ini.

“... mahar 2200 nego **tipis**, monggo monggo.”

Kata ‘tipis’ di *caption* ini hadir dengan kata ‘nego’. Arti literal dari tipis menurut KBBI merujuk pada penampilan, yakni permukaan yang sedikit berjarak dengan permukaan lain. Padahal kata ‘tipis’ di sini sama sekali tidak merujuk pada arti tersebut. Arti kata ‘tipis’ yang hadir bersama kata ‘nego’ di interaksi ini adalah harga yang ditentukan si penulis boleh ditawarkan sedikit oleh calon pembeli. Hal ini menjadikan kata yang bergeser maknanya ini merupakan indikasi variasi bahasa yang khusus digunakan untuk suatu kegiatan. Contoh data lagi yang menunjukkan adanya faktor tingkatan usia:

Oppo AS 2020 ram 3
Kel fullset, **pemakaian cewe** , segel , **mulussssss**
1300 nego sitik. Lok solo utara

Kata “pemakaian cewek” dalam kalimat ini berarti orang yang menggunakan hp sebelum ini mengoprasikan hp secara halus. Hal ini di tunjukkan dengan kata cewek yang terkenal dengan sifat lemah lembut. Kalimat seperti ini biasa di gunakan orang dewasa dalam menganalogikan hal yang berbau lawan jenis untuk mengutarakan sifat. Tentunya hal seperti ini kurang di pahami anak yang berumur kurang dari 17 tahun.

Kata “*Mulussss*” disini berarti hp tersebut tidak ada goresan selama penggunaan sebelumnya. Kata “*mulussss*” yang cenderung berlebihan dalam pembentukan kata namun tidak mengurangi makna yang terkandung di dalamnya menunjukkan pengguna seorang remaja yang menunjukkan sesuatu dengan cara melebih- lebihkan. dalam hal ini pengguna melebihkan pembentukan kata dengan menambahkan huruf “s” paling belakang seakan tidak ada goresan yang ada dalam hp yang akan dijualnya.’

Di lihat dari beberapa data diatas menunjukkan jual beli menggunakan bahasa dengan kata seperti yang tertera diatas sudah pasti menggunakan bahasa yang dengan cara yang kurang lazim di kalangan anak di bawah usia lima belas tahunan dan membutuhkan pemikiran ekstra untuk memahaminya. namun kata-kata tersebut dapat di pahami oleh orang-orang yang memiliki faktor usia dewasa. Hal ini memperlihatkan bahwa factor usia mempengaruhi cara berbahasa.

3. Kelas sosial

Karena grup ini jangkauan wilayahnya adalah se-Solo raya, maka tidak sedikit anggota grupnya menjunjung tinggi *unggah-ungguh*. Hal ini tersirat dari interaksi anggota grup dalam menanggapi sebuah penawaran.

“Hp cas. **Yen purun**. No minus 9a 2/32. Punyane istri. 800 nett.”

Purun merupakan bahasa Jawa *krama madya*. Krama madya merupakan bahasa Jawa yang digunakan antar orang yang dianggap memiliki posisi yang sedikit di atas penuturnya

karena si penutur tidak dapat mengetahui latar belakang pendidikan, tingkatan dalam pekerjaannya, ataupun umurnya. Hal ini bisa terjadi karena Facebook merupakan *platform* media sosial yang mana penggunaanya tidak bisa menebak latar belakang respondennya dengan tepat. Selain itu, bahasa Jawa krama Inggil juga muncul di *caption* penjual, sebagai berikut:

“Dana 500 **pados** HP. **Monggo** tawarkan.”

Pados dan *monggo* merupakan bahasa Jawa campuran *krama inggil* dan *krama alus*. Penjual di sini menunjukkan sikap sopan karena penjual tidak dapat mengetahui secara tepat kedudukan masing-masing anggota grup di sini. Satu data lagi yang menunjukkan adanya faktor sosial:

Cogan Ali: Pemakaian cewe,no minus fullset

Harga inbox

Oke Dhika Ini: Oppo5s 3 32 monggo **niki dalane** 08xxxxxxxx

Kata yang di cetak tebal “*niki dalane*” merupakan bahasa Jawa krama madya. Kata ini dalam bahasa Indonesia dapat di artikan “ini jalannya” yang bermaksud “ini cara untuk melanjutkan proses transaksi lebih lanjut dengan menggunakan nomer yang dapat di hubungi”. Cara pengguna menyampaikan maksud menggunakan bahasa yang lebih halus/tinggi yang menunjukkan unggah ungguh, pemberian rasa hormat dengan kepada lawan tutur. Bahasa yang terdapat level penggunaan dianggap memiliki kemampuan menunjukkan status sosial seseorang. Seorang manusia dapat dilihat karakter, isi kepala dan lain sebagainya dengan cara bagaimana dia menggunakan bahasa kesehariannya.

Penak cod: Vivo y12 hp dus ram 3/64 minus tc retak 850

M Reffvand: jujul mas **angsal** niki. Samsung a5 2017 ram 3/32. Layar jernih super amoled.

