

Diterima : 10-10-2023 Revisi : 15-10-2023 Dipublikasi : 25-12-2023

## DIKSI DAN GAYA BAHASA PADA IKLAN DI AKUN INSTAGRAM SHOPEE

Norma Khoirunnayah <sup>a,\*</sup>, Wahyu Widayati <sup>b,\*</sup>, Victor Maroli Tua L. Tobing <sup>c,\*</sup>

**Universitas Dr. Soetomo**

Jl. Semolowaru No.84, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur,  
Indonesia

Pos-el: [nurmanisa25@gmail.com](mailto:nurmanisa25@gmail.com), [wahyu.widayati@unitomo.ac.id](mailto:wahyu.widayati@unitomo.ac.id),  
[victor.mtl.tobing@unitomo.ac.id](mailto:victor.mtl.tobing@unitomo.ac.id)

### Abstract

*This study discusses the types of diction and types of language styles in Shopee advertisements on Instagram. The purpose of this study is (1) to describe the type of diction in advertisements on the Shopee Instagram account (2) to describe the type of language style in advertisements on the Shopee Instagram account. This research is expected to be useful for: (1) for students, the results of this study can be used as material references for future research with related discussions. (2) the results of this study can inform the general public about advertising media. Especially for those who use the shopee application. This type of research is descriptive qualitative. the source of the data taken by the researcher is sourced from the Shopee Instagram account. The method used is documentation and notes. Data collection was carried out for 2 months from March 01 to April 30, 2022. The instruments used were (1) researchers as the first instrument, (2) cellphones or laptops as documentation tools. Data collection uses the listen method, in the listening method it is done by reading or listening to the writings of diction and language style in shopee advertisements. The results of his research are as follows. First, the researcher found the type of diction consisting of (1) general words, (2) special words, (3) foreign words, (4) slang words, (5) abbreviated words, (6) popular words and (7) study words. The two researchers found types of figurative language consisting of (1) hyperbole, (2) personification, (3) metonymy, and (4) rhetoric.*

**Keywords:** diction, language style, shopee advertisement

### Abstrak

*Penelitian ini membahas tentang jenis diksi dan jenis gaya bahasa dalam iklan Shopee di Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan jenis diksi pada iklan di akun instagram Shopee (2) mendeskripsikan jenis gaya bahasa pada iklan di akun instagram shopee. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi: (1) bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian berikutnya dengan pembahasan yang*

terkait. (2) hasil penelitian ini dapat menginformasikan kepada masyarakat umum tentang media periklanan. Khususnya bagi yang menggunakan aplikasi Shopee. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang diambil peneliti yaitu bersumber di akun Instagram Shopee. Metode yang digunakan adalah dokumentasi dan catat. Pengambilan data dilakukan selama 2 bulan dari tanggal 01 Maret – 30 April 2022. Instrumen yang digunakan berupa (1) peneliti sebagai instrumen pertama, (2) handphone atau laptop sebagai alat dokumentasi. Pengumpulan data menggunakan metode simak, dalam metode simak dilakukan dengan cara membaca atau menyimak tulisan dari diksi dan gaya bahasa pada iklan shopee. Hasil penelitiannya ialah sebagai berikut. Pertama peneliti menemukan jenis diksi yang terdiri dari (1) kata umum, (2) kata khusus, (3) kata asing, (4) kata slang, (5) kata singkatan, (6) kata populer dan (7) kata kajian. Kedua peneliti menemukan jenis gaya bahasa yang terdiri dari (1) hiperbola, (2) personifikasi, (3) metonomia, dan (4) retorika.

