



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 8118-8130

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Penggunaan Abreviasi Pada Iklan Perdagangan Elektronik (*E-Commerce*) Di Instagram Dan Rekomendasinya Sebagai Media Pembelajaran Teks Iklan di SMP

Dwi Astuti^{1✉}, Dewi Herlina Sugiarti², Suntoko³

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: 1910631080069@student.unsika.ac.id^{1✉}

Abstrak

Abreviasi merupakan bentuk pemendekan kata yang menghasilkan susunan kata baru yang lebih singkat. Terdapat lima jenis abreviasi yang diklasifikasikan oleh Kridalaksana, di antaranya yaitu singkatan, akronim, kontraksi, penggalan, dan lambang huruf. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana jenis dan proses abreviasi yang digunakan dalam unggahan iklan instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini mengacu pada teori abreviasi yang dikembangkan oleh Kridalaksana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk pemendekan kata (abreviasi) yang ditemukan pada iklan unggahan akun instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia sebanyak 207 data, terhitung dalam unggahan Januari sampai Maret 2023. Jenis abreviasi yang paling banyak digunakan yaitu bentuk singkatan, dibandingkan dengan jenis lainnya. Sedangkan proses abreviasi yang ditemukan pada iklan unggahan akun instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia sebanyak 26 proses.

Kata Kunci: *abreviasi, lazada, proses, shopee, tokopedia.*

Abstract

Abbreviations are a form of shortening words that produce new, shorter word arrangements. There are five types of abbreviations classified by Kridalaksana, including abbreviations, acronyms, contractions, fragments, and letter symbols. This study aims to examine how the types and processes of abbreviations are used in uploading Shopee, Lazada and Tokopedia Instagram advertisements. The approach used in this research is qualitative with descriptive method. This study refers to the abbreviation theory developed by Kridalaksana. The results showed that there were 207 data shortening forms (abbreviations) found in Instagram upload ads for Shopee, Lazada and Tokopedia accounts, counted from January to March 2023 uploads. The most widely used type of abbreviation is the abbreviation form, compared to other types. While the abbreviation processes found in Instagram upload ads for Shopee, Lazada and Tokopedia are 26 processes.

Keyword: *abbreviation, lazada, process, shopee, tokopedia.*

PENDAHULUAN

Perdagangan elektronik atau dikenal dengan istilah *e-commerce*, adalah kegiatan jual beli secara online melalui platform digital. *E-commerce* telah mengubah cara individu terlibat dalam transaksi komersial dengan menyederhanakan dan meningkatkan prosesnya. Pengusaha kecil dan menengah dapat dengan mudah mempromosikan produk mereka dan mencapai pelanggan yang lebih luas.

Kemajuan teknologi juga telah mempengaruhi pemasaran dan periklanan. Iklan tidak lagi terbatas pada media konvensional seperti cetak, televisi, dan radio. Dengan kemajuan teknologi, iklan dapat mengambil berbagai bentuk yang mudah diakses oleh konsumen. Internet memungkinkan konsumen mencari informasi produk, membaca review, membandingkan harga, dan melakukan riset sebelum melakukan pembelian.

Pemasaran digital yang marak memanfaatkan platform online, termasuk media sosial seperti Instagram, untuk mempromosikan produk secara efektif. Instagram berfungsi sebagai alat yang kuat untuk menampilkan produk secara visual dan menarik minat pelanggan potensial. Dengan fitur periklanan yang tersedia, para pemasar dapat membuat iklan menarik dan imajinatif yang memamerkan produk mereka dengan cara yang menawan dan membangkitkan minat beli.

Selain dampak visual, penggunaan bahasa dalam iklan juga berperan penting dalam menyampaikan tujuan pemasaran secara efektif. Bahasa periklanan yang efektif harus menarik perhatian, membangkitkan minat, dan mendorong konsumen potensial untuk mengambil tindakan. Abreviasi merupakan salah satu elemen bahasa yang sering

digunakan dalam iklan untuk memberikan kesan modern, ringkas, dan membangun identitas merek yang khas. Menurut Kridalaksana (2009:159), abreviasi merupakan bentuk pemendekan kata yang menghasilkan susunan kata baru yang lebih singkat.

