

Analisis Makna Deiksis dalam Pesan di *Platform E-Commerce* Shopee

Indriyani¹

Dwi Lutfiah Aini²

Vara Agitya Eka Prawita³

Dase Erwin Juansah⁴

Dodi Firmansyah⁵

¹²³⁴⁵Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

¹2222230085@untirta.ac.id

²2222230092@untirta.ac.id

³2222230093@untirta.ac.id

⁴daseerwin77@untirta.ac.id

⁵dfirmansyah@untirta.ac.id

Abstrak

Bahasa berfungsi sebagai media vital dalam menyampaikan pesan dan merupakan objek kajian linguistik, khususnya pragmatik, yang mempelajari makna berdasarkan konteks, di mana deiksis memiliki peran krusial dengan acuannya yang berubah sesuai situasi tutur. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk serta menganalisis kesalahan penggunaan deiksis dalam komunikasi digital di platform e-commerce Shopee melalui metode deskriptif kualitatif, menganalisis data tekstual dari percakapan penjual dan pembeli yang dikumpulkan via dokumentasi dan observasi nonpartisipatif, dengan fokus pada deiksis persona, tempat/ruang, dan waktu. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan deiksis dalam interaksi Shopee sering mengalami pergeseran makna akibat perbedaan konteks partisipan, sehingga ditemukan tiga bentuk utama deiksis yang menimbulkan ambiguitas pragmatik karena penutur kurang mempertimbangkan konteks komunikasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya kesadaran konteks dalam penggunaan deiksis untuk mencapai efektivitas komunikasi digital, sekaligus berkontribusi pada pengembangan kajian pragmatik modern dengan memperluas analisis deiksis ke ranah e-commerce.

Kata Kunci: Makna *Deiksis*, *Shopee*, *Platform E-commerce*

Pendahuluan

Penutur menggunakan bahasa untuk menyampaikan informasi kepada lawan tuturnya. Bahasa berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan dari penutur kepada pendengar. Selain berperan sebagai alat komunikasi, bahasa juga perlu dipelajari karena termasuk bidang ilmu. Mempelajari dan mengkaji bahasa merupakan hal penting bagi manusia, sebab secara tidak langsung upaya tersebut berkontribusi dalam pelestarian bahasa. Terdapat berbagai cabang kajian bahasa seperti sintaksis, semantik, pragmatik, sosiolinguistik, dan lainnya (Aslinda, 2007). Salah satu cabang kajian bahasa tersebut adalah pragmatik. Menurut (George, 1964) dalam (Rahardi, 2003), pragmatik pada hakikatnya merupakan ilmu yang mempelajari makna bahasa dalam hubungannya dengan perilaku manusia secara menyeluruh, serta dengan tanda atau simbol bahasa yang ada di sekitarnya. Terhadap tanda dan simbol tersebut, manusia selalu memberikan tanggapan melalui berbagai sikap, tindakan, dan perilaku yang beragam.

Keberhasilan suatu komunikasi ditentukan oleh keterlibatan aktif antara penutur dan mitra tutur, serta kemampuan keduanya dalam memahami makna yang tersurat maupun tersirat. Ketidakjelasan atau ambiguitas makna kerap muncul karena adanya perbedaan konotasi dan konteks situasional. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap konteks dan kesamaan latar belakang pengetahuan antara penutur dan mitra tutur sangat penting agar tidak terjadi kesalahpahaman (Apriastuti, 2019; Sari, 2013; Putri, 2022; Rahmawati, 2009; Maharani, 2013; Sabrina, 2021; Wijaya, 2019). Kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi dan interaksi manusia. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah munculnya penggunaan *platform e-commerce* seperti Shopee, yang tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai wadah interaksi antara penjual dan pembeli.

