

ANALISIS DIKSI UNTUK MENGETAHUI PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA PADA APLIKASI TRANSPORTASI BERBASIS DARING DI INDONESIA

Sulis Setiawati¹, Merry Lapasau²
Universitas Indraprasta PGRI¹, Pascasarjana Unindra²
sulisjbsi@gmail.com

ABSTRAK

Pada kedudukannya sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia berfungsi sebagai lambang identitas dan kebanggaan nasional, juga sebagai alat pemersatu dan perhubungan antarbudaya serta latar belakang sosial yang berbeda. Realisasi dari fungsi tersebut adalah berupa sikap mengutamakan bahasa Indonesia dalam berbagai konteks komunikasi, khususnya di Indonesia. Namun, kehidupan masyarakat yang semakin berkembang berdampak juga pada semakin beragamnya penggunaan bahasa Indonesia. Salah satu ragam bahasa yang menarik untuk dikaji adalah bahasa Indonesia yang digunakan dalam aplikasi transportasi berbasis daring. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan bahasa Indonesia pada aplikasi transportasi berbasis daring di Indonesia. Penelitian ini melibatkan dua aplikasi, yaitu *Go-Jek* dan *Grab*. Kami menggunakan analisis diksi atau pilihan kata sebagai cara objektif untuk mengetahui penggunaan bahasa Indonesia dalam dua aplikasi tersebut. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik analisis diksi. Data dikumpulkan selama dua bulan yaitu pada September dan Oktober 2019 berdasarkan pilihan kata yang digunakan pihak penyedia transportasi pada penamaan produk jasa yang ditawarkan, promosi produk, dan pada pesan otomatis yang dikirim ketika berkomunikasi dengan penumpang. Berdasarkan hasil analisis, bahasa Indonesia yang digunakan pada dua aplikasi transportasi tersebut lebih cenderung dipengaruhi oleh dialek Jakarta pada pesan dan promosi produk serta bahasa Inggris pada produk jasa yang ditawarkan. Diksi yang digunakan cenderung lebih cocok apabila yang menjadi lawan tuturnya adalah remaja atau anak muda. Padahal pengguna aplikasi berasal dari berbagai tingkatan usia dan latar belakang. Oleh karena itu, ada baiknya pihak penyedia transportasi tersebut mengkaji-ulang kebijakan penggunaan bahasa pada aplikasi mereka.

Kata kunci: : bahasa Indonesia, aplikasi transportasi daring

ABSTRACT

In its position as a national language, Indonesian has a function as a symbol of national identity and its pride, as well as a unifying and intercultural communication tool for Indonesian speakers with various social backgrounds. The realization of this function is in the form of attitudes prioritizing Indonesian in various communication contexts throughout Indonesia. However, the life of a growing community also impacts on the increasingly diverse usage of Indonesian. One of the interesting language phenomenon is the use of Indonesian in online-based transportation applications. The purpose of this research is to find out the use of Indonesian in online-based transportation applications in Indonesia. This research involves two applications, namely *Go-Jek* and *Grab*. We use diction analysis or word choice as an objective way to find out the use of Indonesian in these two applications. The method used is descriptive qualitative with a diction analysis technique. Data were collected in September and October 2019 based on the choice of words used by the transportation provider in naming the service products offered, promotion product, and in automatic messages sent when communicating with passengers. Based on the results of the analysis, the usage of the Indonesian language in the two transportation applications is more likely to be influenced by the Jakarta dialect. The diction used is more suitable if the interlocutors are teenagers or young people. Though application users come from various levels of age and background. Therefore, the transportation provider should review the language usage policy in their application.