Pemanfaatan abreviasi secara konsisten dalam iklan dapat memperkuat pengenalan merek dan memungkinkan konsumen mengidentifikasi merek dengan cepat. Namun, penggunaan abreviasi perlu dilakukan dengan hati-hati agar tidak menghambat pemahaman konsumen atau menyebabkan kebingungan.

Analisis penggunaan abreviasi dalam iklan penting untuk memahami pembentukannya, makna yang terkandung, dan dampaknya terhadap efektivitas komunikasi dan pemasaran produk. Penelitian ini juga dapat menjadi panduan kreatif bagi pemasar dalam merancang iklan yang inovatif dan memanfaatkan potensi penuh dari abreviasi.

Adapun subjek iklan yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dalam penelitian ini terdapat pada beberapa *e-commerce*, di antaranya yaitu shopee, lazada, dan tokopedia. Selain banyak dikenal oleh masyarakat, pemilihan *e-commerce* tersebut didasarkan pada kriteria analisis yang telah peneliti tentukan sebelumnya. Iklan yang dianalisis diambil dari masing-masing akun instagram *e-commerce* tersebut.

Kesimpulannya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan abreviasi dalam iklan perdagangan elektronik di Instagram dan merekomendasikan penggunaan abreviasi sebagai media pembelajaran teks iklan di SMP. Adapun media pembelajaran yang dihasilkan yaitu media audio visual, berupa video animasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif. Berdasarkan perspektif Sugiyono (2013:09), Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk menyelidiki objek penelitian dalam kondisi alamiah (berbeda dengan eksperimen). Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai alat utama dalam mengumpulkan data.

Dengan demikian, pendekatan kualitatif cocok digunakan dalam penelitian ini. Karena dalam penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana bentuk penggunaan abreviasi pada iklan perdagangan elektronik *e-commerce* yang terdapat di instagram, dengan mendeskripsikan jenis dan prosesnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga akan menjelaskan bagaimana rekomendasi media pembelajaran teks iklan di SMP.

Penggunaan metode dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif, karena menghasilkan data berupa deskripsi yang berwujud kosa kata. Menurut Sugiyono

(2013:147), metode deskriptif adalah teknik penelitian yang digunakan untuk menggambarkan fenomena atau objek penelitian secara sistematis dan menyeluruh. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, dokumentasi, dan simak catat. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan mengacu pada teori Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013:246) yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Berdasarkan data yang diperoleh dari unggahan instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia pada bulan Januari sampai Maret 2023 terkait penggunaan kata abreviasi, menghasilkan sebanyak 207 data. Berdasarkan jumlah masing-masing data yaitu Shopee dengan jumlah 77 data, Lazada 50 data dan Tokopedia dengan 80 data abreviasi. Hasil tersebut diperoleh berdasarkan pengidentifikasian data yang dilakukan secara berulang oleh peneliti. Jumlah data tersebut agar lebih jelas diuraikan dalam tabel berikut.

No.	-commerce	Januari	Februari	Maret	Jumlah
1.	Shopee	45	18	14	77
2.	Lazada	18	17	15	50
3.	Tokopedia	33	31	16	80
	Jumlah				207

1. Jenis Abreviasi Dalam Unggahan Akun Instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia.

Hasil analisis menunjukkan penggunaan abreviasi setiap *e-commerce* yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan prosesnya. Adapun jumlah dari pengklasifikasian jenis abreviasi dapat dilihat lebih jelas pada tabel berikut.

