

## REGISTER DALAM GRUP ORDER PENGGEMAR SEVENTEEN (CARAT) DI LINE

Puspita Sri Mulia Artamefia Irawan<sup>1\*</sup>, Layli Hamida<sup>2</sup>

puspita.sri.mulia-2023@fib.unair.ac.id\*

<sup>1,2</sup> Universitas Airlangga

DOI:<https://doi.org/10.29408/sbs.v8i1.29758>

Orchid ID: <https://orcid.org/0009-0007-5117-3381>

Submitted, 2025-03-08; Revised, 2025-03-19; Accepted, 2025-03-20

### Abstrak

Perkembangan internet dan penggunaan media sosial yang masif memberikan akses atas masuknya budaya populer Korea Selatan, terlebih khusus bagi kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan register dalam Grup Order dari komunitas penggemar Seventeen yang disebut juga sebagai Carat, serta menganalisis pemahaman register dalam melakukan transaksi dalam Grup Order yang ada. Penelitian ini menggunakan desain penelitian etnografi digital pada platform digital Line, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan note taking. Hasil menunjukkan bahwa terdapat dua jenis register yang digunakan dalam Grup Order Carat, yaitu register konsultatif dan register kasual. Selain itu, para anggota dari grup order meyakini bahwa memahami register dalam melakukan transaksi dalam grup order sangat berpengaruh agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini kemudian memberikan gambaran bahwa pemahaman akan penggunaan register di dalam grup order mempunyai peran penting yang merepresentasikan nilai yang ada di dalam komunitas Carat tersebut.

**Kata kunci:** register, grup order, seventeen, carat

### Abstract

*The access to South Korean popular culture has been made accessible by the growth of the internet and the widespread use of social media, particularly in Indonesians' interpersonal interactions. This study aims to examine how registers are used in the Seventeen fan community, commonly referred to as Carat, Group Order, and how well-understood registers are used during the transactions within the Group Order. The data for this study were collected via note-taking, interviews, and observation using a digital ethnography research design on the Line digital platform. The findings indicate that the Carat Group Order uses two different kinds of registers: consultative and informal. Additionally, Group Order members believe that to prevent misunderstandings while performing purchases and sales, it is crucial to properly understand the register when performing Group Order transactions. This further illustrates how the values that are present in the Carat community are represented by an understanding of the use of registers in the Group Order.*

**Keywords:** register, group order, seventeen, carat

## PENDAHULUAN

Berkembangnya internet dan penggunaan media sosial yang masif membuat budaya populer Korea Selatan meluas, bahkan bisa dibayangkan telah masuk ke dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Hal ini kemudian membuat banyak masyarakat tertarik akan budaya populer tersebut,

sehingga memutuskan untuk masuk ke dalam komunitas penggemar dari grup-grup yang ada. Salah satu contoh fenomena tersebut ialah komunitas penggemar Seventeen, yang disebut dengan Carat. Fatimah (2024) menjelaskan bahwa Seventeen merupakan grup yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, bahkan popularitas dari grup ini membuatnya mempunyai fanbase atau komunitas yang tersebar di masing-masing kota. Merujuk pada popularitas yang semakin melonjak tersebut, tentunya penjualan album ataupun merchandise yang dikeluarkan oleh perusahaan akan semakin tinggi, seperti pendapat Maulidia dan Aransyah (2023) dimana dengan meningkatnya popularitas suatu grup, maka akan meningkat pula presentasi penggemarnya, sehingga akan ada peningkatan penjualan merchandise dari grup tersebut. Jannah et al. (2024) juga menjelaskan bahwa penggemar sangat berperan penting dalam transaksi jual beli pada industri hiburan. Namun, mengingat barang-barang yang dijual oleh perusahaan naungan grup yang disukai tidak berada di dalam negeri, penggemar biasanya menemukan kendala dalam membeli produk yang ditawarkan.

Salah satu kendala yang sering ditemui ialah biaya pengiriman dari luar negeri ke dalam negeri yang bisa dibilang tidak murah, dimana Gustiani dan Zurani (2022) juga menjelaskan bahwa pembelian melalui grup order biasanya dilakukan dengan alasan untuk menghemat biaya pengiriman dan pembayaran pajak. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ojiagu et al. (dikutip dalam Qadri et al., 2024) yang mendeskripsikan grup order sebagai sekelompok konsumen yang berkumpul dan membeli secara kolektif untuk mendapatkan harga barang yang lebih rendah. Maka dari itu, dalam upaya untuk memudahkan penggemar melakukan transaksi jual beli, sesama penggemar dari grup yang disukai biasanya membuat Grup Order atau bisa disebut juga GO, untuk memwadahi transaksi barang-barang yang dijual oleh perusahaan. Transaksi di dalam Grup Order juga tidak terbatas pada barang yang ditawarkan oleh perusahaan yang menaungi grup yang disukai, tetapi juga barang-barang fanmade atau barang yang dijual oleh sesama penggemar.

