

**PENGGUNAAN JARGON OLEH KOMUNITAS PEMASAR
PRODUK *MULTI LEVEL MARKETING GREENLITE*
RDC-009 PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sastra*

**SISKA ANGELINA
05 184 024**



**SASTRA INDONESIA
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2010**

ABSTRAK

Siska Angelina. 2010. "**Penggunaan Jargon oleh Komunitas Pemasar Produk *Multi Level Marketing Greenlite RDC-009 Padang***". Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Andalas Padang. Pembimbing I : Leni Syafyaha, S.S, M.Hum dan pembimbing II : Dra. Efri Yades, M. Hum.

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu jargon-jargon yang digunakan oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite RDC 009 Padang*, faktor situasional yang mempengaruhi penggunaan jargon tersebut, dan jargon-jargon yang mengalami perubahan makna.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan dan menjelaskan jargon-jargon yang digunakan oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite RDC 009 Padang*, mendeskripsikan dan menjelaskan alasan komunitas pemasar produk MLM *Greenlite RDC 009 Padang* menggunakan jargon-jargon tersebut dan faktor-faktor situasional yang mempengaruhi penggunaan jargon oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite RDC 009 Padang*, dan mendeskripsikan dan menjelaskan jargon-jargon yang mengalami perubahan makna.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri atas tiga tahapan strategis dalam pemecahan masalah, yaitu: tahap penyediaan data, tahap analisis data, dan tahap penyajian hasil analisis. Pada tahap penyediaan data, digunakan metode simak dengan teknik dasarnya yaitu teknik sadap dan teknik lanjutannya yaitu teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC) dan teknik Simak Libat Cakap (SLC). Dalam penganalisisan data, digunakan metode padan translasional, padan referensial, dan padan pragmatis dengan teknik dasarnya yaitu teknik Pilah Unsur Penentu (PUP) dan teknik lanjutannya yaitu teknik Hubung Banding Memperbedakan (HBB). Dalam penyajian hasil analisis, metode yang digunakan yaitu metode penyajian informal.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa dalam tuturan komunitas pemasar produk MLM *Greenlite RDC 009 Padang* terdapat jargon. Jargon-jargon yang digunakan pemasar produk MLM tersebut antara lain; *kaki, repeat order, M-CO, tutup poin, distributor, manager, royal crown director, pemain, mobile stockis, upline, closing, training, bonus statement, support system, TOP, SBT, dan indent*. Faktor situasional yang mempengaruhi penggunaan jargon adalah bahasa yang digunakan, waktu, tempat, dan pokok pembicaraan. Di antara keseluruhan jargon-jargon tersebut, terdapat jargon-jargon yang mengalami perubahan makna karena bidang pemakaian, antara lain; *kaki, tutup poin, distributor, ruby manager, emerald manager, diamond director, crown director, dan RCD*.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Greenlite Regional Distributor Center (RDC) 009 Padang merupakan cabang dari *PT. Greenlite International Resources* yang bergerak di bidang pemasaran produk antara lain; berupa produk-produk kesehatan, suplemen ternak, dan pupuk hayati. *PT. Greenlite International Resources* mendistribusikan produk-produk tersebut pada tiap-tiap RDC di Indonesia termasuk *Greenlite RDC 009 Padang*. Kemudian, produk tersebut didistribusikan lagi oleh *Greenlite RDC 009* kepada konsumen. Pemasaran produk ini dilakukan dengan sistem distribusi jaringan atau yang biasa dikenal dengan *Multi Level Marketing (MLM)*.

Selain mendistribusikan produk, *Greenlite RDC 009* juga membuka kesempatan bagi generasi muda yang ingin mengembangkan diri sebagai wirausahawan dengan memberikan pelatihan-pelatihan yang sifatnya menumbuhkan mentalitas pengusaha. *Greenlite RDC 009* membuka pelatihan ini untuk umum dan tidak dipungut biaya dengan segala fasilitas yang ada. *Greenlite RDC 009* mendatangkan pengusaha-pengusaha yang telah berpengalaman sebagai pemateri dalam pelatihan ini. Pelatihan yang diadakan oleh *Greenlite RDC 009* bertujuan untuk mengurangi pengangguran dan agar peserta yang telah diberi bekal jiwa kewirausahaan dapat membuka lapangan kerja sendiri dan menjadi pengusaha tangguh atau dapat juga melibatkan diri sebagai pemasar produk MLM di *Greenlite RDC 009*, sehingga pada akhirnya mengurangi angka pengangguran khususnya di kota Padang. Penyelenggaraan pelatihan mentalitas pengusaha diberikan secara cuma-

cuma. Inilah yang membedakan *Greenlite* RDC 009 dengan MLM lainnya seperti; *Oriflame* dan *Tians*.