No.	Jenis Abreviasi	Shopee	Lazada	Tokopedia	Jumlah
1.	Singkatan	42	30	53	125
2.	Akronim	3	2	5	10
3.	Kontraksi	13	12	6	31
4.	Penggalan	8	5	10	23
5.	Lambang huruf	11	1	6	18

Berdasarkan tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan singkatan lebih dominan, baik pada unggahan iklan instagram Shopee, Lazada, maupun Tokopedia. Terlihat juga bahwa pada rentang waktu Januari sampai Maret 2023, penggunaan jenis singkatan oleh Tokopedia lebih banyak dibandingkan dengan Shopee dan Lazada dalam unggahan Instagramnya. Sedangkan jenis abreviasi yang paling sedikit digunakan dari ketiga e-commerce tersebut yaitu jenis akronim. Pada penggunaan kontraksi dan penggalan terlihat seimbang diantara ketiganya, dan pada jenis lambang huruf yang paling sedikit menggunakan yaitu Lazada.

2. Proses Abreviasi Dalam Unggahan Akun Instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia.

Proses abreviasi yang terdapat pada iklan unggahan akun instagram *e-commerce* Shopee, Lazada, dan Tokopedia pada rentang waktu bulan Januari sampai Maret 2023, dari 207 data ditemukan sebanyak 26 proses abreviasi. Adapun proses tersebut diklasifikasikan berdasarkan jenis abreviasi, sebagai berikut.

- a. Abreviasi jenis singkatan, ditemukan sebanyak 12 proses yaitu: (1) pengekalan huruf pertama tiap komponen, (2) pengekalan huruf pertama dengan pelepasan penjungsi, preposisi, duplikasi, dan artikulasi kata, (3) pengekalan huruf pertama dengan bilangan berulang, (4) pengekalan dua huruf pertama dari kata. (5) pengekalan tiga huruf pertama dari sebuah kata, (6) pengekalan empat huruf pertama dari suatu kata. (7) pengekalan huruf pertama dan huruf terakhir kata. (8) pengekalan huruf pertama dan huruf ketiga, (9) pengekalan huruf pertama kata pertama dan huruf pertama kata kedua dari gabungan kata, (10) pengekalan huruf pertama suku kata pertama dan huruf pertama dan terakhir suku kata kedua dari suatu kata, (11) pengekalan huruf pertama dari tiap suku kata, (12) pengekalan huruf yang tidak beraturan.
- b. Abreviasi jenis akronim dan kontraksi, ditemukan sebanyak 6 proses yaitu: (1) pengekalan suku pertama tiap komponen, (2) suku pertama komponen pertama dan pengekalan kata seutuhnya, (3) pengekalan tiga huruf pertama tiap komponen. (4) pengekalan dua huruf pertama komponen pertama dan tiga huruf pertama komponen kedua, (5) pengekalan berbagai huruf dan suku kata yang sukar dirumuskan, (6) pengekalan huruf pertama tiap komponen.
- c. Abreviasi jenis penggalan, ditemukan sebanyak 5 proses yaitu: (1) pengekalan suku kata pertama dari suatu kata, (2) pengekalan suku terakhir suatu kata, (3) pengekalan tiga huruf pertama dari suatu kata, (4) pengekalan empat huruf pertama dari suatu kata, (5) pelepasan sebagian kata.
- d. Abreviasi jenis lambang huruf, ditemukan sebanyak 3 proses, (1) pengekalan huruf pertama, (2) pengekalan huruf pertama dan komponen gabungan, (3) lambang huruf

yang menyatakan uang.

B. Pembahasan

A. Singkatan

Berdasarkan hasil yang dianalisis peneliti, temuan jenis abreviasi singkatan pada unggahan *e-commerce* Shopee sebanyak 42 data. Sedangkan di Lazada terdapat 30 data singkatan dan Tokopedia sebanyak 53 data singkatan. Jenis abreviasi singkatan ini paling banyak digunakan daripada jenis lainnya. Adapun beberapa data yang telah ditemukan sebagai berikut.

a) Shopee

(1) "Ramadhan 1444 H"

S/23/03/23(G03)

(2) "Shopee COD bayar langsung ditempat"

S/09/01/23(V01)

Sesuai dengan pengertiannya, singkatan merupakan bentuk pemendekan kata yang diperoleh dengan menghapus sebagian atau gabungan kata, sehingga menjadi lebih pendek yang diucapkan dengan cara membaca huruf-huruf yang terdapat dalam singkatan tersebut, biasanya secara individual. Berdasarkan pengertian dari singkatan, data (1) H merupakan singkatan dari *Hijriah* yang biasanya digunakan untuk menyatakan penanggalan dalam agama islam.