Dalam melakukan transaksi jual beli, para penggemar yang tergabung ke dalam grup order juga memiliki istilah-istilah tertentu. Hal ini sejalan dengan pendapat Wardhaugh (2015) yang mendefinisikan register sebagai sekumpulan item bahasa yang berhubungan dengan kelompok pekerjaan atau sosial tertentu, dimana Agha (2006) juga menggambarkan register sebagai sebuah repertoar linguistik yang berkaitan dengan praktik sosial tertentu dan dengan orang-orang yang

terlibat dalam praktik tersebut. Savitri (2023) menjelaskan bahwa dalam bentuk register apapun, lisan maupun tulisan, seringkali digunakan oleh penggemar K-Pop dalam melakukan transaksi digital di berbagai macam platform online. Salah satu contoh dari register jual beli dalam platform online tersebut ialah pemendekan kata, yakni PC, POB, WTP, dan lain sebagainya. Chaer dan Agustina (dikutip dalam Savitri, 2023) berpendapat bahwa adanya penggunaan istilah-istilah tertentu ini dikarenakan keragaman sosial penutur. Sehingga, terjadinya penggunaan register di dalam grup order disebabkan oleh keberagaman anggota grup order, baik dari latar belakang budaya, status sosial, pendidikan, dan lainnya.

Selanjutnya, penelitian ini kemudian menggunakan teori register untuk menganalisis penggunaan register dalam grup order Carat. Joos (1967) mengklasifikasikan register menjadi lima jenis, yaitu: register beku; register resmi; register konsultatif; register kasual; dan register akrab. Penelitian ini kemudian menggunakan klasifikasi register yang dicetuskan oleh Joos untuk menganalisis register dalam grup order pada aplikasi Line, sehingga penelitian ini juga menggunakan desain etnografi digital. Etnografi digital berada di bawah paradigma interpretivisme, yang berakar pada etnografi, dan merupakan bidang studi yang berada di bawah payung antropologi. Hine (dikutip dalam Kusuma et al., 2020) berpendapat bahwa etnografi digital melibatkan keterlibatan intens dengan kemajuan teknologi. Sebagai cabang dari etnografi itu sendiri, Underberg dan Zorn mendeskripsikan etnografi digital sebagai metode yang merepresentasikan kehidupan nyata dari suatu budaya, melalui penggabungan fitur-fitur dari karakteristik media digital (dikutip dalam Kaur-Gill dan Dutta, 2017). Dalam melakukan etnografi digital, hal pertama yang dilakukan biasanya adalah mengunjungi situs-situs atau media digital yang menarik, sehingga dari pengamatan atau interaksi yang ditemukan oleh penulis, akan diputuskan terkait pertanyaan atau tujuan penelitian.

Terdapat banyak penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terdahulu untuk menganalisis register, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Alazzawie (2022) yang bertujuan untuk menganalisis fitur linguistik dari pesan teks yang dikirim menggunakan aplikasi WhatsApp, serta menganalisis maksud dan konteks dari penggunaannya. Data yang didapatkan dianalisis menggunakan analisis genre, register, dan gaya yang diusung oleh Biber dan Conrad. Hasil menunjukkan variasi dari gaya dan penggunaan bahasa yang digunakan masing-masing individu