Salah satu aspek penting dalam komunikasi tersebut adalah penggunaan deiksis, menurut (Khoirunisa, 2022) dalam (Luthviani, dkk., 2025) deiksis merupakan unsur bahasa yang acuan maknanya dapat berubah-ubah tergantung pada konteks penggunaannya. Deiksis dapat dipahami sebagai bentuk bahasa yang berfungsi menunjukkan lokasi serta mengidentifikasi orang, benda, peristiwa, proses, atau tindakan yang dibicarakan dalam kaitannya dengan ruang dan waktu ketika penutur dan lawan tutur berinteraksi. Deiksis dapat dibagi menjadi lima kategori berdasarkan jenisnya: (1) deiksis persona (*person deixis*), (2) deiksis tempat/ruang (*place/space deixis*), deiksis waktu (*time deixis*), deiksis wacana/teks (*discourse/text deixis*), dan deiksis sosial (*social deixis*) (Levinson, 1987: 62) dalam (Sumarlan dkk., 2022). Namun, dalam praktiknya sering terjadi kesalahan penggunaan deiksis yang menyebabkan kesalahpahaman makna, ketidakefektifan komunikasi, bahkan menurunnya kualitas layanan pelanggan.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya telah membahas aspek ini, diantaranya penelitian pertama dilakukan oleh (Rita Tanduk & Evi Layuk Dama, 2022) dalam studinya yang berjudul "*Penggunaan Deiksis Temporal dan Lokatif dalam Novel Konspirasi Alam Semesta Karya Fiersa Besari (Tinjauan Pragmatik)*" menemukan bahwa deiksis temporal dan lokatif memiliki peran penting dalam menjelaskan hubungan antara bahasa dan konteks situasi tutur. Penelitian ini berhasil mendeskripsikan bentuk serta fungsi deiksis temporal dan lokatif, tetapi belum menelaah secara mendalam peran deiksis persona yang juga berpengaruh terhadap penggambaran sudut pandang tokoh dalam narasi.

Penelitian kedua dilakukan oleh (Daud Rodi Palimbong & Monika Windi Roma, 2021) yang berjudul "*Deiksis Waktu dan Deiksis Tempat dalam Novel Satu Hari di 2018 Karya Boy Candra (Tinjauan Pragmatik)*" hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa deiksis berfungsi memperjelas perpindahan waktu dan ruang dalam alur cerita, serta menunjukkan hubungan antara bahasa dan konteks situasi tutur. Namun, penelitian ini masih terbatas pada deskripsi bentuk dan fungsi deiksis waktu serta tempat tanpa mengaitkannya dengan konteks psikologis atau sosial tokoh yang dapat memperkaya makna pragmatis dalam karya sastra.

Dari kedua penelitian sebelumnya berfokus pada objek berupa karya sastra (novel, lagu, puisi), untuk memperluas ruang lingkup kajian deiksis ke ranah komunikasi digital yang kini menjadi bagian integral dari kehidupan manusia modern. Aplikasi Shopee sebagai salah satu *platform e-commerce* terbesar di Indonesia menyajikan interaksi yang menarik untuk dikaji karena melibatkan penggunaan bahasa yang khas antara penjual dan pembeli. Dalam konteks ini, penggunaan deiksis memiliki fungsi pragmatik yang kompleks, seperti membangun kedekatan, memberikan arahan, dan menciptakan kesepahaman dalam percakapan berbasis teks. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji penggunaan deiksis dalam interaksi jual

beli daring di aplikasi Shopee, guna memahami bagaimana bahasa berfungsi dalam konteks transaksi digital dan interaksi sosial di ruang virtual.