Para pemasar produk MLM mencari keuntungan dengan menjual produk yang telah disediakan oleh perusahaan. Selain itu, para pemasar produk MLM juga mengajak orang lain agar ikut menjadi pemasar produk MLM. Semakin banyak orang yang berhasil diajak sebagai pemasar produk MLM, semakin banyak keuntungan yang didapatkan. Untuk itu, seorang pemasar produk MLM memerlukan keterampilan khusus agar dapat mengajak orang sebanyak-banyaknya. Keterampilan itu mereka dapatkan dari seorang pemimpin (*leaders*) melalui pelatihan. *Greenlite* RDC 009 Padang juga mengadakan pelatihan setiap hari. Selain itu, *Greenlite* RDC 009 juga mengadakan presentasi dan pertemuan-pertemuan lainnya.

Orang-orang yang bekerja sebagai pemasar produk MLM di *Greenlite* RDC 009 Padang mengikuti setiap pelatihan maupun pertemuan-pertemuan. Dalam proses pelatihan dan pertemuan yang mereka ikuti tentunya terjadi komunikasi sesama pemasar produk MLM. Komunikasi tersebut tentunya memerlukan media, yakni bahasa.

Bahasa merupakan alat komunikasi yang penting dalam kehidupan manusia. Melalui bahasa, manusia sebagai makhluk sosial dapat berinteraksi dengan manusia lainnya. Bahasa berperan penting untuk menyampaikan segala yang ada dalam pikiran manusia. Oleh karena itu, manusia dituntut untuk dapat menguasai bahasa yang digunakan sebagai alat untuk berinteraksi dengan manusia lainnya.

Bahasa sekelompok orang tertentu dapat memperlihatkan variasi-variasi dari kelompok-kelompok lainnya yang juga merupakan penutur bahasa yang sama. Penutur bahasa tertentu menggunakan bahasa yang hanya dapat dimengerti oleh kelompok bahasa

itu sendiri, sedangkan penutur bahasa di luar kelompok itu tidak dapat memahami bahasa kelompok tersebut. Akan tetapi, bahasa yang digunakan oleh kelompok tertentu ini tidak bersifat rahasia. Salah satu bentuk tuturan yang hanya dimengerti dan dipahami oleh kelompok tertentu saja yaitu tuturan pada komunitas pemasar produk MLM, khususnya tuturan komunitas pemasar produk MLM RDC 009 Padang.

Berdasarkan pengamatan, bahasa yang digunakan oleh para pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang sangat beragam. Salah satu variasi bahasa yang digunakan adalah dalam bentuk jargon. Jargon adalah salah satu bentuk variasi bahasa yang dilihat dari segi pemakaiannya. Menurut Chaer dan Leoni Agustina (1995: 89), jargon adalah variasi sosial yang digunakan oleh kelompok-kelompok sosial tertentu.

Berikut contoh tuturan yang digunakan oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang:

X : Si, alah tigo *kaki* Si kini ko?

'Si, sudah tigakah *kaki* Si sekarang?'

Y : Alun lai Pak, tambahlah ciek lai Pak, duo *kaki* baru.

'Belum Pak, tambahkan satu lagi Pak, baru dua *kaki*.'

X : Kalau soal *kaki* tu aman se tu, jadih ambo tambah, ndak masalah gai tu do.

'Kalau soal *kaki* aman saja, baiklah saya tambah, tidak masalah.'

Pada peristiwa tutur di atas terdapat satu jargon yaitu *kaki*. Penutur (X) menanyakan apakah *kaki* mitra tutur (Y) sudah tiga. Lalu mitra tutur (Y) menjawab

belum, mitra tutur (Y) juga minta kepada penutur (X) untuk menambahkan *kakinya*. Penutur (X) bersedia menambahkan *kaki* mitra tutur (Y).

Jargon *kaki* berasal dari bahasa Indonesia. Masyarakat di luar kelompok pengguna jargon mengenal kata *kaki* dengan makna 'anggota badan yang menopang tubuh dan dipakai untuk berjalan', sedangkan pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang menggunakan kata tersebut dengan makna 'susunan jaringan yang berada di bawah'. Jargon *kaki* mengalami perubahan makna karena adanya perbedaan makna yang sebenarnya dengan makna yang dimaksudkan oleh pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang.