memberikan gambaran bahwa meskipun dinilai menyimpang dari bahasa Inggris tertulis yang lebih tradisional dan standar, hal-hal tersebut merupakan sumber utama dalam mempelajari kreativitas dan adaptasi bahasa yang ada. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Regina dan Santoso (2022) bertujuan untuk menganalisis ciri dan fungsi register dalam wacana tulis novel remaja. Hasil menunjukkan bahwa terdapat 12 kategori dari ciri register yang menunjukkan bahwa situasi informal memengaruhi penggunaan kosakata dalam ujaran pada percakapan dalam novel remaja. Selain itu, fungsi dari register yang digunakan juga meliputi fungsi emotif, konatif, referensial, fatik, metalingual, dan puitis, sehingga penggunaan bahasa merepresentasikan identitas tokoh sebagai kaum muda yang modern. Pada penelitian yang dilakukan oleh Putri (2024) yang berfokus pada siaran langsung dua penjual di aplikasi TikTok, bertujuan untuk menganalisis penggunaan register oleh penjual online dalam aplikasi tersebut. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat sembilan data register, dimana hanya tiga jenis register yang digunakan dalam siaran langsung tersebut, yaitu konsultatif, kasual, dan intim. Hal tersebut menunjukkan bahwa kedua penjual melakukan siaran langsung dengan situasi yang santai, karena dimaksudkan untuk menjual produk, sehingga pembeli dapat merasa nyaman berlama-lama untuk melihat dan membeli produk yang dijual.

Meskipun telah banyak penelitian-penelitian terdahulu yang dianalisis menggunakan register, namun masih kurangnya penelitian yang spesifik menggunakan register pada sebuah komunitas yang ada di dalam platform digital. Hal ini kemudian sejalan dengan urgensi dari penelitian ini, dimana penelitian ini berfokus pada komunitas penggemar Seventeen di platform digital Line. Penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan analisis register, dikarenakan dalam melakukan transaksi, admin dan juga para anggota dari grup order tersebut sering menggunakan istilah-istilah yang hanya diketahui oleh mereka. Tujuan dari penelitian ini kemudian untuk menganalisis penggunaan register dalam Grup Order atau GO dari komunitas penggemar Seventeen yang disebut juga sebagai Carat, serta untuk menganalisis pemahaman register dalam melakukan transaksi di Grup Order tersebut.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Wray dan Bloomer (2006) mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan yang melibatkan deskripsi dan analisis daripada perhitungan. Biasanya, dalam penelitian linguistik, pendekatan ini digunakan untuk menekan eksplorasi dari tipe-tipe linguistik yang diproduksi, dalam hal ini adalah register yang digunakan oleh para partisipan. Vanderstoep dan Johnston (2009) berpendapat bahwa metode deskriptif bisa digunakan untuk menjelaskan sikap dan perilaku yang terlihat selama analisis berlangsung. Penelitian ini juga menggunakan desain etnografi digital dikarenakan objek penelitian yang merupakan sebuah komunitas, ada di dalam sebuah platform digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Kaur-Gill dan Dutta (2017) bahwa melakukan pekerjaan etnografi dalam dunia digital termasuk juga mempelajari ruang obrolan tertentu, kelompok diskusi, maupun realitas virtual, sehingga, dunia virtual pada platform digital adalah contoh dari realitas budaya yang ada pada ruang lingkup online, dan layak untuk diteliti menggunakan kajian etnografi digital. Analisis konten juga diaplikasikan pada desain penelitian ini, yang bertujuan untuk melihat unggahan yang dibagikan oleh para anggota komunitas. Krippendorff (2004) berpendapat bahwa analisis konten dalam pendekatan kualitatif berakar pada teori sastra, ataupun ilmu sosial, yang terkadang diberikan label interpretatif, dimana dibutuhkan pembacaan yang cermat terhadap sejumlah kecil materi tekstual. Sejalan dengan hal tersebut, penggunaan analisis konten dan etnografi digital saling berhubungan dikarenakan objek yang dianalisis berada dalam ruang lingkup digital, dimana dalam sebuah komunitas penggemar Seventeen, terdapat register tertentu yang digunakan dalam transaksi jual beli yang dilakukan di Grup Order, sehingga diperlukan analisis konten untuk memilah data yang akan dianalisis dengan penggunaan desain deskriptif kualitatif untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi partisipan, note taking, dan wawancara semi terstruktur. Dawson (2007) menjelaskan bahwa observasi partisipan berguna untuk mempelajari dan memahami komunitas atau budaya yang dilakukan dengan cara masuk ke dalam budaya tersebut agar mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku maupun motivasi dari orang yang sedang diteliti. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa observasi partisipan bertujuan untuk menganalisis perilaku dan motivasi mereka dalam melakukan register jual

beli tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah unggahan pada notes, yang berupa teks, dari admin maupun anggota grup order, dengan rentang waktu selama dua bulan, yaitu bulan Oktober dan November. Pemilihan rentang waktu tersebut disebabkan oleh aktivitas grup Seventeen yang melaksanakan comeback album 'SPILL THE FEELS' serta memulai rangkaian tur dunia 'RIGHT HERE'. Aktivitas grup yang berlangsung tersebut membuat merchandise yang dijual oleh perusahaan yang menaungi artisnya lebih banyak, sebagai contoh pembukaan pre order untuk album, dan juga merchandise konser seperti jaket, kaos, photocard, dan lain sebagainya, sehingga admin dari grup order akan lebih sering mengunggah notes untuk membuka pesanan terkait barang-barang yang dijual oleh perusahaan.