Kebaruan penelitian ini terletak pada objek kajiannya yang berfokus pada penggunaan deiksis dalam interaksi komunikasi daring di *platform e-commerce* Shopee. Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya meneliti deiksis dalam karya sastra seperti novel, cerpen, atau lirik lagu, penelitian ini mengkaji penggunaan deiksis dalam konteks komunikasi digital berbasis transaksi ekonomi. Analisis diarahkan pada bagaimana penjual dan pembeli menggunakan bentuk-bentuk deiksis dalam percakapan teks untuk membangun pemahaman, kedekatan, serta mengelola makna dalam proses jual beli daring. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan perspektif baru dalam kajian pragmatik modern dengan memperluas ruang lingkupnya ke ranah komunikasi *platform e-commerce* yang semakin berkembang di era digital. Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi mengingat semakin meluasnya penggunaan *platform e-commerce* seperti Shopee dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi antara penjual dan pembeli di ruang digital sering kali menimbulkan kesalahpahaman akibat penggunaan bahasa yang tidak memperhatikan konteks situasi tutur, terutama dalam hal penggunaan deiksis. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana bentuk dan makna deiksis berperan dalam menjaga efektivitas komunikasi daring.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada penggunaan deiksis dalam pesan-pesan yang terdapat di *platform e-commerce* Shopee. Dalam konteks komunikasi daring, penggunaan deiksis sering kali mengalami pergeseran makna akibat perbedaan situasi, baik secara persona, tempat/ruang, maupun waktu. Kondisi tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam interpretasi pesan. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) apa saja bentuk-bentuk makna deiksis yang terdapat dalam pesan di *platform e-commerce* Shopee?, (2) bagaimana bentuk kesalahan dalam penggunaan makna deiksis pada pesan di aplikasi Shopee dapat dianalisis?. Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan berbagai bentuk makna deiksis yang muncul dalam pesan-pesan komunikasi antara penjual dan pembeli di *platform e-commerce* Shopee, (2) menganalisis kesalahan penggunaan makna deiksis dalam pesan tersebut berdasarkan konteks pragmatik, sehingga dapat diketahui faktor penyebab dan implikasinya terhadap pemahaman makna pesan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena tujuannya adalah untuk menggambarkan secara rinci dan jelas kesalahan dalam penggunaan deiksis dalam percakapan di *platform e-commerce* Shopee dengan melihatnya dari perspektif pragmatik. Metode ini dianggap paling tepat karena tujuan penelitian bukan sekadar menemukan data tetapi memahami arti bahasa dalam situasi komunikasi nyata antara penjual dan pembeli di dunia *online*. Moleong (2019:6) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami secara menyeluruh pengalaman subjek penelitian melalui deskripsi kata-kata dan bahasa dalam lingkungan alami. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2022:15) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami makna dari suatu fenomena sosial. Berdasarkan kedua pendapat tersebut, Zulkarmain (2021) dalam Wulandari T, dkk. (2024) menegaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memperoleh pemahaman mendalam terhadap fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, pandangan, motivasi, dan tindakan, melalui uraian verbal yang berfokus pada konteks alami dengan menggunakan berbagai

metode ilmiah. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pemaknaan dan peran deiksis dalam komunikasi digital yang mencerminkan interaksi antara pengguna Shopee.

Data penelitian dikumpulkan melalui dua metode, yaitu dokumentasi dan observasi nonpartisipatif terhadap pesan teks antara penjual dan pembeli di Shopee. Teknik dokumentasi mengumpulkan percakapan yang mengandung kata-kata deiksis yang relevan dengan konteks pragmatik, seperti kata ganti orang, penunjuk tempat, dan penunjuk waktu. Menurut Bungin (2017:125), dokumentasi sangat penting untuk penelitian kualitatif karena dapat menghasilkan data yang relevan dan aktual. Sebaliknya, observasi nonpartisipasi dilakukan agar peneliti dapat mengamati komunikasi secara alami tanpa mengganggu prosesnya. Ini sejalan dengan apa yang dikatakan Nazir (2014:211), yang mengatakan bahwa observasi membantu peneliti memahami perilaku dan konteks sosial secara keseluruhan. Data yang dikumpulkan melalui kedua metode ini diharapkan benar-benar asli dan dapat menunjukkan bagaimana komunikasi pragmatik berlangsung di Shopee.

Dalam penelitian ini, proses analisis data dilakukan dalam tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Proses ini mengikuti model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Pada tahap reduksi, informasi yang mengandung deiksis dipilih oleh peneliti dan dikategorikan ke dalam beberapa kategori: persona, tempat, dan waktu. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk deskripsi yang menjelaskan hasil kesalahan penggunaan deiksis dalam percakapan di aplikasi Shopee.