Keywords: Indonesian, online based transportation applications, diction

PENDAHULUAN

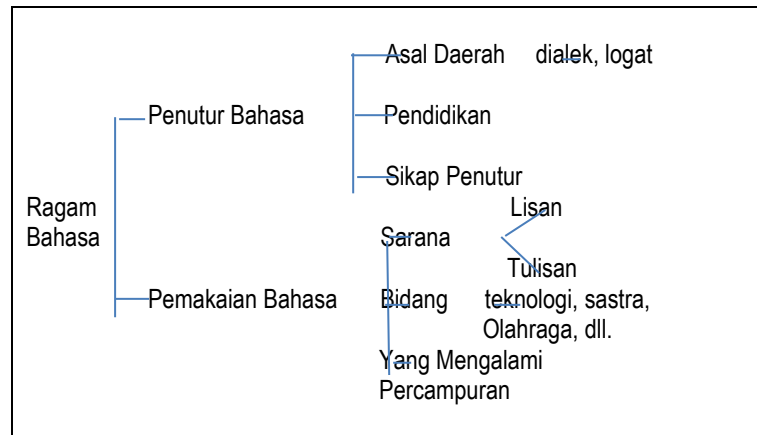
Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahasa Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang tidak ringan. Salah satu tantangan tersebut berasal dari penutur bahasa Indonesia itu sendiri. Ada kecenderungan muncul rasa kurang percaya ketika menggunakan bahasa Indonesia, baik dalam konteks lisan maupun tulisan.

Sebagian besar masyarakat cenderung merasa lebih bangga dan percaya diri ketika menggunakan bahasa Inggris atau bahasa asing lainnya. Indikasi pernyataan tersebut dapat diamati atau dapat dilihat dari pilihan bahasa yang digunakan masyarakat atau para penutur bahasa dalam berkomunikasi secara langsung (secara lisan) maupun tidak langsung (tulisan) dalam berbagai konteks kehidupan. Misalnya ketika ada kecenderungan merasa lebih bergengsi ketika menggunakan bahasa Inggris dalam mengomentari sesuatu misalnya, atau ketika menulis keterangan dalam unggahan gambar maupun video.

Masyarakat Indonesia belum sepenuhnya menyadari bahwa pada kedudukannya sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia berfungsi sebagai lambang identitas dan kebanggaan nasional, selain sebagai alat pemersatu dan perhubungan antarbudaya serta latar belakang sosial yang berbeda (Lapasau & Arifin, 2016). Namun, masyarakat juga tentu tidak bisa sepenuhnya disalahkan. Mula-mula masyarakat hanya menggunakan bahasa Inggris tersebut satu atau dua kata. Namun, jika hal ini berlangsung dalam waktu yang lama dan intensitas pemakaiannya juga signifikan bisa saja suatu ketika masyarakat Indonesia menjadi asing dengan bahasa Indonesia-nya sendiri. Saat ini misalnya, kata *driver* terasa lebih familiar daripada kata *pengemudi*. Lalu, seringkali juga para pembicara di forum-forum seminar lebih memilih kata *next* daripada kata *selanjutnya* sebagai arahan kepada seseorang yang membantunya menayangkan materi salindia (*power point*). Sementara itu, sebagian masyarakat lainnya tetap menggunakan bahasa Indonesia dengan beragam variasi.

Ragam Bahasa Indonesia

Ragam bahasa Indonesia dapat dikelompokkan berdasarkan berdasarkan penutur bahasa dan berdasarkan pemakaian bahasa (Moeliono, 2017). Menurut kelompok penutur bahasa, dapat dibedakan berdasarkan asal daerah, pendidikan, dan sikap penutur bahasa. Lalu ragam bahasa berdasarkan pemakaian bahasa dapat dibedakan menurut sarana, bidang atau pokok persoalan, dan ragam yang mengalami percampuran.

