

Konten Marketing pada Akun Instagram @Lazissabilillahcom dalam Penggunaa Bahasa Gaul

Imam Hasan Albasri
IKIP Budi Utomo Malang
santridq19@gmail.com

Rokhyanto
IKIP Budi Utomo Malang
rokhyanto3@gmail.com

Endang Sumarti
IKIP Budi Utomo Malang
endangsumarti@yahoo.com

Abstract: *The focus of the research and how to obtain data from this type of research is called interpretive descriptive research. Of course, the document approach used in this research is to find out that the data is the result of the author's creativity using the media of language that is perpetuated for the sake of evidence. Research related to internet-Instagram accounts that are applied in the form of results of information from the Sabilillahcom Mosque is more appropriate and appropriate if it is called a type of description-type documentation research. The data sources include: items contained in the form of the use of sentences and detailed contextual descriptions of the intentions expressed in the Instagram account. The data sources in this study are Indonesian novel texts, including: (1) to gain a broad understanding of the Instagram account @lazissabilillahcom, (2) to find out the detailed description of sentences (discourse) on the use of contemporary language in marketing content on the Instagram account @ lazissabilillah com. The data collection technique in this study is the analysis of documentary studies (documentary study). Documentary study is a data collection technique by collecting and analyzing written documents. The data collected is data that has a relationship with the analysis that is being studied. From this paper it can be concluded that: The use of modern language is part of familiarity for social contacts with colleagues to make them more intimate. Especially the relationships every day. In general, each informant knows the contemporary language very differently, both in place and in the community. Furthermore, most of the use of slang language is more often mixed between regional languages and Indonesian. There are also slang language terms that are often spoken by young people, so some people are a little confused in responding. The use of language on the sabilillahcom Instagram account is still quite standard, meaning that it is not too difficult for people who read it to understand. Therefore, Instagram is used as a means of information for the Sabilillah Mosque, but also as a means of marketing products.*

Keyword: *konten, marketing, akun, instagram, bahasa*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sekarang sudah memasuki era milenial. Hal itu membuat para praktisi teknologi sudah bersiap-siap menyesuaikan perkembangan, terutama jaringan internet yang menjadi alat atau perangkat untuk bisa menjawab semuanya agar manusia menjadi *gampang* dengan segala urusannya. Internet menjadi jaringan komputer paling luas dan paling besar di dunia ini. Kemajuan di zaman sekarang sangatlah berkembang pesat, khususnya dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. Kini media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah situs website Internet, Facebook, Instagram, Twitter dan lain sebagainya. Berbagai macam informasi dengan mudah kita dapatkan, namun kita sebagai pengguna media sosial harus pintar dalam memilah dan memilih berita yang benar atau tidak benar.

Menurut Beta (2015:5) menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan negatif dari bahasa kekinian (gaul) sebagai berikut : dampak positif ini dapat dilihat penggunaan bahasa gaul banyak digunakan di kalangan remaja. Namun, penggunaan bahasa gaul ini digunakan pada situasi yang tepat akan memberikan manfaat mengenai pembaruan bahasa yang muncul nantinya. Adapun dampak negatif, penggunaan bahasa gaul dapat mempersulit pengguna bahasa Indonesia dengan baik dan benar.

Pada hal di sekolah atau di tempat kerja, diharuskan untuk selalu menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Terkait dengan Bahasa kekinian dapat mengganggu siapapun yang membaca dan mendengar kata-kata yang termasuk di dalamnya. Karena itu, tidak semua orang mengerti akan maksud dari bahasa kekinian tersebut. Terlebih lagi dalam bentuk tulisan, sangat membingungkan dan memerlukan waktu yang lebih banyak untuk memahaminya.

Berkaitan dengan teknologi tidak ada yang lebih revolusioner daripada munculnya jaringan komunikasi seperti whatsapp, facebook, dan instagram. Oleh karena, maraknya penggunaan media sosial, individu yang berbeda dan berbagai aspek masyarakat telah terpengaruh secara signifikan, terutama zaman modern atau abad 21 (milenial) ini. Media sosial telah menjadi media pilihan di seluruh dunia dan memengaruhi perilaku konsumen.

Menurut Wiridjati dan Roesman (2018) menyatakan melalui media sosial, Anda dapat menerima informasi nyata dari seluruh dunia kapan saja melalui berbagai perangkat elektronik, seperti komputer atau ponsel, tanpa batasan waktu, dan memungkinkan pelanggan untuk membandingkan dan berinteraksi, sehingga efektif melakukan komunikasi dua arah.