Peneliti menemukan pola dan pengaruh kesalahan tersebut terhadap efektivitas komunikasi online dengan menafsirkannya dalam konteks pragmatik. Sebagaimana dinyatakan oleh Afrizal (2015:173), analisis kualitatif bersifat induktif, yang berarti bahwa peneliti tidak menguji hipotesis, tetapi berfokus pada data untuk menentukan maknanya. Dengan cara ini, diharapkan bahwa penelitian dapat memberikan penjelasan menyeluruh tentang bagaimana kesalahan deiksis muncul dan bagaimana mereka memengaruhi cara orang memahami pesan dalam interaksi digital.

Hasil

Menurut KBBI (2013: 245), "deiksis" berarti hal atau fungsi yang mengacu pada sesuatu di luar bahasa atau kata yang mengacu pada persona, waktu, dan tempat suatu percakapan. Dalam kegiatan berbahasa, kata-kata atau frasa yang mengacu pada berbagai hal dapat berubah penunjukannya atau berganti-ganti tergantung pada siapa yang berbicara, kapan dan di mana kata-kata itu diucapkan. Kata-kata seperti "saya", "dia", "kamu", "kita", "kami", "mereka", dan lain sebagainya, memiliki penunjukan yang berubah-ubah. Orang yang mengucapkan kata-kata tersebut barulah dapat mengetahui rujukan kata-kata tersebut. Istilah penunjukan ini disebut deiksis dalam linguistik. Dalam bahasa Yunani, "deiksis" berasal dari kata "*deiktikos*", yang berarti "hal yang menunjuk secara langsung", dan dalam bahasa Yunani, "deiksis" adalah istilah teknis untuk salah satu hal penting yang dilakukan dalam tuturan. Dalam pengertian modern, kata "*deiktikos*" digunakan oleh tata bahasa Yunani sebagai kata ganti demonstratif.

Selain itu, deiksis dapat didefinisikan sebagai lokasi atau identifikasi orang, objek, peristiwa, proses, atau kegiatan yang dibicarakan atau dibahas dalam konteks ruang dan waktu, saat pembicara atau orang yang diajak bicara berbicara. Dengan mempertimbangkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa deiksis adalah jenis bahasa yang menunjukkan hal atau fungsi tertentu di luar bahasa. Dengan kata lain, sebuah kata dapat dianggap deiksis jika acuan, rujukan, atau referensinya berganti-ganti dengan

pembicara dan jika kata tersebut diucapkan pada saat dan tempat yang berbeda, mengakibatkan kata "deiksis" tidak memiliki referensi yang jelas.

Menurut Levinson (1987:62) dalam Sumarlan (2022), deiksis dapat dibagi menjadi lima kategori berdasarkan jenisnya: (1) deiksis persona (*person deixis*), (2) deiksis tempat/ruang (*place/space deixis*), deiksis waktu (*time deixis*), deiksis wacana/teks (*discourse/text deixis*), dan deiksis sosial (*social deixis*).

Pada hasil penelitian menunjukkan data yang memenuhi tiga jenis deiksis, yaitu deiksis persona, deiksis tempat/ruang, dan deiksis waktu. Setelah data deiksis persona, deiksis tempat/ruang, dan deiksis waktu terkumpul, peneliti menemukan sebanyak totalan 6 data pada pesan di *platform e-commerce* Shopee. 2 data terdapat pada aspek deiksis persona, 2 data pada aspek tempat/ruang, 2 data pada aspek deiksis waktu. Hal ini menunjukkan bahwa pesan pada pada aplikasi Shopee, penggunaan deiksis sering kali mengalami pergeseran makna akibat perbedaan situasi, baik secara persona, tempat/ruang, maupun waktu.

a. Deiksis Persona

Data 1 Deiksis Persona Pertama Tunggal



Menurut (Levinson, 1987:62 dalam (Suhartono, 2020:135) Deiksis persona I merujuk pada individu yang berbicara atau berperan sebagai penutur. Secara umum, deiksis ini terbagi menjadi dua bentuk, yaitu deiksis persona I tunggal dan deiksis persona I jamak. Pada deiksis persona I tunggal, terdapat kata deiktis "saya" yang acuannya dapat berubah-ubah atau berganti-ganti tergantung pada siapa yang sedang menjadi penutur dalam konteks tuturan.