Penggunaan jargon oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang seperti pada peristiwa tutur di atas tidak bersifat rahasia, tetapi masyarakat di luar komunitas penggunaan jargon tersebut tidak dapat memahami kata-kata tersebut. Hal ini disebabkan oleh makna dari kata-kata yang mereka gunakan berbeda dengan makna sesungguhnya. Berdasarkan penjelasan di atas, jargon yang digunakan oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang memiliki keunikan tersendiri, salah satunya yaitu *kaki*. Masyarakat di luar kelompok pengguna jargon mengenal kata *kaki* dengan makna 'anggota badan yang menopang tubuh dan dipakai untuk berjalan', sedangkan pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang menggunakan kata tersebut dengan makna 'susunan jaringan yang berada di bawah'. Oleh karena itu, penulis tertarik ingin mengamati dan mengkaji lebih jauh tentang jargon komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Jargon-jargon yang digunakan dalam tuturan komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang yaitu *kaki, repeat order, M-CO, tutup poin, distributor, manager, royal crown director, pemain, mobile stockis, upline, closing, training, bonus statement, muntaber, rekrut, MLM, demplot, ngedem, multilevel, dedengkot multilevel, Stock Walker (SW), sponsor, jaringan, crossline, leader, edifikasi, consultant, first line, downline, follow up, prospek, duplikasi, demo, jenjang karir, starter pack, support system, TOP, SBT, indent, marketing plan, PV, ruby manager, emerald manager, diamond director, crown director, dan RCD.*
2. Faktor-faktor situasional yang mempengaruhi penggunaan jargon adalah bahasa yang digunakan oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang. Dalam berkomunikasi komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang menggunakan bahasa Indonesia dan Bahasa Minangkabau sebagai bahasa pengantar, sedangkan jargon yang digunakan berasal dari bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Waktu dan lokasi juga mempengaruhi penggunaan jargon. Pokok pembicaraan komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang adalah pembicaraan mengenai perkembangan bisnis, pembicaraan

mengenai bonus, pembicaraan mengenai produk, pembicaraan mengenai motivasi dan pembicaraan mengenai pelatihan.

3. Diantara jargon-jargon yang digunakan oleh komunitas pemasar produk MLM *Greenlite* RDC 009 Padang, terdapat jargon yang mengalami perubahan makna karena perbedaan bidang pemakaiannya. Jargon-jargon yang mengalami perubahan makna yaitu; *kaki, tutup poin, distributor, manager, pemain, upline, muntaber, sponsor, crossline, first line, downline, prospek, support system, ruby manager, emerald manager, diamond director, crown director, dan RCD.*

4.2 Saran

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap dapat membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian terhadap bentuk-bentuk jargon lainnya yang ada pada komunitas-komunitas masyarakat. Selain itu dapat pula dilakukan penelitian jargon dengan menggunakan pendekatan di berbagai bidang linguistik, misalnya kajian semantik. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca, peneliti linguistik, dan para pengkaji jargon khususnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alwasilah, Chaedar. 1985. *Sosiologi Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Aprilyana, Selly. 2005. "Jargon Bboy Pada Komunitas Squardon-B Padang, Suatu Tinjauan Sociolinguistik." *Skripsi*. Padang: Fakultas Sastra Universitas Andalas.
- Bell, Robert T. 1995. *Sociolinguistik Sajian Tujuan, Pendekatan, dan Problem-problemnya, terj.* Abd Syukur Ibrahim. Surabaya: Usaha Nasional.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 1995. *Sociolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 1994. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia, Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2003. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Iqbal, Muhammad. 2006. "Jargon Narapidana di Lembaga Perasyarakatan Kls IIA Padang, Suatu Tinjauan Sociolinguistik." *Skripsi*. Padang: Fakultas Sastra, Universitas Andalas.
- Keraf, Gorys. 1990. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT.Gramedia.
- _____. 1994. *Komposisi*. Jakarta: Nusa Indah.
- Kridalaksana, Harimurti. 1993. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Leader, MLM. 2007. *The Secret Book of MLM*. Surabaya: PT.Menuju Insan Cemerlang.
- M. Echol, John dan Hasan Shadly. 1995. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Nababan, P.W.J. 1993. *Sociolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.