Menggunakan media sosial merupakan cara yang hemat biaya untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mempromosikan merek Anda, dan pada akhirnya menghasilkan pendapatan (Salsabila dan Nurdasila, 2019). Media sosial mencerminkan berbagai sumber informasi online baru yang dibuat

dan digunakan oleh konsumen dengan tujuan saling mendidik tentang produk, merek, layanan, kepribadian, dan masalah terkait (Tjiptono, 2019).

Dari sebanyak delapan persen pengguna internet, pengguna internet menggunakan internet sebagai alasan nomor satu untuk mencari informasi, dan media sosial yang sering digunakan adalah whatsapp, instagram, facebook dan tiktok. Dari data di atas terlihat bahwa tingkat penggunaan media sosial di Indonesia sangat tinggi, hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sudah terbuka terhadap keberadaan media sosial.

Salah satu media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia adalah Instagram. Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana informasi saja, melainkan juga sebagai sarana memasarkan sebuah produk. Beragamnya penggunaan Instagram juga mengharuskan para pembuat konten untuk terus mengikuti jaman dalam pembuatan kontennya dan tentu akan disesuaikan juga dengan kebutuhan atau kegunaan kontennya.

Tentunya bahasa yang digunakan untuk membuat sebuah konten akan sangat beragam. Para pembuat konten tentunya akan menyesuaikan penggunaan Bahasa yang digunakan dengan apa yang sedang tren saat itu atau bisa juga kita sebut dengan Bahasa gaul. Tidak terkecuali akun Instagram @lazissabilillahcom. Akun ini merupakan akun yang digunakan oleh Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shodaqoh Sabilillah untuk menyampaikan informasi kegiatan dan mengkampanyekan penggalangan dana. Oleh karena itu kami tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Konten Marketing Pada Akun Instagram@Lazissabilillahcom Dalam Sebuah Penggunaan Bahasa Kekinian*.

Dari luasnya permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka perlu dibatasi agar fokus penelitian terjabarkan dan terinci terkait dengan akun Instagram@lazissabilillahcom, yakni: memakmurkan Masjid dan Mengoptimalkan fungsi masjid sebagai sarana pemberdayaan umat dan pelayanan umat; memudahkan para Muzakki menunaikan kewajiban berzakat; menyalurkan dana zakat, infaq, shodaqah yatim, wakaf, dan fidyah.

Dalam artikel ini, perlu pembatasan masalah dengan harapan kajian ini agar bisa terfokus dalam permasalahan yang akan menghasilkan penjabaran yang lebih rinci dan mendalam.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka fokus penelitian yang akan di bahas adalah sebagai berikut: (1) Bagaimanakah wujud dari akun Instagram @lazissabilillahcom, dan (2) Bagaimanakah jabaran penggunaan Bahasa kekinian dalam konten marketing pada akun Instagram @lazissabilillahcom.

Tujuan dari penelitian ini jelas agar terjabarkan tujuan penelitian yang akan dibahas sebagai berikut: (1) untuk memperoleh pemahaman secara luas tentang wujud akun Instagram @lazissabilillahcom, (2) untuk mengetahui hasil jabaran secara rinci kalimat penggunaan Bahasa kekinian dalam konten marketing

pada akun Instagram @lazissabilillahcom.

METODE

Fokus penelitian ini berjenis deskriptif interpretatif. Tentu saja yang digunakan pendekatan dokumen dalam penelitian ini untuk mendapatkan bahwa data merupakan hasil kreativitas pengarang dengan menggunakan media bahasa yang diabadikan untuk kepentingan bukti. Penelitian yang berkaitan dengan akun-internet-intagram yang teraplikasi berupa hasil sebuah informasi dari Masjid Sabilillah ini lebih tepat dan sesuai jika disebut dengan jenis penelitian dokumentasi berjenis deskripsi. Sumber datanya meliputi: item-item yang terdapat dalam wujud penggunaan kalimat dan jabaran konteks secara rinci maksud yang terpaparkan di akun intagram. Sumber data dalam penelitian ini yakni teks novel Indonesia antara lain: (1) untuk memperoleh pemahaman secara luas tentang wujud akun Instagram @lazissabilillahcom, (2) untuk mengetahui hasil jabaran secara rinci kalimat konteks penggunaan Bahasa gaul dalam konten marketing pada akun Instagram @lazissabilillahcom.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni analisis studi dokumenter (documentary study). Studi dokumenter merupakan merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen tertulis. Data yang dikumpulkan adalah data yang memiliki hubungan dengan analisis yang menjadi kajian..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wujud dan Konteks Penggunaan Bahasa Kekinian Dalam Konten Marketing Pada Akun Instagram, sebagai berikut:

Gmbr	Wujud teks	konteks
1	Awas!! Bulan ini, musim qurban jangan cuma beli areng aja!!	<p>Pemberitahuan dari Masjid Sabilillah bahwa bulan ini persiapan untuk berqurban, Jangan hanya beli areng saja untuk barar-bakar.</p> <p>Proses penyembelihan hewan kurban yang disaksikan banyak orang mungkin membuat tidak nyaman bagi mereka yang mencintai hewan atau mereka yang tidak makan daging hewan. Kurban adalah ibadah sunnah muakkad, artinya sunnah yang sangat di anjurkan kepada umat islam yang memiliki kemampuan berkorban. Hewan yang di sembelih sebagai kurban di Indonesia umumnya sapi, kambing atau domba. Penyembelihan hewan kurban secara konvensional tidak bisa disubstitusi dalam bentuk lain, sekalipun dengan nilai yang lebih tinggi.</p>

2	Galau? Mengeluh di medsos, baca doa	<p>Sebuah saran atau himbauan apabila sedang sedih atau risau hati ini, disarankan agar berdoa, supaya hati tenang</p> <p>hidup sarat dinamika. Sekali waktu senang dan penuh canda tawa, namun tidak lama akhirnya dirundung duka. Dalam jenuh, kalut, sedih dan sejenisnya, hendaknya kaum muslimin tetap tenang. Tidak melakukan hal yang membahayakan diri sendiri, termasuk melanggar hukum. Percayalah, tidak ada ketenangan yang dibalut dengan Tindakan negatif. Sahabat sabilillah disarankan untuk membaca doa tersebut agar diberi ketenangan batin dan pikiran.</p>
3	Hai mblo! Nikah adalah satu potongan kenikmatan surga	<p>Pernikahan adalah jalan untuk mewujudkan salah satu tujuan asasi dari syari'at islam yaitu menjaga nasab, karena dengannya terbentuklah sarana penting guna memelihara manusia agar tidak terjatuh dalam perkara yang diharamkan Allah seperti zina, homoseksual, dan Nabi Muhammad menganjurkan umat muslim yang sudah mampu dan siap secara lahir dan batin untuk segera menikah.</p>
4	Zakat Video Call	<p>Zakat, gampang di Masjid Sabilillah. Sebuah pemberitahuan dari Masjid Sabilillah bahwa bulan ini persiapan untuk berqurban "Zakat Video Call" atau secara bahasa yang benar, bila mau berzakat cukup video call saja tidak harus datang ke masjid Sabilillah apabila repot. Berkaitan dengan konteks tentang pemberitahuan berqurban dari masjid Sabilillah itu sangat penting sebab masjid itu tempat dan letaknya sangat strategis. Banyak jamaah yang sholat di situ.</p> <p>Antusias dengan Coldplay saat ini, terutama tiketnya, karena Coldplay akan melakukan konser di Indonesia. Banyak orang yang menunggu konser Coldplay di Indonesia, juga berebut tiket. Menurut Wikipedia, Coldplay, band rock asal Inggris yang dibentuk pada 1997, akan menggelar konser di Indonesia. Saat ini menampilkan Chris Martin</p>

		<p>pada vokal, Jonny Buckland pada gitar, Guy Berryman pada bass, Will Champion pada drum dan perkusi, dan Phil Harvey sebagai direktur kreatif.</p> <p>Coldplay dianggap sebagai salah satu band paling berpengaruh di abad ke-21, dengan Forbes mendeskripsikan mereka sebagai standar untuk kancah music alternatif saat ini. Terlepas dari popularitas dan pengaruhnya, coldplay telah mendapatkan reputasi sebagai ikon music yang terpolarisasi.</p> <p>Postingan di atas lazissabilillah bertujuan untuk mendorong semangat berqurban yang sama dengan semangat menonton konser coldplay sebagai acuan sahabat sabilillah untuk bisa berqurban di tahun ini, Idul Fitri 10 Zulhijjah juga dikenal sebagai Idul Kurban. Pasalnya, pada tanggal 10 Zulhijjah dan Tasyrik (tiga hari setelah Idul Fitri atau 11, 12 dan 13 Zulhijjah), umat Islam di seluruh dunia menyembelih hewan kurban.</p>
5	<p>Kamu Nanyea? Gimana caranya mengelola Uang sesudah Gajian biar tambah berkah?</p>	<p>Sebuah pemberitahuan dari Masjid Sabilillah bagaimana cara mengelola uang gajian.</p> <p>Pasti kalian sudah tidak asing dengan kata-kata 'kamu nanya, biar aku kasih tau ya'. Ini merupakan kalimat andalan TikTokers Alif Cepmek yang viral di media sosial. Bahkan kata-kata 'kamu nanya, biar aku kasih tau ya' ini banyak digunakan di kehidupan sehari-hari. Beberapa artis juga mengikut tren ini, terutama saat TikTokers Alif Cepmek sudah mulai diundang diberbagai acara televisi. Maka dari itu lazissabilillah meniru kata-kata tersebut untuk mengelola uang sesudah gajian biar tambah berkah? Salah satu caranya menyisihkan uang tersebut untuk investasi jangka panjang biar ngga bingung, menyisihkan untuk kebutuhan bulanan dan untuk healing di akhir pekan misalnya. Dan lazissabilillah juga tidak lupa menginfokan 2,5 % untuk zakat, infaq atau sedekah buat bekal di akhirat..</p>