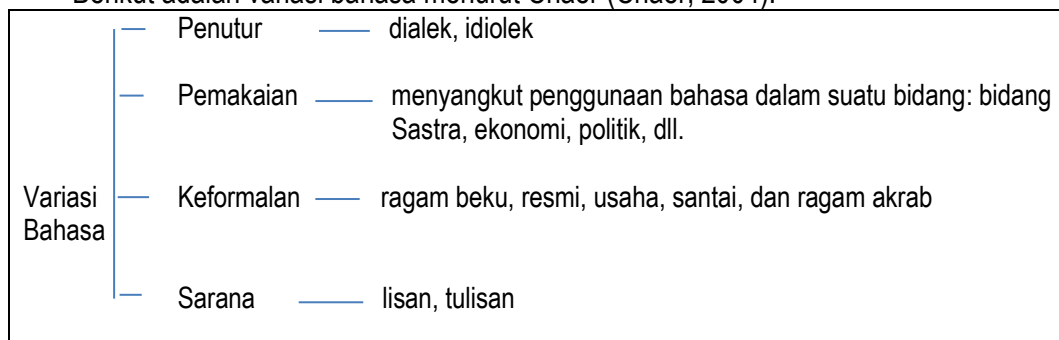


Gambar 1. Klasifikasi Ragam Bahasa

Ragam daerah disebut juga dengan dialek yang bisa dikenali dari tekanan, nada, serta panjang-pendeknya suatu bunyi bahasa dilafalkan. Sedangkan berdasarkan sikap penutur bahasa, pemilihan ragam bahasa bergantung pada sikap penutur bahasa terhadap lawan bicara atau pembacanya (Moeliono, 2017). Hal ini sangat dipengaruhi oleh usia, status, tingkat keakraban, permasalahan, dan tujuan komunikasi. Maka, bentuk bahasa yang dimunculkan oleh penutur bisa menjadi resmi, santun, dingin, atau bisa jadi akrab. Bentuk bahasa tersebut bisa diidentifikasi berdasarkan pilihan kata atau diksi yang digunakan oleh si penutur. Lalu, yang dimaksud dengan ragam bahasa menurut pendidikan penutur adalah kecenderungan bahasa orang yang berpendidikan tinggi, pada umumnya lebih menunjukkan penggunaan bahasa yang lebih rapi.

Variasi bahasa atau keragaman bahasa bisa saja terjadi bukan hanya karena penuturnya yang sangat heterogen melainkan juga karena beragamnya kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan (Chaer, 2004). Contoh interaksi misalnya antara penjual dan pembeli di pasar, antara guru dan murid, antara dosen dan mahasiswa, juga antara penjual jasa lainnya dengan pengguna jasa tersebut. Semakin beragam bentuk interaksi, maka semakin beragam juga bahasa yang digunakan.

Berikut adalah variasi bahasa menurut Chaer (Chaer, 2004):



Gambar 1. Klasifikasi Ragam Bahasa menurut Chaer

Terkait dengan hal tersebut, di Jakarta khususnya, salah satu variasi atau ragam bahasa Indonesia yang digunakan masyarakat, adalah bahasa Indonesia dengan dialek bahasa Betawi. Muhadjir (Muhadjir, 2000) menyebut bahasa Betawi ini dengan bahasa Melayu Batavia atau Melayu dialek Jakarta. Orang Betawi adalah sebutan untuk mereka

yang menggunakan bahasa tersebut.

Di Jakarta, fakta yang didapatkan oleh penulis adalah bahwa bukan hanya orang Betawi yang menggunakan dialek tersebut. Masyarakat yang berdomisili di Jakarta, yang bukan merupakan orang Betawi, juga berkecenderungan menggunakan dialek tersebut dalam berbagai konteks komunikasi. Dengan situasi kebahasaan yang seperti ini, masyarakat tentu tidak mau disalahkan. Mereka menjadi terbiasa menggunakan bahasa Indonesia dengan dialek bahasa Betawi, salah satunya adalah karena beberapa layanan aplikasi berbasis daring (*online*) yang relatif sering mereka gunakan. Misalnya aplikasi penyedia transportasi. Tidak semua pilihan kata atau diksi yang digunakan dalam aplikasi tersebut menggunakan bahasa Indonesia ragam standar. Sebagian diksinya menggunakan bahasa Indonesia dengan dialek bahasa Betawi. Lalu sebagian lainnya menggunakan kosakata bahasa Inggris.

Aplikasi transportasi Berbasis Daring

Di Indonesia, transportasi berbasis *online* atau dalam jaringan (*daring*) mulai dikembangkan oleh Nadiem Makarim pada Maret 2014 sebagai salah satu solusi atas permasalahan kemacetan dan pengangguran di Jakarta (Sulistiyowati, n.d.). Moda transportasi ini kemudian dikenal masyarakat dengan nama *Go-Jek*. Selain *Go-Jek*, kemudian masyarakat diperkenalkan juga dengan jenis transportasi serupa dalam rentang waktu yang tidak lama, yaitu *Grab*.