Dalam teknik pengumpulan data, penulis juga menggunakan wawancara semi terstruktur untuk memperoleh informasi tambahan dari para partisipan. Rose et al. (2020) berpendapat bahwa wawancara jenis ini dapat memunculkan ide baru dalam kerangka tema yang telah ditentukan. Hal ini dikarenakan dalam melakukan wawancara jenis ini, dibutuhkan fleksibilitas dan keterampilan untuk menganalisis jawaban dengan cermat, sehingga memungkinkan penulis untuk menanyakan hal-hal lain yang menarik namun masih sejalan dengan pertanyaan penelitian. Selanjutnya, penulis menggunakan analisis register pada teknik analisis data, dengan tahapan: pertama, mengumpulkan data register yang berupa teks dari notes grup order yang ada di Line, dengan rentang waktu selama bulan Oktober sampai dengan bulan November; kedua, dari data register yang telah ditemukan, penulis mengklasifikasi jenis registernya sesuai dengan klasifikasi Joos, serta memberikan arti dari register dan kapan register tersebut digunakan; ketiga, menganalisis hubungan dari penggunaan register dengan alasan dibalik penggunaannya yang didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan; keempat, menjelaskan hasil dari penelitian untuk menjawab rumusan masalah; terakhir, memberikan kesimpulan atas hasil dari penelitian.

## PEMBAHASAN

Setelah menganalisis unggahan yang diposting oleh admin dan juga para anggota dari grup order, dengan rentang waktu selama dua bulan, yaitu bulan Oktober sampai bulan November, yang ditandai dengan dimulainya comeback untuk album 'SPILL THE FEELS' dan rangkaian tur dunia

'RIGHT HERE'. Peneliti kemudian menemukan bahwa terdapat total 51 data yang menggunakan register dalam unggahan admin dan para anggota. Berdasarkan lima jenis register yang diusung oleh Joos, ditemukan dua jenis register dalam grup order Carat tersebut, yakni register konsultatif sebanyak 27 data, dan register kasual sebanyak 24 data. Penggunaan register konsultatif merupakan yang paling sering muncul dikarenakan register tersebut berorientasi pada proses transaksi jual beli. Selanjutnya, pemahaman terhadap register yang ada di dalam grup order Carat diperlukan untuk memberikan gambaran pada saat melakukan transaksi, namun jika para anggota grup order menemui kesulitan dalam memahami register yang ada, dapat menyampaikan kesulitan tersebut kepada admin dari grup order, sehingga nantinya tidak akan terjadi miskomunikasi dalam melakukan transaksi di grup order tersebut.

**Tabel 1. Register Jenis Konsultatif**

Register	Arti Register	Penggunaan Register
Batch JP	Produk yang dibeli dari Jepang	Digunakan ketika produk yang dibeli dari Jepang akan dikirimkan ke Indonesia
Batch TH	Produk yang dibeli dari Thailand	Digunakan ketika produk yang dibeli dari Thailand akan dikirimkan ke Indonesia
Batch CH	Produk yang dibeli dari China	Digunakan ketika produk yang dibeli dari China akan dikirimkan ke Indonesia
Batch KR	Produk yang dibeli dari Korea	Digunakan ketika produk yang dibeli dari Korea akan dikirimkan ke Indonesia
List CO	List check out atau daftar pembelian dari satu anggota grup order	Digunakan ketika telah mendekati tanggal check out, biasanya saat event tanggal kembar seperti 12.12, agar admin grup order bisa mulai mempersiapkan dan mengecek kembali pesanan dari masing-masing anggota grup order
Standard Pack	Packing produk yang meliputi inner sleeve, toplayer, ziplock, yellow board, bubble wrap dan polymailer	Digunakan ketika anggota grup order membeli produk photo card dengan jumlah 1-12 dalam satu kali pengiriman
Medium Pack	Packing produk yang meliputi inner sleeve, storage box plastic, bubble wrap dan box kardus	Digunakan ketika anggota grup order membeli produk photo card dengan jumlah 13 sampai lebih dari 30 dalam satu kali pengiriman
Hanging Tag Pack	Packing produk yang meliputi inner sleeve, toplayer, alas packing hanging tak, bubble wrap dan polymailer	Digunakan khusus ketika anggota grup order meminta agar photo card dikemas dengan hangtag yang mempunyai bermacam-macam motif, namun hanya terbatas pada delapan photo card dalam satu kali pengiriman
Shipping	Pengiriman produk dari tempat pembelian ke warehouse admin	Digunakan sebagai pemberian informasi kepada anggota grup order ketika produk yang