Dalam data berikut terdapat kalimat "*Barang saya sudah dikirim blom ya?*", pada kata "saya" digunakan oleh pembeli untuk merujuk pada barang miliknya, padahal secara konteks pragmatik, barang itu belum benar-benar dimiliki pembeli karena masih dalam proses pengiriman. Penggunaan kata "*barang saya*" menimbulkan ambiguitas acuan karena dalam situasi jual beli daring seperti di *platform e-commerce* Shopee barang tersebut masih menjadi tanggung jawab penjual sampai diterima oleh pembeli. Dengan demikian, penggunaan deiksis pesona I tunggal kata "saya di sini kurang tepat secara pragmatik karena mengaburkan relasi kepemilikan yang sebenarnya belum terjadi. Seharusnya, "*Kak, pesanan saya sudah dikirim belum?*" ungkapan berikut lebih tepat digunakan karena mengacu pada transaksi atau permintaan yang telah dilakukan oleh pembeli bukan pada barang yang sudah dimiliki. Dengan begitu, acuan deiksis menjadi lebih jelas dan sesuai konteks.

Data 2 Deiksis Persona Pertama Jamak



Menurut (Levinson, 1987:62 dalam Suhartono (2020:135), deiksis persona pertama, yaitu mengacu pada orang yang sedang berbicara atau berperan sebagai penutur. Secara umum, deiksis ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu deiksis persona pertama tunggal dan jamak. Pada deiksis persona pertama tunggal, terdapat kata deiktis *saya* yang rujukannya dapat berubah-ubah sesuai dengan siapa yang menjadi penutur dalam suatu konteks tuturan. Dalam penelitian ini terdapat deiksis pesona I jamak, yaitu kata “kita” pada kalimat penjual seharusnya digunakan untuk melibatkan pembicara dan lawan bicara secara bersamaan. Namun, dalam konteks ini, penjual menggunakan kata “kita” untuk maksud “kami” (pihak toko atau penjual), tanpa melibatkan pembeli. Hal ini menyebabkan kesalahpahaman, karena pembeli menafsirkan bahwa dirinya juga termasuk dalam kegiatan pengiriman barang. Kesalahan ini termasuk dalam deiksis persona jamak yang tidak tepat secara pragmatik, karena penjual menggunakan bentuk inklusif “kita” untuk maksud eksklusif “kami”.

b. Deiksis Waktu

Data 1 Deiksis Waktu “Tadi”



Menurut (Levinson, 1987:62) dalam (Sumarlam, dkk., 2017) Deiksis waktu (*time deixis*) umumnya dinyatakan melalui kata keterangan waktu. Namun, tidak semua kata keterangan waktu memiliki sifat deiktis. Unsur lingual seperti kemarin, sekarang, dan besok termasuk adverbial waktu yang bersifat deiktis, sedangkan kata seperti pagi, siang, sore, malam, Kamis depan, dan bulan depan tergolong adverbial waktu yang tidak bersifat deiktis.

Pada data berikut kata “tadi” dalam tuturan penjual tidak memberikan informasi waktu yang jelas. Secara pragmatik, penggunaan kata ini dapat menimbulkan ambiguitas, terutama jika percakapan tidak berlangsung secara langsung (*real-time*). Pembeli menjadi ragu tentang waktu pasti pengiriman karena acuan temporal tadi bersifat relatif terhadap waktu penutur berbicara. Dengan demikian, deiksis waktu pada kata “tadi” tidak efektif dalam menyampaikan informasi karena tidak disertai penanda waktu yang lebih spesifik. Penggunaan kalimat yang tepat seharusnya, “*paketnya dikirim tadi siang, sekitar*

jam 1, Kak". Penambahan keterangan waktu "siang" dan "sekitar jam 1" membuat acuan temporal menjadi lebih jelas, sehingga lawan tutur (pembeli) dapat memahami waktu pengiriman secara tepat tanpa ambiguitas.