Agar dapat terkoneksi dengan kedua jenis transportasi tersebut, masyarakat atau penumpang harus menginstal layanan aplikasi terlebih dahulu. Setelah itu baru bisa menggunakan layanan jasa transportasinya. Layanan jasa yang ditawarkan juga sangat beragam, mulai dari jasa pengantaran sampai pada pulsa/token, dan beberapa penawaran jasa yang lainnya.

Dalam aplikasi, pengguna aplikasi atau penumpang akan dihubungkan langsung dengan pengemudi. Secara otomatis, aplikasi juga akan mengirim pesan-pesan otomatis yang berisi pemberitahuan atau informasi lainnya yang terkait dengan jasa yang dipesan. Beberapa pesan dapat ditanggapi langsung oleh penumpang dengan cara mengetik lalu mengirim pesan balasan.

Tulisan ini tidak bermaksud menghakimi, tetapi sebagai gambaran tentang bagaimana penggunaan bahasa Indonesia dalam konteks komunikasi dalam sebuah aplikasi transportasi. Dalam aplikasi tersebut, tentunya pihak penyedia aplikasi membutuhkan bahasa sebagai sarana komunikasi dengan penggunanya. Penelitian sebelumnya tentang layanan transportasi *online* berfokus pada studi semiotika terhadap iklan aplikasi (Arganata, 2018). Dengan kajian semiotika, pada penelitian tersebut diperoleh informasi bahwa iklan aplikasi transportasi *online* merepresentasikan figur anak muda.

METODE

Kualitatif deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif bertujuan mencari makna dibalik berbagai gejala yang diteliti agar dapat dipahami secara mendalam (Putra, 2000). Tidak ada upaya untuk mengubah atau memanipulasi latar penelitian dalam penelitian kualitatif. Latar penelitian dibiarkan natural dan apa adanya. Dengan teknik analisis diksi atau analisis pilihan kata, penulis memberikan gambaran penggunaan bahasa Indonesia dalam aplikasi transportasi berbasis daring di Indonesia. Kedua penyedia aplikasi tersebut adalah *Go-jek* dan *Grab*. Fokus kajian adalah pada diksi

yang digunakan pada penamaan jasa yang ditawarkan pada aplikasi dan juga pada pesan otomatis yang disampaikan kepada penumpang.

Penelitian ini dilakukan di Jakarta pada Agustus sampai dengan November 2019. Instrumen penelitian adalah penulis sendiri. Langkah-langkah dalam penelitian ini yaitu: (1) pengumpulan data, (2) analisis penggunaan diksi dengan kajian teori yang relevan, (3) klasifikasi data, (4) triangulasi data, dan (5) membuat simpulan.

HASIL

Yang disajikan berikut adalah analisis data dan hasil kajian terhadap penggunaan bahasa Indonesia pada dua aplikasi transportasi berbasis daring di Indonesia. Data penggunaan bahasa Indonesia yang disajikan, dikelompokkan ke dalam tiga kategori yaitu (1) penamaan produk jasa yang ditawarkan pada aplikasi, (2) promosi produk, dan (3) pesan otomatis.

1. Penamaan produk jasa yang ditawarkan pada aplikasi

Pada salah satu aplikasi, penamaan produk jasa yang ditawarkan, yang bisa dipilih oleh pengguna aplikasi adalah sebagai berikut:

Mobil, Motor, Makanan, Pengantaran, Paket Hemat, Pulsa/Token, Jasa Rumah, eScooter, Kesehatan, Tickets, Hotel, Video, Tagihan, Belanjaan, dan Bis.

Dari diksi yang digunakan, pada pilihan produk jasa tersebut sebagian besar menggunakan kosakata bahasa Indonesia kecuali pada kata “eScooter” dan “Tickets”.