	grup order	dibeli di website ataupun penjual akan dikirimkan ke warehouse admin grup order
Arrived INA	Produk yang telah sampai di Indonesia	Digunakan ketika produk yang dibeli dari luar negeri telah sampai ke Indonesia, namun belum bisa dikirim ke alamat anggota grup order dikarenakan admin grup order membutuhkan waktu untuk melakukan packing ulang atau repacking orderan agar bisa dikirimkan ke alamat pembeli

Register jenis konsultatif pada data pertama sampai keempat yang ditunjukkan dengan penggunaan kata batch yang diikuti dengan keterangan negara asal yang menunjukkan bahwa grup order Carat membedakan pembelian produk berdasarkan basis dari negara penjual, sehingga pesanan yang masuk tidak tercampur antar negara satu dan yang lainnya. Hal ini juga memberikan kemudahan bagi para anggota grup order dalam mencocokkan daftar produk yang telah dipesan. Selanjutnya, pada data kelima terdapat register yang ditujukan kepada para anggota grup order Carat, saat produk yang dibeli telah sampai dan akan dikirimkan ke alamat rumah masing-masing anggota grup order. Pada penggunaan register tersebut, anggota grup order diharuskan untuk menulis pesanan apa saja yang akan di checkout pada saat tanggal kembar, untuk memudahkan admin grup order memeriksa kembali pesanan yang masuk sesuai dengan data pembelian.

Pada data register konsultatif keenam sampai kedelapan merupakan register packing yang digunakan dalam grup order Carat. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa anggota grup order yang lebih memilih untuk menimbun biasanya memerlukan jenis packing yang berbeda dari biasanya, sehingga grup order Carat menawarkan tiga jenis packing yang berbeda sesuai dengan kebutuhan para anggota grup order. Selanjutnya, pemberian informasi dalam register shipping pada data kesembilan memberikan gambaran kepada pembeli bahwa produk yang dipesan telah dikirimkan oleh penjual menuju gudang penyimpanan atau warehouse admin grup order, dalam artian, produk yang dipesan telah dimulai pengirimannya. Selain itu, penggunaan register arrived INA juga menunjukkan bahwa produk yang dipesan oleh anggota grup order telah sampai di Indonesia, sehingga pembeli akan mendapatkan produk tersebut dalam waktu dekat setelah produk di repack oleh admin grup order.

Register-register tersebut kemudian memberikan gambaran bahwa anggota grup order diberikan kemudahan dan pilihan dalam bertransaksi, yang sejalan dengan jawaban dari wawancara semi terstruktur yang dilakukan oleh peneliti terhadap 10 partisipan. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa para anggota dari komunitas penggemar Seventeen tertarik untuk bergabung ke dalam grup order dikarenakan kemudahan yang ditawarkan. Terdapat pula beberapa register yang berkaitan dengan situasi pengiriman, seperti register ready to ship, dimana produk yang telah di repack oleh admin grup order telah siap untuk di checkout, sehingga bisa dikirimkan ke alamat rumah pembeli. Register ini juga merupakan salah satu register yang sering muncul saat menuju tanggal kembar. Selain itu, register yang berkaitan dengan situasi pengiriman juga muncul dengan penggunaan EMS/air cargo yang mengindikasikan bahwa pembeli bisa memilih untuk memakai pengiriman sesuai dengan kehendaknya. Namun, perlu diingat bahwa register tersebut memberikan harga yang berbeda sesuai dengan pilihan dari anggota grup order. Penggunaan register wajib pair dalam grup order biasanya menandakan bahwa photocard yang dijual mempunyai peminatan yang tinggi dari anggota grup order, sehingga calon pembeli diharuskan membeli photocard lain, selain photocard yang high demand tersebut.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan salah satu anggota grup order berinisial AK, diketahui bahwa yang bersangkutan tergabung dalam grup order sudah dalam waktu yang lama, berkisar tiga tahun, dengan alasan bergabung ke dalam grup order adalah untuk membeli album, lightstick dan photocard. Berbeda dengan AK, anggota grup order dengan inisial RP mengaku baru bergabung ke dalam grup order selama tiga bulan, namun dengan tujuan yang sama yakni membeli photocard. Hal ini menunjukkan bahwa meski terdapat perbedaan dari seberapa lamanya para anggota bergabung ke dalam grup order, tujuan utama mereka adalah untuk membeli produk-produk artis yang disukainya. Kemudian, kesulitan yang ditemui oleh para anggota saat memutuskan untuk bergabung ke dalam grup order meliputi sulitnya memahami rate atau perhitungan dari harga won, yen, baht, maupun yuan ke rupiah; sulitnya memahami istilah-istilah grup order seperti hangtag; sulitnya mendapatkan photocard yang peminatnya banyak dikarenakan harus cepat dalam mengklaim produk tersebut, dan lain sebagainya. Hal ini memberikan gambaran bahwa penggemar dapat dengan mudah memahami register yang ada di dalam grup order.