Hp+cas type c. 525 **mawon** mas

Kata “*angsal*” yang di dalam bahasa Indonesia berarti boleh/dapat/bisa. Namun dalam konteks percakapan pengguna tersebut bermakna “*dapat*”. Penggunaan kata *angsal* bisa di katakana lebih halus dan lebih ber-“*unggah-ungguh*” dari pada menggunakan bahasa Jawa ngoko “*entuk/enthuk*” yang bermakna sama. Namun pengguna memilih menggunakan bahasa Jawa krama inggil yang “*lebih tinggi levelnya*”. Kontek percakapan ini menunjukkan adanya faktor sosial yang lebih menghormati mitra tutur. Dari data diatas bisa di simpulkan pengguna memiliki sedikit kedudukan lebih tinggi di banding dengan data di bawah ini:

Mayfasa Anindya : Vivo Y12 (batangan) ram 3/32gb. Batrai 5000mAh. Layar pecah halus (tidak berpengaruh), apakah berminat kak?

Feby Yolanda: cek harga

Bayu Asmoro Aji: 400 **tak jipuk** mas

Data pada kalimat yang bercetak tebal menunjukkan Bahasa Jawa ngoko. Bahasa Jawa ngoko merupakan bahasa Jawa yang memiliki tingkatan level paling dasar di antara bahasa Jawa yang lainnya. Bahasa ini di gunakan untuk mereka yang berinteraksi sebaya atau juga dengan mereka yang usianya lebih muda dengan mereka. Pengguna ini menggunakan bahasa Jawa ngoko yang berarti dia menyamakan pengguna lain sebagai teman sebaya. Padahal dalam grup ini pasti ada yang lebih senior dari pada dia. Kata “*tak jipok*” sendiri dalam bahasa Indonesia memiliki arti “aku ambil” karena menggunakan bahasa ngoko kata “*tak jipok*”

memiliki rasa yang sedikit kasar di banding dengan bahasa jawa madya, ataupun bahasa jawa krama Inggil.

Kesimpulan

Penggunaan bahasa di dalam grup Facebook jual-beli HP bekas se-Solo raya ternyata mengalami perubahan bahasa yang dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti tingkat pendidikan, usia, dan kelas sosial. Hal ini dapat dilihat dari perubahan ejaan yang cenderung lebih memudahkan mereka menuliskan kata dalam bahasa inggris. Hal ini bisa terjadi karena tingkat pendidikan.

Pergeseran makna pada suatu kata juga dapat menunjukkan bahwa kata tersebut merupakan bukti bahwa penawaran yang dilakukan di grup ini tidak mungkin anak-anak dengan rentang usia 0-12 tahun. Hal ini dikarenakan anak-anak dengan rentang usia tersebut kemungkinan besar masih belum banyak mengerti kosa-kata baru.

Selain itu, perubahan bahasa yang dipengaruhi kelas sosial dapat dilihat dari penggunaan *krama madya* dan *inggil* karena dalam *platform* ini. Hal ini terjadi karena anggota grup Facebook ini tidak mengerti umur dari setiap anggotanya dan mereka tergabung dalam masyarakat kota Solo yang menjunjung tinggi *unggah-ungguh* berbahasa Jawa.

Daftar Pustaka

- Ardhana, Muhammad. R, et al. 2021. Penggunaan variasi bahasa di media social Twitter: Kajian sosiolinguistik. *Adjektiva: Educational Languages and Literature Studies*. 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.30872/adjektiva.v4i1.1444>
- Fauziah, et al. 2021. Kajian sosiolinguistik terhadap penggunaan bahasa slank di media sosial Twitter. *Basindo: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya*. 5(2), 150-157. <http://journal2.um.ac.id/index.php/basindo>
- Giglioli, P.P. 1972. *Language and Social Context*. Englamd: Penguin Education. Halliday, M.A.K. 1989. *Spoken and Written Language*. Oxford: Oexfprd University
- Helmanita, Karlina. 2013. Analisis sosiolinguistik perubahan bahasa pada masa pra-pasca pubertas. *Al-Turas*. 19(1), 201-215. <https://doi.org/10.15408/bat.v19i1.3710>
- Hikam, Fani. F. 2021. Analisis fenomena campur kode dan alih kode pada media sosial Twitter. *Seminar Nasional Bahasa dan Sastra*. 2(1), 141-147. <http://dx.doi.org/10.32493/sns.v2i1.16702>
- Holmes, Janet. 2013. *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Moloeng, L.J. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Karya.
- Pateda, Mansur. 1987. *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa Press.
- Puspahaty, Novita. 2017. Perubahan bahasa di lingkungan kecamatan Cibarusah. *Jurnal Makna*. 2(1), 77-87. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1380678&val=1227&title=PERUBAHAN%20BAHASA%20DI%20LINGKUNGAN%20KECAMATAN%20CIBARUSAH>
- Ramendra, D.P. 2013. Variasi pemakaian bahasa pada masyarakat tutur kota Singaraja. *Ilmu Sosial dan Humaniora*. 2(2), 275-287. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v2i2.2185>
- Santosa, Riyadi. 2021. *Dasar-dasar Metode Penelitian Kualitatif Kebahasaan*. Surakarta: UNS Press
- Suwito. 1983. *Pengantar Awal Sosiolinguistik Teori dan Problema*. Surakarta: UNS Press.
- Utami, Djuwita. 2010. *Karakteristik Penggunaan Bahasa Pada Status Facebook*. Skripsi Sarjana. Universitas Sebelas Maret