Data 2 Deiksis Waktu "Besok"



Menurut (Levinson, 1987:62) dalam (Sumarlam, dkk., 2017) deiksis waktu (*time deixis*) biasanya dinyatakan dengan penggunaan kata keterangan waktu. Namun, tidak semua kata keterangan waktu memiliki sifat deiktis. Unsur bahasa seperti kemarin, sekarang, dan besok termasuk dalam adverbial waktu yang bersifat deiktis, sedangkan kata seperti pagi, siang, sore, malam, Kamis depan, dan bulan depan merupakan contoh adverbial waktu yang tidak bersifat deiktis.

Pada data berikut kata "*minggu depan*" termasuk dalam deiksis waktu (*time deixis*) yang acuannya bergantung pada waktu penutur yaitu kapan penutur mengucapkan kalimat tersebut. Namun, dalam konteks ini penjual tidak memberikan acuan waktu yang pasti seperti tanggal atau hari tertentu. Akibatnya, pembeli tidak dapat memahami dengan jelas kapan pengiriman dilakukan karena minggu depan bersifat relatif dan berubah-ubah tergantung waktu percakapan terjadi. Kesalahan ini menunjukkan bahwa penjual tidak memperhatikan kejelasan acuan waktu dalam tuturan, sehingga menimbulkan ambiguitas pragmatik. Penggunaan kalimat yang tepat pada percakapan ini seharusnya "*barang pre-order akan dikirim antara tanggal 28–30 Oktober, Kak*" penambahan informasi tanggal ini membuat acuan waktu menjadi konkret dan tidak menimbulkan salah tafsir. Dengan demikian, pesan menjadi lebih efektif dan komunikatif, sesuai prinsip kerja deiksis waktu yang harus mengaitkan makna dengan konteks temporal yang jelas.

c. Deiksis Tempat/Ruang

Menurut (Levinson, 1987:62) dalam (Sumarlam, dkk., 2017) deiksis tempat atau ruang (*place or space deixis*) dinyatakan melalui unsur bahasa yang berkaitan dengan lokasi atau arah. Dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Jawa, penanda deiksis tempat biasanya berupa pronomina demonstratif dan pronomina lokatif. Bahasa Indonesia memiliki dua bentuk pronomina demonstratif, yaitu ini dan itu, sedangkan bahasa Jawa mengenal tiga bentuk, yakni iki ('ini'), iku/kuwi ('itu'), dan ika/kae ('itu' yang lebih jauh). Dalam penelitian ini terdapat dua data, yaitu kata "Di situ" dan "Ke sini" sebagai berikut.

Data 1 Deiksis Tempat/Ruang “Di situ”



Pada data berikut terdapat kata “*di situ*” yang secara umum digunakan untuk merujuk pada lokasi yang agak jauh dari penutur tetapi dekat dengan lawan tutur. Namun, dalam konteks percakapan *online* seperti di pesan *platform e-commerce* Shopee penutur dan lawan tutur tidak berbagi konteks ruang yang sama. Akibatnya, acuan kata “*di situ*” menjadi tidak jelas karena pembeli tidak tahu lokasi yang dimaksud oleh penjual apakah gudang, ekspedisi, atau toko. Kesalahan ini termasuk dalam kesalahan deiksis tempat, yaitu penggunaan unsur deiksis yang tidak memiliki acuan spasial yang jelas dalam konteks komunikasi. Penggunaan kalimat yang tepat pada data berikut ini seharusnya “*barangnya masih di gudang pusat kami kak, belum dikirim*” dengan mengganti kata “*di situ*” menjadi *di gudang pusat kami*, penutur memberikan acuan tempat yang jelas, sehingga makna tuturan menjadi informatif dan tidak menimbulkan ambiguitas bagi lawan tutur.