Data (2) COD merupakan singkatan dari *Cash On Delivery* berasal dari bahasa inggris yang berarti bayar di tempat. Singkatan COD saat ini umum digunakan dikalangan masyarakat. Walaupun dari bahasa asing, singkatan COD tertera dalam kamus abreviasi yang peneliti gunakan sebagai dasar acuan analisis. Namun singkatan COD ini tidak tertera dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), akan tetapi sangat populer di kalangan masyarakat terutama dalam dunia *e-commerce*.

b) Lazada

(3) "Bisa DP dulu juga!"

L/02/02/23(V03)

(4) "OOTD jeans jaman now"

L/09/02/23(G01)

Data (3) DP merupakan singkatan dari *Down Payment* yang biasa digunakan di kalangan masyarakat sebagai istilah uang muka. Data (4) OOTD merupakan singkatan dari *Outfit Of The Day*. Singkatan tersebut populer di kalangan masyarakat saat ini, terutama remaja. Kata OOTD biasa digunakan oleh seseorang untuk menunjukkan hasil karya dari *fashion* yang dipakainya.

c) Tokopedia

(5) "Mulai investasi SBN"

T/04/02/23(V02)

(6) "CCTV tanpa kabel"

T/20/02/23(V02)

Berdasarkan pengertian dari singkatan, kutipan data di atas merupakan jenis abreviasi singkatan. Data (5) SBN merupakan singkatan dari *Surat Berharga Negara*. Data (6) CCTV merupakan singkatan dari *Closed Circuit Television*, sebuah sistem pengawasan berupa kamera video yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini.

Berdasarkan uraian deskripsi beberapa kutipan data yang terdapat pada unggahan akun instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia di atas dapat disimpulkan bahwa data tersebut merupakan singkatan. Pengklasifikasian ini didasarkan pada teori yang digunakan dan analisis yang dilakukan secara berulang oleh peneliti. Sesuai dengan pengertiannya, singkatan secara umum cara membacanya dieja per huruf, individual. Misalnya pada kata DKI, cara membacanya dieja per huruf, yaitu [de-ka-i], tidak bisa dibaca menyambung sebagai kata utuh.

Namun dalam pengertiannya, singkatan tidak harus dilafalkan dengan ejaan per huruf. Adapun singkatan yang tidak dilafalkan perhuruf, contohnya "bpk", "jgn", "skrg". Beberapa contoh tersebut tidak bisa dilafalkan perhuruf, melainkan tetap dilafalkan secara utuh. Beberapa data yang dideskripsikan di atas sudah cukup mewakili dari semua data singkatan yang dikumpulkan. Karena data tersebut mengalami berbagai macam proses pengejalan dalam singkatan yang berbeda.

B. Akronim

Berdasarkan data hasil analisis yang telah dikasifikasikan peneliti, jenis abreviasi akronim ini paling sedikit ditemukan di antara yang lainnya. Data hasil analisis pengklasifikasian akronim pada unggahan iklan Shopee di instagram ditemukan sebanyak 3 data. Sedangkan pada unggahan iklan Lazada ditemukan sebanyak 2 data, dan Tokopedia sebanyak 4 data. Adapun beberapa data yang termasuk ke dalam jenis akronim yaitu sebagai berikut.

a) Shopee

(7) "Pk. 00:00 WIB"

S/01/01/23(G02)

Sesuai dengan pengertiannya, akronim merupakan salah satu bentuk hasil pemendekan kata dengan cara menggabungkan huruf dari beberapa kata sehingga dapat dibaca secara wajar dalam suatu kata. Data (7) WIB merupakan abreviasi jenis

akronim karena merupakan penggabungan dari beberapa huruf yang dapat dilafalkan secara wajar. WIB merupakan akronim dari *Waktu Indonesia Barat*, salah satu dari tiga zona waktu yang digunakan di Indonesia.

b) Lazada

(8) "Ikutan di acara MUA masterclass ini?"