**Kata-kata kunci:** diksi, gaya bahasa, iklan Shopee

## PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu teknologi komputer dan telekomunikasi menjadi faktor pendukung. Pelaku bisnis internet tidak lagi kesulitan mendapatkan informasi. Salah satu pendukung pelaku pebisnis yaitu dengan cara iklan. Iklan sekarang muncul di mana pun, salah satunya di media instagram. Instagram adalah media sosial dengan pengguna yang sangat besar, dengan cara beriklan di media instagram, pebisnis mempromosikan berjualan online melalui salah satu *e-commerce* yaitu Shopee. Shopee merupakan aplikasi seluler untuk berjualan dan membeli barang secara online dengan mudah dan cepat. Di dalam iklan shopee terdapat banyak pilihan kata dan gaya bahasa, di situlah peneliti ingin meneliti diksi dan gaya bahasa pada iklan di akun Shopee Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) apa sajakah jenis diksi pada iklan di akun Instagram Shopee? (2) apa sajakah jenis gaya bahasa pada iklan di akun instagram Shopee?

Diksi adalah pilihan kata yang digunakan dalam menulis untuk menyampaikan makna. Menurut Keraf (2009, 89-108) ada beberapa jenis diksi yaitu diksi kata umum, kata khusus, kata singkatan, kata asing, kata slang, dan kata populer. Gaya bahasa adalah cara mengatakan sesuatu dengan menggunakan kata kiasan. Menurut Tarigan (2013: 4-5) terdapat gaya bahasa hiperbola, metonomia, retorika, dan personifikasi. Iklan merupakan salah satu cara paling

ampuh untuk mempromosikan suatu produk. Shopee merupakan aplikasi pasar seluler yang meningkatkan konsumen untuk membeli dan menjual barang di ponsel atau laptop dengan cepat dan mudah. Instagram yaitu aplikasi *smartphone* yang dirancang khusus untuk media sosial dan menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan cepat.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai

berikut : penelitian yang pertama dilakukan oleh Eni Jauhoronnissak pada tahun 2017 dengan judul “Diksi dan Gaya Bahasa Iklan Produk Unilever di Televisi Nasional”. Penelitian tersebut bertujuan mendeskripsikan ketepatan diksi iklan produk Unilever di Televisi Nasional. Yang membedakan penelitian ini dengan sekarang adalah sumber datanya. Penelitian ini sumber datanya pada iklan di televisi nasional, sedangkan penelitian sekarang sumber datanya dari media massa. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang diksi dan gaya bahasa.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada analisis kejadian alam, peristiwa sosial, atau kegiatan sosial dengan meminta peneliti mendeskripsikan data yang telah mereka kumpulkan. Pada penelitian kualitatif fenomena-fenomena sosial dari pandangan atau perspektif partisipan harus dapat dipahami agar tujuan dalam penelitian dapat dilakukan dengan baik (Sukmadinata, 2016: 94). Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dikarenakan dalam penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penggunaan diksi dan gaya bahasa pada iklan di akun Instagram Shopee.

Data dalam penelitian tersebut adalah berupa kata-kata dan kalimat. Data dalam kata (diksi) dan

kalimat dalam (gaya bahasa). Sumber data dalam penelitian ini yaitu bersumber di akun instagram Shopee, karena sumber data dalam akun instagram Shopee banyak iklan yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja online di *shopee*. Metode pengumpulan data, teknik dasarnya adalah metode simak. Menurut Sudaryanto (2015:203) Metode simak dilakukan dengan cara menyimak penggunaan bahasa yang akan diteliti. Dalam penelitian ini metode simak dilakukan dengan cara membaca atau menyimak tulisan dari diksi dan gaya bahasa pada iklan di akun Shopee.

Teknik lanjutan yaitu teknik dokumentasi dan catat. Peneliti mendokumentasikan data yang diperoleh dari Akun Instagram Shopee. Cara yang dipakai peneliti yaitu tangkapan layar. Peneliti membaca dan menyimak *caption* atau keterangan pada postingan akun Shopee di Instagram yang memiliki unsur diksi dan gaya bahasa. Langkah selanjutnya adalah metode catat. Teknik lanjutan yang dipilih peneliti adalah Teknik catat. Sudaryanto (2015:205-206) mengatakan bahwa teknik pencatatan dilakukan setelah teknik awal atau dasar dan dilakukan dengan sebuah alat tulis tertentu. Teknik ini dilakukan dengan cara mencatat data-data yang penting dan berkaitan dengan analisis relevansi yakni diksi dan gaya bahasa.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode agih dan padan.