Tabel 2. Register Jenis Kasual

Register	Arti Register	Penggunaan Register
PC	Photo card yang diperoleh saat pembelian album, dibagikan secara acak dan jarang berbentuk satu set lengkap sehingga biasanya penggemar harus membeli secara terpisah untuk bisa mengoleksi secara lengkap	Digunakan ketika admin grup order membagikan produk yang di dalamnya berisi photo card, seperti season greetings, album, merchandise konser seperti hoodie maupun kaos
WTP	Want to pamer atau memamerkan produk yang telah sampai ke alamat pembeli	Digunakan ketika produk yang dibeli telah sampai ke alamat anggota grup order, bisa juga digunakan untuk mengindikasikan bahwa produk yang dibeli telah diterima dengan baik
POB	Pre order benefit atau keuntungan yang didapatkan ketika membeli produk pada waktu pre order	Digunakan ketika album yang dirilis oleh agensi yang menaungi sudah bisa dibeli di website maupun toko offline, sehingga akan mendapatkan keuntungan jika pembelian dilakukan dalam jangka waktu tertentu
Fast PO	Fast pre order atau pre order yang dilakukan secara cepat dalam jangka waktu tertentu	Digunakan ketika pembelian produk hanya bisa dilakukan secara terbatas, biasanya selama 14 hari
PB	Photo book atau kumpulan foto konsep yang berbentuk buku yang diambil saat pembuatan produk, contohnya album maupun season greetings	Digunakan ketika produk yang dirilis oleh agensi terdapat photo book, biasanya ditawarkan dengan harga yang mahal
LS	Light stick atau benda yang mempunyai gagang dan berbeda-beda bentuknya antara satu grup dengan yang lain	Digunakan ketika agensi yang menaungi artis membuka pre order, biasanya pre order light stick akan dibeli secara bertahap oleh admin grup order dikarenakan produk ini seringkali terjual habis dalam waktu yang tidak menentu
FP	Full payment atau pembayaran yang harus dilunasi secara langsung tanpa DP atau down payment	Digunakan ketika produk yang ditawarkan harus langsung dibayar secara lunas oleh pembeli, dikarenakan produk yang ditawarkan mempunyai permintaan yang tinggi atau merupakan produk high demand
CPC	Cek personal chat, biasanya ditujukan kepada admin grup order	Digunakan ketika anggota grup order memerlukan bantuan admin grup order dikarenakan adanya kendala dalam melakukan transaksi
Cantumin DN	Mencantumkan display name Line, agar admin grup order bisa melakukan cross check terhadap pembelian yang telah	Digunakan sebagai informasi ketika melakukan check out di shopee untuk membuktikan bahwa pembeli

	dilakukan	merupakan anggota dari grup order dan bukan orang yang tidak berkepentingan atau orang yang tidak tergabung dalam grup order
Proof CO	Proof ckeck out atau bukti pembelian yang dilakukan oleh admin grup order pada website maupun toko	Digunakan ketika admin grup order telah membeli produk yang ditawarkan dan diunggah di notes grup line sebagai bukti