Pada satu aplikasi lainnya, produk jasa yang ditawarkan antara lain:

GoRide, GoCar, GoFood, GoBluebird, GoSend, GoPulsa, GoPoints, GoNearby, GoBills, GoShop, GoMart, GoBox, GoMassage, GoDaily, GoClean, GoFix, GoLaundry, GoGlam, GoTix, GoAuto, GoMed, GoFitness, GoNews, GoSure, GoGames, GoPlay, Jalan-Jalan, Makanan, Pembayaran, Hiburan, Belanja, dan Berita.

Penamaan produk jasa yang ditawarkan, pada aplikasi GoJek, didominasi oleh kosakata bahasa Inggris, kecuali pada kata “Jalan-Jalan”, “Makanan”, “Pembayaran”, “Hiburan”, “Belanja”, dan “Berita” yang merupakan kosakata bahasa Indonesia.

2. Promosi Produk

1) *Ketemu Driver #GakPake Lama*

Kalimat tersebut adalah kalimat promosi salah satu produk jasa yang ditawarkan dalam aplikasi. Kata “ketemu” dan “gak pake” merupakan kosakata yang diambil dari dialek Jakarta; “ketemu” berarti “bertemu” dan “gak pake” berarti “tidak”. Jadi, bahasa yang digunakan pada promosi produk ini menggunakan bahasa Indonesia namun sudah masuk dalam kategori dialek Jakarta.

- 2) *Hai Gojekers, Dengan GoRide, pergi ke tujuan mana aja sekarang #GakPakeLama sebab kini GoRide punya banyak fitur yang mempercepat kamu bertemu driver. Kamu ngga usah khawatir nggak keburu mengejar waktu.*

Pada kalimat promosi tersebut terdapat campuran penggunaan kosakata antara bahasa Indonesia, dialek Jakarta, dan bahasa Inggris. Yang termasuk dialek Jakarta diantaranya kata “aja”, “gak pake”, “ngga”, dan “keburu”. Frasa “punya banyak” juga dipengaruhi dialek Jakarta, yang seharusnya dalam bahasa Indonesia berarti “mempunyai banyak” atau “banyak mempunyai”. Selanjutnya, aplikasi ini menggunakan kata “driver” yang merupakan kosakata bahasa Inggris sebagai sebutan untuk “pengemudi”.

- 3) *Limit cashback-mu bulan ini belum abis, lho. Yuk, cari promonya!*

Kata “cashback” merupakan kosakata yang diambil dari bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia berarti “uang kembali”. Lalu kata “abis” dan “lho” adalah dialek Jakarta; “abis” berarti “habis”. Bahasa yang digunakan pada promosi tersebut juga bahasa Indonesia yang sudah dipengaruhi oleh dialek Jakarta, juga bahasa Inggris

- 4) *Dapetin diskon 90%*

Pada kalimat promosi tersebut terdapat kata “dapetin” yang dalam bahasa Indonesia berarti “dapatkan”. Kata “dapetin” merupakan kata yang diambil dari dialek Jakarta, yang salah satu cirinya adalah adanya imbuhan “-in” di belakang kata “dape” sedangkan dalam bahasa Indonesia tidak ada imbuhan “-in”

- 5) *Paket data ga pernah putus, mainnya pasti mulus*

Kalimat promosi ini merupakan kalimat bahasa Indonesia yang juga telah dipengaruhi oleh dialek Jakarta. Terdapat kata “ga” pada kalimat promosi tersebut, yang dalam bahasa Indonesia berarti “tidak”.

- 6) *Laper Ya? Pesen Lagi, Yuk*

Kata “laper” maksudnya adalah “lapar”. Kata “lapar” sering dilafakan menjadi “laper” oleh sebagian penutur bahasa Indonesia di Jakarta untuk menimbulkan kesan “halus”.

3. Pesan otomatis

- 1) *GoRide kamu udah hampir sampai. Udah siap? Jangan bikin drivermu nunggu kelamaan ya.*

Bahasa yang digunakan dalam pesan tersebut adalah bahasa Indonesia yang sudah dipengaruhi dialek Jakarta, juga bahasa Inggris pada kata “driver”. Kata “udah”, “bikin”, “nunggu”, dan “kelamaan” merupakan dialek Jakarta yang digunakan oleh penyedia aplikasi dalam pesan otomatis yang dikirim kepada calon penumpang.