L/16/02/23(G01)

Data (8) MUA merupakan singkatan dari *Make Up Artist*, suatu profesi yang bekerja dalam merias wajah. Abreviasi tersebut dikategorikan sebagai akronim karena dapat dibaca secara wajar, dengan proses pengekelan huruf pertama tiap komponen. Walaupun terkadang ada beberapa yang melafalkan dengan mengeja perhuruf, namun berdasarkan proses dan pengertian akronim itu sendiri, peneliti mengklasifikasikannya ke dalam jenis akronim. Berdasarkan contoh dalam kamus abreviasi yang dijadikan sebagai acuan analisis, kata "MUI" (Majelis Ulama Indonesia) termasuk ke dalam jenis akronim. Maka dari itu, kata MUA yang pada dasarnya dapat dibaca secara wajar termasuk dalam jenis akronim, sama halnya dengan akronim WIB.

c) Tokopedia

(9) "POV: bapak ada tamu"

T/26/01/23(V04)

Data (9) POV merupakan singkatan dari *Point Of View*. Istilah tersebut digunakan oleh Tokopedia dalam menginterpretasikan maksud suatu hal dari konten unggahan yang dibuat dalam bentuk video.

C. Kontraksi

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, jenis kontraksi yang ditemukan dalam unggahan iklan instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia menduduki urutan kedua paling banyak setelah singkatan. Jenis kontraksi yang ditemukan pada unggahan Shopee dalam rentang waktu Januari sampai Maret 2023 sebanyak 13 data. Sedangkan Lazada dengan 12 data dan Tokopedia sebanyak 6 data. Dalam pengklasifikasian abreviasi jenis kontraksi ini ketiga *e-commerce* tersebut banyak memunculkannya sebagai ciri khas dalam membangun citra merek masing-masing. Beberapa jenis kontraksi tersebut akan diuraikan dalam data kutipan berikut.

a) Shopee

(10) "Gratis ongkir Rp.0"

S/01/01/23(G08)

Kontraksi merupakan cara mempersingkat kata dasar atau gabungan kata dengan menghilangkan satu atau lebih huruf atau suku kata. Berdasarkan pengertian tersebut

maka data kutipan di atas termasuk jenis kontraksi. Data (10) Ongkir merupakan kontraksi dari *ongkos kirim*. Istilah tersebut sangat populer di kalangan masyarakat saat ini, terutama di dalam jual beli online termasuk pemasarannya. Data tersebut termasuk ke dalam abreviasi jenis kontraksi karena terdapat penghilangan suku kata yaitu pada suku kata terakhir tiap komponen.

b) Lazada

(11) "Foto makanan pas bukber"

L/31/03/23(G06)

Berdasarkan hasil analisis yang telah peneliti lakukan secara berulang, kutipan data di atas termasuk ke dalam abreviasi jenis kontraksi. Data (11) Bukber, merupakan jenis kontraksi yang mengalami penghilangan pada suku kata akhir tiap komponen. Adapun proses pembentukannya akan dijelaskan dalam point pembahasan proses abreviasi. [Bukber] merupakan jenis kontraksi dari *buka bersama*.

c) Tokopedia

(12) "Style andalan minto"

T/02/01/23(G03)

(13) "Ikutin ngeprank mia"

T/04/01/23(V01)

Data (12) minto, (13) mia, merupakan jenis kontraksi yang diciptakan oleh Tokopedia sebagai ciri khas. Konten iklan yang dominan dalam unggahan instagram Tokopedia yaitu video. Minto dan mia merupakan tokoh dari konten di dalamnya, yang merupakan kontraksi dari *admin Tokopedia*, [minto] untuk sebutan mimin tokpedia laki-laki, dan [mia] untuk mimin Tokopedia wanita.