### 1. Metode Agih

Menurut Sudaryanto (2015) dalam Mahsun (2014: 117), metode agih merupakan suatu metode yang digunakan dalam analisis data penelitian dengan bagian dari bahasa yang bersangkutan sebagai alat penentuannya. Alat penentu dalam rangka kerja metode agih itu, jelas, selalu berupa bagian atau unsur dari bahasa objek sasaran penelitian itu sendiri. Peneliti menemukan kata-kata dan kalimat pada iklan akun Shopee. Menurut Mastoyo (2007:55), teknik bagi unsur langsung adalah teknik analisis data dengan cara membagi suatu konstruksi menjadi beberapa bagian atau unsur dan bagian-bagian atau unsur-unsur itu dipandang sebagai bagian atau unsur yang langsung membentuk konstruksi yang dimaksud.

Peneliti menggunakan teknik ganti untuk menentukan makna. Menurut Mastoyo (2007:55), teknik ganti adalah teknik analisis data dengan cara mengganti suatu kebahasaan yang lain di luar konstruksi yang bersangkutan. Teknik ganti itu berguna untuk mengetahui kadar kesamaan kelas atau kategori satuan kebahasaan terganti dengan satuan kebahasaan penggantinya. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk menganalisis adalah sebagai berikut:

Peneliti mengidentifikasi kata dan kalimat yang termasuk dalam diksi dan gaya bahasa dengan menggunakan penanda khusus. Data berupa diksi dan gaya bahasa pada setiap *caption*, selama 1 bulan unggahan terakhir akun instagram shopee, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti mengklasifikasi data berdasarkan kata dan kalimat sesuai jenis dan fungsinya.

Peneliti mengklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah yang telah disusun.

Peneliti menginterpretasikan berdasarkan teori jenis diksi dan jenis gaya bahasa sesuai dengan rumusan masalah yang telah disusun.

### 2. Metode Padan

Menurut Sudaryanto (2015) dalam Mahsun (2014: 120), metode padan merupakan suatu metode yang digunakan untuk menentukan identitas satuan kebahasaan tertentu dengan menggunakan hal yang berada di luar bahasa sebagai alat penentu, dan tidak menjadi bagian dari bentuk bahasa yang bersangkutan. Metode padan digunakan untuk memadankan unsur-unsur yang dianalisis, yaitu kata-kata dan kalimat pada iklan akun Shopee.

Instrumen penelitian ini menurut Afrizal (2014) pada penelitian kualitatif peneliti lah yang harus mengumpulkan data dari sumber, artinya alat atau instrumen utama pengumpulan data adalah manusia atau peneliti itu sendiri dengan cara

mengamati, menyimak dan mengambil data penelitian. Instrumen pembantu tersebut adalah pemandu pengumpul data dan pemandu analisis data. Instrumen pembantu pengumpul data digunakan untuk mengumpulkan data yang mana data yang dimaksud berupa telepon seluler atau laptop untuk menghasilkan tangkapan layar pada *caption* akun *instagram shopee\_id*. Moleong (2010:324) berpendapat bahwa kriteria keabsahan data ada empat macam yaitu, kepercayaan, keteralihan, keberuntungan, dan kepastian. Kepercayaan atau kredibilitas yang dimaksud adalah peneliti mengumpulkan data secara terus-menerus pada topik penelitian yang sama. Kredibilitas dimaksudkan untuk mengumpulkan data yang sesuai dan benar pada topik yang diteliti. Beberapa cara dapat dilakukan, salah satunya menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2006:330-331) berpendapat bahwa triangulasi merupakan sebuah teknik untuk memeriksa suatu keabsahan data. Triangulasi dilakukan dengan *recheck* sebuah data. Triangulasi bisa dikatakan sebagai pengecekan data dengan berbagai cara, sumber serta waktu. Triangulasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi waktu. Pada triangulasi waktu, ketika mengumpulkan data peneliti memperhatikan waktu. Seperti hari atau jam. Pengecekan keabsahan data dapat dilakukan dengan pengambilan data pada

waktu atau kondisi yang berbeda. Peneliti dapat menggunakan bahan referensi sebagai pendukung membuktikan kebenaran data yang ditemukan peneliti contoh alat pendukung tersebut dapat berupa tangkapan layar pada *caption* di unggahan akun *shopee\_id*. Langkah selanjutnya adalah mengecek ulang data tersebut apakah sudah sesuai dengan variabel yang diteliti atau belum.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Diksi Kata Umum