Register jenis kasual yang ditemukan dalam grup order ini sebagian besar merupakan pemendekan kata, seperti PC, WTB, POB, MD, PB, LS, FP, CPC, WL, TBA, Becuk, Kolbuk, Cahol, dan lain sebagainya. Beberapa jenis register kasual yang ditemukan berkaitan dengan photocard atau album, seperti contoh pre order benefit, photocard holder, dan collection book. Penggunaan register tersebut tidak hanya terbatas pada produk-produk yang dijual oleh agensi yang menaungi artis saja, tetapi juga produk yang ditawarkan oleh sesama penggemar. Namun, meskipun produk yang ditawarkan sama, harga jual yang diberikan sangatlah berbeda. Hal ini disebabkan oleh produk yang dijual oleh agensi yang menaungi cenderung lebih mahal daripada produk yang dijual oleh penggemar. Maka dari itu, pada wawancara yang dilakukan, beberapa anggota grup order berpendapat bahwa dengan adanya grup order ini, mereka bisa memiliki teman untuk saling berbagi biaya yang ada dalam membeli produk, seperti contoh biaya pengiriman dan pajak, sehingga biaya yang dikeluarkan lebih hemat dibandingkan harus menanggung biaya-biaya tersebut sendirian.

Seluruh anggota grup order yang diwawancarai juga mengaku mengetahui eksistensi grup order ini melalui platform Twitter, dimana hal ini merupakan sesuatu yang lumrah mengingat photocard yang biasanya dijual oleh sesama penggemar dipromosikan pada platform tersebut. Dalam membeli produk-produk yang banyak ditawarkan di dalam grup order, seorang anggota grup order yang berinisial MA juga menyebutkan bahwa jika produk yang dibeli banyak, ia lebih memilih untuk menimbun agar hanya membayar ongkos kirim sekali, namun jika ia jarang membeli produk, maka akan langsung melakukan checkout. Hal tersebut berbeda dengan AA, dimana ia berpendapat bahwa lebih memilih untuk langsung melakukan checkout jika produk yang dibeli telah sampai Indonesia agar tidak lupa akan pembelian yang dilakukan. Peneliti kemudian memberikan pertanyaan terkait penggunaan register di dalam grup order tersebut, dimana seluruh anggota grup order yang

diwawancarai berpendapat bahwa register yang digunakan di dalam grup order mudah dipahami dan mengetahui arti dari register yang ada akan memudahkan anggota grup order untuk membeli produk. Namun jika ada yang tidak dimengerti mengenai register yang ada, bisa ditanyakan kepada admin dari grup order tersebut. Hal tersebut kemudian sejalan dengan tujuan penelitian terkait pemahaman register dalam melakukan transaksi di dalam grup order.

Register jenis konsultatif yang mendominasi memberikan gambaran bahwa penggunaan istilah-istilah tersebut di dalam grup order dikarenakan orientasi jual beli yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Putri (2024) dimana penggunaan register konsultatif mendominasi, ia juga berpendapat bahwa penggunaan register konsultatif sejatinya bertujuan untuk menjual produk kepada pelanggan. Penggunaan register konsultatif yang mendominasi juga memberikan gambaran bahwa penggemar dari sebuah grup K-Pop, dalam hal ini Carat, cenderung konsumtif dalam bertransaksi di dalam grup order. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatimah (2024) yang menggambarkan bahwa rasa loyal terhadap Seventeen membuat para penggemar tidak keberatan untuk mendukung mereka dalam bentuk apapun, salah satunya adalah membeli merchandise yang dijual. Sehingga, terdapat kepuasan tersendiri ketika berhasil membeli barang yang dijual oleh perusahaan dari grup maupun artis yang disukai.

## SIMPULAN

Keberadaan grup order memberikan kemudahan terhadap transaksi jual beli yang dilakukan oleh para penggemar artis Korea Selatan, dalam hal ini adalah Seventeen, dimana produk-produk yang ada kaitannya dengan idola mereka bisa dengan mudah didapatkan saat memutuskan untuk bergabung ke dalam grup order. Penelitian yang berfokus pada penggemar Seventeen yang disebut Carat ini memberikan gambaran bagaimana grup order digunakan melalui register-register yang muncul dengan total sebanyak 51 data dalam rentang waktu dua bulan, yaitu bulan Oktober dan November. Di dalam data-data register yang ditemukan, register jenis konsultatif merupakan jenis yang paling sering muncul. Hal tersebut dikarenakan grup order memberikan wadah bagi para penggemar untuk melakukan transaksi jual beli, sehingga sangat lumrah akan terjadinya komunikasi dua arah yang membantu agar tidak terjadi miskomunikasi dalam melakukan pembelian.