D. Penggalan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, jenis penggalan yang ditemukan dalam unggahan iklan instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia sebanyak 23 data. Jenis penggalan yang ditemukan pada unggahan Shopee dalam rentang waktu Januari sampai Maret 2023 sebanyak 8 data. Sedangkan Lazada dengan 5 data dan Tokopedia sebanyak 10 data. Beberapa jenis kontraksi tersebut akan diuraikan dalam data kutipan berikut.

a) Shopee

(14) "4 mar 2023"

S/12/02/23(G04)

Data (14) mar merupakan penggalan dari kata *Maret*, yang merupakan nama bulan. Umumnya penggalan tersebut dapat kita jumpai dalam beberapa kalender

ataupun perangkat seperti handphone, laptop, dan sebagainya, dengan tujuan untuk menghemat ruang.

b) Lazada

(15) "Min Pembelian terendah"

L/06/01/23(V04)

Data (15) Min merupakan penggalan yang seringkali digunakan dalam iklan. Kata min merupakan penggalan dari *minimal*, penggalan tersebut sudah umum diketahui dan digunakan oleh masyarakat, termasuk pemasar dalam memasarkan produknya.

c) Tokopedia

(16) "9 kam"

T/03/01/23(G01)

Data (16) kam merupakan penggalan dari kata *kamis*, yang menunjukkan nama hari. Sama halnya dengan nama bulan, penggalan ini seringkali dijumpai pada kalender ataupun perangkat untuk menghemat ruang dan karakter. Termasuk dalam iklan, yang juga dapat berperan sebagai estetika penulisan dalam desain pengiklanannya.

E. Lambang Huruf

Berdasarkan hasil analisis data, lambang huruf yang diklasifikasikan oleh peneliti pada unggahan instagram Shopee, Lazada, dan Tokopedia terdapat 18 data. Lambang huruf yang paling banyak ditemukan yaitu pada unggahan akun Shopee sebanyak 11 data, Lazada 1 data, dan tokopedi 6 data lambang huruf. Beberapa data diantaranya yaitu sebagai berikut.

a) Shopee

(17) "Mulai dari Rp. 47.167"

S/01/01/23(G02)

(18) "3RB koin Shopee"

S/06/01/23(G05)

(19) "Cashback 3JT"

S/01/01/23(G08)

Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan, data (17) Rp, (18) RB, (19) JT, merupakan abreviasi jenis lambang huruf yang menyatakan uang. Berdasarkan pengertiannya, lambang huruf merupakan suatu bentuk pemendekan kata yang digunakan untuk menggambarkan konsep dasar kuantitas, satuan, atau unsur tertentu sehingga dapat menghasilkan kata yang lebih pendek dan mudah diucapkan. Lambang huruf [Rp] untuk menyatakan *rupiah*, [RB] untuk *ribu*, [JT] untuk *juta*. Beberapa lambang huruf lain yang menyatakan uang dalam unggahan Shopee yaitu [M] milyar, [IDR]

Indonesian Rupiah. Dalam pemasaran iklan *e-commerce* tentunya lambang huruf yang menyatakan uang sering digunakan. Dalam hal ini Shopee tidak selalu menggunakan lambang huruf [Rp] untuk menyatakan rupiah, terkadang menggunakan [IDR].

b) Lazada

(20) "Cukup panjang, sekitar 4,5m"

L/06/02/23(V03)

Terdapat satu lambang huruf dalam unggahan Lazada yaitu [m] yang merupakan lambang huruf yang menyatakan ukuran dari *meter*.

c) Tokopedia

(21) "Rekomendasi hampers imlek dibawah 100K"

T/20/01/23(G01)

Data (21) K merupakan lambang huruf yang menyatakan uang. Lambang huruf [k] berasal dari kata kilo yang dapat menggantikan kata ribu. Dalam unggahan Tokopedia dominan menggunakan lambang huruf [K], namun ada juga beberapa unggahan yang menggunakan [rb].

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diklasifikasikan penulis pada unggahan iklan instagram shopee, lazada, dan tokopedia, penggunaan jenis abreviasi singkatan paling banyak ditemukan di antara ketiga *e-commerce* tersebut. Proses abreviasi yang paling banyak ditemukan yaitu pengekal huruf pertama tiap komponen, karena kemudahan penyusunannya.