1. Sobat Shopee, jangan lewatkan kesempatan belanja di 4.4 Rumah & Hobi sale hari ini ! (DKU 1).

Pada data ( DKU 1) terdapat pemakaian kata rumah. Pilihan kata rumah termasuk kata umum. Yang memiliki kriteria luas, dan mencakup banyak hal. Penggunaan kata rumah dalam iklan Shopee tersebut memberikan gambaran yang luas agar *customer* tertarik untuk membeli peralatan rumah.

### Analisis Diksi Kata Khusus

1. Sambut Ramadan dengan pakaian baru dari M231 dan nikmati diskon s/d 80% lho! (DKK 1)

Pada data (DKK 1) terdapat pemakaian kata pakaian baru. Pilihan kata pakaian baru termasuk kata khusus. Yang memiliki kriteria tidak luas dan bersifat terbatas. Penggunaan kata pakaian baru

dalam iklan Shopee memberikan arti sempit. Maksud dari kata pakaian baru adalah memberikan informasi kepada *customer* bahwa pakaian baru di shopee menyediakan pakaian yang super lengkap modelnya.

### Analisis Diksi Kata Slang

1. Hai sobat Shopee! Dari pada bosan mending kita ngopee dulu yuk! (DKS 2)

Pada data (DKS 2) terdapat pemakaian kata ngopee. Pilihan kata ngopee termasuk kata slang yang memiliki kriteria khas, kata yang digunakan selalu berubah. Penggunaan kata ngopee memberikan arti unik dalam iklan shopee. Maksud dari kata ngopee adalah menghimbau sobat Shopee untuk meminum kopi sambil checkout barang Shopee.

### Analisis Diksi Kata Singkatan

1. Sobat shopee, jangan lewatkan untuk untuk belanja di SMS (Shopee Mantul Sale) mulai tanggal 25-27 Maret! (DKST 6)

Pada data (DKST 6) terdapat pemakaian kata SMS (Shopee Mantul Sale). Pilihan kata SMS (Shopee Mantul Sale). termasuk kata singkatan. Yang memiliki kriteria pemendekan huruf atau gabungan huruf. Penggunaan kata SMS (Shopee Mantul Sale) memberikan arti yang singkat dan padat. Maksud dari kata SMS (Shopee Mantul Sale) adalah mengingatkan sobat Shopee untuk belanja Shopee Mantul Sale SMS (Shopee Mantul Sale).

### Analisis Diksi Kata Asing

1. Flash sale serba seribu hanya di shopee belanja TV show 4.4 sale ! (DKA 5)

Pada data (DKA 5) terdapat kata flash sale. Pilihan kata flash sale termasuk kata asing. Yang memiliki kriteria maknanya tidak berubah dan kata asing berasal dari bahasa sendiri yaitu bahasa Inggris (Soedjito , 2008 : 47). Penggunaan kata flash sale artinya memberikan tawaran harga rendah (diskon) akan tetapi penjualannya berlaku dalam jangka yang sudah ditentukan. Yang memberikan kesan menarik pada iklan Shopee. Maksud dari kata flash sale adalah mempengaruhi pembaca iklan Shopee untuk ikutan flash sale serba seribu.

### Analisis Diksi Kata Populer

1. Voucher berkah wajib klaim sekarang! Klaim voucher-nya di semua toko ! (DKP 1)

Pada data (DKP 1) terdapat kata pemakain kata wajib. Pilihan kata wajib termasuk kata populer. Yang memiliki kriteria dipakai dalam kegiatan sehari-hari dan mudah diketahui oleh masyarakat luas. Penggunaan kata wajib dalam kalimat tersebut memudahkan *customer* dalam memahami yang diiklankan akun Shopee. Bahwa iklan Shopee mengiklankan voucher toko agar dapat potongan harga.