Selain itu, grup order memiliki register-register yang relatif mudah untuk dipelajari dan dipahami. Namun tidak dapat dipungkiri jika anggota grup order akan menemui kesulitan dalam memahami register yang ada, maka hal yang harus diperhatikan adalah bertanya kepada admin grup order yang ada agar diberikan penjelasan mengenai register yang digunakan. Register tersebut merupakan aspek penting ketika seseorang memutuskan untuk bergabung ke dalam suatu grup order, dikarenakan tidak hanya mencakup transaksi jual beli yang dilakukan, pemberian informasi kepada para anggota grup order juga biasanya dilakukan dengan menggunakan register tertentu. Maka bisa dikatakan bahwa pengetahuan tentang register yang digunakan di dalam grup order akan sangat membantu bagi para anggota grup order dalam melakukan jual beli, sehingga calon pembeli ataupun anggota grup order bisa meminimalisir kekeliruan yang mungkin akan terjadi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agha, A. (2006). Registers of Language. In *A Companion to Linguistic Anthropology* (eds. Duranti, A.). Oxford: Blackwell.
- Alazzawie, A. (2022). The Linguistic and Situational Features of WhatsApp Messages Among High School and University Canadian Students. *SAGE Open*, 12(1), 1-13. <https://doi.org/10.1177/21582440221082124>
- Dawson, C. (2007). *A Practical Guide to Research Methods: A User-friendly Manual for Mastering Research Techniques and Projects* (3<sup>rd</sup> ed.). United Kingdom: How To Books.
- Fatimah, T. A. (2024). Perilaku Konsumtif pada Penggemar K-Boygrouop Seventeen (Carat) di Surabaya. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 245-258. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.982>
- Gustiani, D. A. & Zurani, I. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran GO by Sher dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Merchandise K-Pop Enhypen. *KomunikasiMu Journal of Social Sciences and Humanities Studies*, 2(2), 100-112.
- Jannah, A. N., Abidin, Z. & Santoso, M. P. T. (2024). Interaksi Parasosial di Twitter dan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar Seventeen (Carat). *Jurnal Ilmiah Wabana Pendidikan*, 10(7), 208-220. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11058747>
- Joos, M. (1967). *The Five Clocks*. New York: Harcourt, Brace & World.

- Kaur-Gill, S. & Dutta, M. J. (2017). Digital Ethnography. In *The International Encyclopedia of Communication Research Methods* (eds. Matthes, J., Davis, C. S. & Potter, R. F.). <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0271>
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2<sup>nd</sup> ed.). California: Sage Publications.
- Kusuma, A., Purbantina, A. P., Nahdiyah, V. & Khasanah, U. U. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238-251. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>
- Maulidia, A. & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan pada Pembelian Merchandise K-Pop melalui Grup Order. *J-MAS Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(1), 1022-1031. <http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1026>
- Putri, E. A. (2024). An Analysis of Register Used by Online Shop Seller on TikTok Live. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 7(1), 118-123. <https://doi.org/10.34050/elsjish.v7i1.33033>
- Regina, M. D. & Santoso, A. (2022). Registers in Written Utterances between Characters of a Teen Novel in Wattpad Application. *Journal of Language, Literature, and Arts*, 2(1), 1-16. <https://doi.org/10.17977/um064v2i12022p1-16>
- Rose, H., McKinley, J. & Baffoe-Djan, J. B. (2020). *Data Collection Research Methods in Applied Linguistics*. London: Bloomsbury Academic.
- Savitri, Z. O. G. (2023). Penggunaan Register dalam Bisnis Digital Merchandise K-Pop di Media Sosial Twitter. *Epigram*, 20(1), 69-95. <https://doi.org/10.32722/epi.v20i1.5587>
- Qadri, R. A., Sinambella, F. A. & Arafah, N. N. (2024). Analysis of K-Pop Fans Drivers in Purchasing Merchandise on Online Group Buying (Group Order). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 127-138. <https://doi.org/10.31849/jieb.v21i1.17841>
- Vanderstoep, S. W. & Johnston, D. D. (2009). *Research Methods for Everyday Life: Blending Qualitative and Quantitative Approaches*. San Francisco: Jossey-Bass.

- Wardhaugh, R. & Fuller, J. M. (2015). *An Introduction to Sociolinguistics*. (7<sup>th</sup> ed.). Chichester: Wiley Blackwell.
- Wray, A. & Bloomer, A. (2006). *Projects in Linguistics: A Practical Guide to Researching Language* (2<sup>nd</sup> ed.). London: Hodder Education.