5	<p>Tak kasih info maseeee Bayar: zakat, infaq, shodaqoh, fidyah</p>	<p>Pemberitahuan mengenai pembayaran zakat, infaq, shodaqoh dan fidyah</p> <p>Sebuah pemberitahuan Lazissabilillah menginfokan kepada seluruh sahabat sabilillah tentang pembayaran zakat, infaq, shodaqoh dan fidyah. Masjid Sabilillah sarana untuk menyalurkan zakat, infaq, shodaqoh, dan fidyah bagi masyarakat yang menyalurkannya.</p>
---	--	---

PENUTUP

Dari tulisan ini dapat diambil simpulan bahwa: Penggunaan bahasa gaul bagian dari keakraban untuk kontak sosial dengan teman sejawat agar lebih akrab. Terutama jalinan relasi setiap hari. Pada umumnya, setiap informan mengenal bahasa gaul sangat berbeda-beda baik tempat dan komunitasnya.

Selanjutnya, bagian besar penggunaan bahasa gaul lebih sering digunakan *campur-aduk* antara bahasa daerah dengan bahasa Indonesia, Terdapat pula istilah-istilah bahasa gaul yang sering diucapkan oleh anak muda, sehingga bagi sebagian orang agak sedikit bingung dalam merespon.

Penggunaan bahasa di akun Instagram sabilillahcom ini masih tergolong standar, artinya tidak terlalu sulit untuk dicerna bagi orang yang membacanya. Oleh karena, instagram itu digunakan sebagai sarana informasi bagi masjid sabilillah, tetapi juga sebagai sarana pemasaran produk-produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Jurnal: Paradigma, Volume 2, Nomor 1, Halaman 1-15.
Swandy, Eduardus. 2017. "Bahasa Gaul Remaja dalam Media Social Facebook".
- Jurnal: Bastra volume 1 nomor 4, halaman 1-4.
Oktaviani, Femi. 2014. "Hubungan Antara Penggunaan Bahasa Gaul dengan Keterbukaan Komunikasi di Kalangan Siswa". Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi. JIKA. Volume.1 No.1, halaman 4-5.
- Kamus Bahasa Indonesia. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa UNIB 2015, halaman 2-5. Hilaliyah, Hilda. 2010. "Maraknya Penggunaan Bahasa Gaul di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Atas". Dalam Jurnal: Dieksis Vol. 02 No. 01 Januari - Maret 2010, halaman 2.
- Rahayu, Arum Putri. 2015. "Menumbuhkan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar dalam Pendidikan dan Pengajaran".
- Salsabila dan Nurdasila. 2019. Model/Purwarupa/Desain/Karya Seni/Rekayasa Sosial. 8 Buku Ajar (ISBN). Jakarta: Penerbit Andi.
- Sari, Beta Puspa. 2015. Dampak Penggunaan Bahasa Gaul di Kalangan Remaja Terhadap Bahasa Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa: Prinsip,*

Penerapan, Penelitian (Edisi Terbaru).
Malaysia: Penerbit Andi.

Wibowo, Wahyu. 2003. *Manajemen Bahasa*. Jakarta: Gramedia Tim Penyusun. 2008.

Wiridjati, W., & Roesman, R. R. (2018). Fenomena Penggunaan Media Sosial dan Pengaruh Teman Sebaya Pada Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 275. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.2950>

<https://kumparan.com/isra-harahap/penggunaan-bahasa-gaul-di-kalangan-remaja-1wicv5L2VZn>