- 2) *Sip, dapet GoRide. Driver bakal segera jemput kamu*

Kalimat pesan tersebut sangat identik dengan bahasa cakapan ala anak muda atau remaja. Kata “sip”, “dapet”, “bakal” yang diakhiri dengan kata sapaan “kamu” menjadi terkesan kurang santun apabila ternyata si pemesan jasa adalah seseorang yang usianya sudah tidak bisa disebut muda lagi. Sebenarnya dalam pemilihan penggunaan kata sapaan, ada dua hal yang harus diperhatikan yaitu status dan fungsi. Status berkaitan dengan posisi sosial atau usia antara pembicara dan lawan

bicara, lalu fungsi terkait dengan jenis kegiatan atau jabatan lawan bicara dalam suatu pembicaraan (Setiawati, 2018)

- 3) *Sip, lagi nyariin GoRide nih buat kamu*
Kata “nyariin” merupakan kosakata dialek Jakarta yang dalam bahasa Indonesia berarti “mencari”. Kata sapaan “kamu” adalah kosakata bahasa Indonesia yang biasa digunakan jika lawan tuturnya masih masuk dalam kategori usia sebaya.
- 4) *Driver kamu udah sampai. Yuk, berangkat sekarang. Hati-hati di jalan, ya.*
Dari pilihan kata yang digunakan, pesan ini juga cenderung lebih cocok apabila penumpang yang memesan jasa masih usia sebaya. Pemilihan kata “kamu” sebagai kata sapaan untuk menyapa penumpang atau pemesan jasa relatif terasa kurang santun.
- 5) *Lagi disambungin ke Driver*
Pesan ini Frasa “lagi disambungin” merupakan dialek Jakarta yang dalam bahasa Indonesia berarti “sedang disambungkan”.
- 6) *Yah, chatnya lagi gak bisa. Pencet Oke buat balik ke layar sebelumnya*
Pesan ini adalah pesan yang otomatis muncul ketika aplikasi tidak merespons perintah pengguna. Kata “chat” dibuat familiar oleh aplikasi ini yang dalam bahasa Indonesia berarti “percakapan”.

SIMPULAN

Beberapa simpulan yang dapat disajikan pada penelitian ini yaitu bahwa kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional tidak lantas membuat penggunaannya diutamakan. Sebagian masyarakat cenderung merasa lebih bangga menggunakan bahasa asing daripada bahasa Indonesia. Sebagian lainnya yang menggunakan bahasa Indonesia juga pelan-pelan terkontaminasi dengan semakin beragamnya variasi bahasa yang ada.

Penelitian tentang analisis penggunaan bahasa Indonesia pada aplikasi transportasi daring ini tidak bermaksud untuk menghakimi. Namun, seyogianya pihak penyedia transportasi dapat melakukan kajian ulang terkait kebijakan keutamaan penggunaan bahasa Indonesia pada aplikasi mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada panitia Simposium Nasional Ilmiah Universitas Indraprasta Tahun 2019 yang telah memfasilitasi publikasi hasil penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Arganata, A. (2018). *Representasi Identitas Anak Muda dalam Iklan Layanan Transportasi Online Berbasis Aplikasi Mobile (Studi Semiotika terhadap Iklan)*. Universitas Airlangga. Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/77784>
- Chaer, A. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Lapasau, M., & Arifin, E. Z. (2016). *Sosiolinguistik* (Cetakan ke). Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Moeliono, A. M. dkk. (2017). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia* (Edisi Keem). Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan

Kebudayaan.

Muhadjir. (2000). *Bahasa Betawi: Sejarah dan Perkembangannya*. Jakarta: Yayasan Obor.

Putra, N. (2000). *Penelitian Kualitatif dan Action Research dalam Pembelajaran Bahasa*. Jakarta: Manasco.

Setiawati, S. (2018). PERBANDINGAN KATA SAPAAN DALAM BAHASA INDONESIA DAN. In *Prosiding Seminar Nasional dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat* (pp. 609–617). Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI. Retrieved from <http://proceeding.unindra.ac.id/index.php/dispanas2018/article/view/165/76>

Sulistiyowati, K. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA / I, 13(2), 121–128.