Data 2 Deiksis Tempat/Ruang “Ke sini”



Pada kalimat “*Kalau mau lihat barangnya dulu, datang ke sini aja, Kak*” kata *ke sini* merupakan bentuk deiksis tempat/ruang (*place/space deixis*) yang secara umum digunakan untuk menunjuk lokasi yang dekat dengan penutur. Dalam konteks komunikasi langsung makna “*ke sini*” dapat dipahami karena penutur dan lawan tutur berbagi ruang fisik atau setidaknya mengetahui lokasi yang dimaksud. Namun, dalam konteks percakapan *online* seperti pesan di *platform e-commerce* Shopee, penutur dan lawan tutur tidak berbagi konteks ruang yang sama, sehingga kata “*ke sini*” menjadi tidak memiliki acuan tempat yang jelas. Pembeli tidak tahu lokasi yang dimaksud penjual, akibatnya terjadi ketidaksesuaian makna atau miskomunikasi secara pragmatik. Kesalahan ini termasuk kesalahan deiksis tempat karena penutur menggunakan penanda ruang tanpa mempertimbangkan konteks komunikasi yang tidak berbagi lokasi fisik.

Penggunaan kalimat yang tepat pada percakapan data berikut seharusnya “*Kalau mau lihat barangnya dulu, Kaka bisa cek foto detail di etalase toko kami, ya*”. Dalam percakapan melalui *online* bentuk deiksis tempat seperti *ke sini* tidak relevan. Oleh karena itu, penutur perlu menggantinya dengan rujukan yang sesuai konteks komunikasi digital,

misalnya mengarahkan pembeli untuk melihat foto atau deskripsi produk di toko daring. Dengan begitu, makna menjadi jelas dan sesuai dengan situasi komunikasi.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan deiksis dalam komunikasi daring di Shopee sangat bergantung pada konteks situasi tutur. Bentuk deiksis yang ditemukan meliputi deiksis persona, waktu, dan tempat, dengan sejumlah kesalahan acuan yang menimbulkan ambiguitas makna akibat perbedaan ruang dan waktu antara penutur dan mitra tutur. Secara pragmatik, hasil penelitian menegaskan bahwa pemahaman konteks menjadi kunci keberhasilan komunikasi digital. Secara teoretis, penelitian ini memperluas penerapan kajian pragmatik pada ranah e-commerce, sedangkan secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan untuk menggunakan bahasa yang lebih kontekstual dan jelas dalam interaksi daring.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian linguistik modern dengan menegaskan bahwa fenomena kebahasaan seperti deiksis tidak hanya berlaku dalam komunikasi tatap muka, tetapi juga berperan penting dalam membangun kejelasan makna dan efektivitas komunikasi di dunia digital. Dengan demikian, penelitian ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan mengenai penggunaan bahasa dalam platform daring lain yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi komunikasi.

Daftar Pustaka

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- He, L, dkk. (2025). Deiksis dalam Antologi Cerpen Pilihan Kompas 2019 dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*.
- Manurung, E., Achmad, Y. (2022). Analisis Deiksis dalam Percakapan pada Channel Youtube Nihongo Mantappu Battle Ilmu Pengetahuan Umum. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*. 9(2), (117-124).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahardi, R, Kunjana. (2003). *Berkenalan dengan Ilmu Bahasa Pragmatik*. Malang: DIOMA.
- Palimbong, D.R., Monika, W.R. (2021). Deiksis Waktu dan Deiksis Tempat dalam Novel Satu Haridi 2018 Karya Boy Candra (Tinjauan Pragmatik). *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarlan, dkk. (2023). *Pemahaman dan Kajian Pragmatik*. Solo: BukuKatta.
- Tanduk, R., Evi, L.D. (2022). Penggunaan Deiksis Temporal dan Lokati dalam Novel Konspirasi Alam Semesta Karya Fiersa Besari (Tinjauan Pragmatik). *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*.
- Wijana, P, D. (1996). *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: ANDI.
- Wulandari, T., Sari, D. P., & Nasution, A. R. (2024). Deskripsi Mendalam untuk Memastikan Keteralihan Temuan Penelitian Kualitatif. *Jurnal Literasiologi*, 11(2).