### Analisis Diksi Kata Kajian

1. Nurma, ada bonus komisi 15% untuk member baru yang gabung di timmu! Cek sekarang juga! (DKKN 3)

Pada data (DKKN 3) terdapat pemakaian kata komisi. Pilihan kata komisi termasuk kata kajian. Yang memiliki kriteria dipakai dalam kegiatan ilmiah, hanya dikenal orang tertentu saja. Maksud kata komisi dalam iklan Shopee yaitu menghimbau agar sobat Shopee untuk ikutan shopee bonus dan mendapatkan komisi.

#### Analisis Gaya Bahasa Hiperbola

1. Dapatkan Iphone 13 secara gratis, cukup like dan komen di postingan ini! (GBH 1)

Pada data (GBH 01) terdapat frasa secara gratis. Pilihan frasa secara gratis termasuk gaya bahasa hiperbola. Yang memiliki kriteria yang berlebihan maknanya. Penggunaan kalimat tersebut dalam iklan shopee melebih-lebihkan sifatnya dan meningkatkan kesan terhadap iklan Shopee. Maksud dari arti secara gratis adalah diperoleh secara tidak membayar atau dengan cuma-cuma yang dianggap berlebih-lebihan dalam dunia bisnis. Hal ini wajar karena untuk menarik perhatian sobat Shopee.

#### Analisis Gaya Bahasa Personifikasi

1. Hujan uang dan dapatkan uang tunai puluhan juta rupiah! (GBP 4)

Pada data (GBP 4) terdapat frasa hujan uang. Frasa tersebut merupakan gaya bahasa personifikasi. Yang memiliki kriteria bahwa benda mati seperti hidup dalam kalimatnya. Penggunaan kalimat tersebut memberikan arti bahwa benda mati seolah-olah mempunyai nyawa. Maksud dari kalimat iklan tersebut yaitu tidak akan ada hujan uang, karena uang sifatnya benda mati. Dan untuk menarik perhatian sobat shopee.

#### Analisis Gaya Bahasa Metonomia

1. J&T Expres gratis ongkir se-Indonesia! (GBM 4)

Pada data (GBM 4) terdapat kata J&T Expres. Kata J&T Expres merupakan gaya bahasa metonimia. Yang memiliki kriteria menggunakan kata-kata tertentu (merek, ciri khusus untuk menggantikan nama benda atau barang. Penggunaan kalimat tersebut memberikan kesan yang menarik pada customer, supaya menggunakan jasa J&T Expres dalam mengantar barang atau paket. Dan kata J&T Expres menggantikan nama merek.

#### Analisis Gaya Bahasa Retorika

1. Sobat Shopee, siapa yang mau uang jutaan rupiah? (GBR 1)

Pada data (GBR 1) terdapat kalimat siapa yang mau uang jutaan rupiah? Kalimat tersebut merupakan gaya bahasa retorika. Yang memiliki kriteria pertanyaan yang jawabannya sudah jelas diketahui. Penggunaan

kalimat tersebut memberikan gambaran yang luas pada *customer*, supaya *customer* tergiur atau minat dalam yang diiklankan.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat jenis diksi pada iklan akun instagram Shopee, antara lain diksi kata umum, kata khusus, kata singkatan, kata asing, kata slang, dan kata populer. Terdapat jenis gaya bahasa pada iklan instagram shopee antara lain gaya bahasa hiperbola, gaya bahasa personifikasi, gaya bahasa metonomia dan gaya bahasa retorika.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrizal. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers
- Mastoyo, Tri Jati Keuma. 2007. *Pengantar Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Carasvatibooks.
- Moleong, J. Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, J. Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasional, Farma di Televisi, Eni Jauharotunnisak, Pendidikan Bahasa dan Sastra. "Diksi dan Gaya Bahasa Iklan Produk Unilever dan Kalbe"
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tarigan, H.G. 2013. *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.