Hasil temuan analisis dari penggunaan abreviasi pada ketiga *e-commerce*(shopee, lazada, tokopedia), menunjukkan bahwa terdapat ciri khas dan konsistensi yang menjadi kualitas pengiklanannya. Shopee memiliki ciri khas abreviasi yang menonjol dan paling banyak dibandingkan dengan Lazada, dan Tokopedia. Lazada memiliki konsistensi penggunaan abreviasi yang merupakan bentuk kategori pengiklanan dan program penawaran. Sedangkan, Tokopedia dapat menjaga konsistensi dan ciri khas abreviasi dalam setiap konten pengiklanannya.

Hasil penelitian ini dimanfaatkan sebagai media pembelajaran jenis audio visual berupa video animasi, yang direkomendasikan untuk pembelajaran materi teks iklan kelas VIII SMP.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriasari, A., & Rahmawati, L. E. (2020). Relevansi bentuk abreviasi dalam iklan belanja online dengan PUEBI. Parafrese: Jurnal Kajian Kebahasaan & Kesastraan, 20(1).
- Giantika, G. G. (2019). Pemanfaatan blog pribadi di instagram sebagai media komunikasi parenting (studi deskriptif kualitatif akun Instagram@ annisast). *Komunikasi: Jurnal Komunikasi, 10* (1), 1-9.
- Kartika, D., & Nasucha, Y. (2020). Analisis bentuk singkatan dan akronim pada iklan baris koran Kompas, Solopos, dan Kaltengpos serta implementasinya di SMP Muhammadiyah Pangkalan Bun [Doctoral dissertation, Bahasa dan Sastra Indonesia].
- Khoirunnisa, K. (2021). Pemahaman masyarakat pada penggunaan abreviasi dalam kolom berita pandemi koran digital Jawa Pos edisi Agustus-November 2020 [Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang].
- Kirana, A. P. (2021, December). Abreviasi pada kolom komentar akun Tribunnews di TikTok. In Prosiding Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia (Senasbasa) (Vol. 5, No. 1).
- Kridalaksana, Harimurti. 2009. Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lazada Indonesia. (2023). <https://www.lazada.co.id/>. Diakses pada 25 Juni 2023.
- Martasari, I. (2014). Abreviasi bahasa Indonesia dalam harian Kompas. Skripsi diterbitkan. Yogyakarta: FBS Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muslikah, T. S., Sugiarti, D. H., & Maspuroh, U. (2021). Penggunaan Abreviasi Dalam Halaman Facebook Kementerian Ri Unggahan Edisi Bulan Januari-Mei 2021. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 5*(3), 9973-9982.
- Novitasari, K. (2018). Abreviasi bidang pendidikan dalam buku referensi dan pemanfaatannya sebagai alternatif materi pembelajaran bahasa Indonesia di SMA.
- Reniwati & Noviatrri. (2015). Kamus Abreviasi Bahasa Indonesia. Padang: Lembaga Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (LPTIK) Universitas Andalas.
- Sari, G. A. K. I. (2021). Penggunaan Abreviasi dalam Buku Teks Bahasa Indonesia SMA/MA/SMK/MAK Terbitan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha, 11*(4), 434-446.
- Shasha Dwi Wahyuni, 152050226 (2019). Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online. Skripsi (S1) Thesis, Perpustakaan.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tutik, A. D., Fitriani, N., & Inderasari, E. (2020). Variasi dan fungsi ragam bahasa pada iklan dan slogan situs belanja online Shopee. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 2*(2), 137-148.

- Wahyuni, S. D. (2019). Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online [Doctoral dissertation, Perpustakaan].
- Wibowo, S. E. (2016). Morfologi (Sebuah Pengantar Ringkas). Purwodadi: CV. Sarnu Untung.
- Yulianti, R., & Kustriyono, E. (2021). Abreviasi iklan kecil di koran Suara Merdeka (solusi alternatif materi ajar bahasa Indonesia di SMP). *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 2, 577-584.