

HUBUNGAN BAHASA DAN PIKIRAN DALAM JUAL-BELI DI GRUP FACEBOOK BUSAM TINJAUAN PSIKOLINGUISTIK

by Widyatmike Gede Mulawarman

Submission date: 04-Jan-2022 03:14PM (UTC+0700)

Submission ID: 1737350834

File name: AM_JUAL-BELI_DI_GRUP_FACEBOOK_BUSAM_TINJAUAN_PSIKOLINGUISTIK.pdf (508.81K)

Word count: 2871

Character count: 18371

HUBUNGAN BAHASA DAN PIKIRAN DALAM JUAL-BELI DI GRUP *FACEBOOK* BUSAM TINJAUAN PSIKOLINGUISTIK

Desna Try Wahyuni, Widyatmike Gede Mulawarman, Purwanti

Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Mulawarman

email: desnatrywahyuni1230@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengaitkan antara bahasa, pikiran, dan media sosial *Facebook*. Saat ini, jual-beli dengan menggunakan media sosial merupakan suatu hal yang umum dilakukan oleh masyarakat, namun perlu diketahui bahwa adanya hubungan bahasa dan pikiran pada setiap transaksi jual-beli di grup *Facebook* BUSAM. Penelitian ini menggunakan teori Sapir-whrof, Jaen Piaget, dan juga Vigotsky, dengan menggunakan kajian psikolinguistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan menggunakan tangkap layar (*screenshot*) status yang ada di grup *Facebook* BUSAM. Selain itu, digunakan juga teknik wawancara pengguna akun *Facebook*. Kemudian, menelaah dan mencatat data yang diperoleh untuk dianalisis sesuai dengan teori yang telah ditentukan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, bahasa dan pikiran yang digunakan masyarakat umumnya merupakan suatu aktivitas yang saling berkaitan. Sehingga keduanya tidak dapat dipisahkan. Bahasa dapat memengaruhi pikiran menggunakan kalimat-kalimat yang diungkapkan melalui lisan maupun tulisan. Pikiran pun dapat memengaruhi bahasa dengan adanya ide yang muncul dalam pikiran dan bahasa sebagai perantara pengungkapannya. Bahasa dan pikiran tentu saja tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling berhubungan dan memiliki peranan yang penting bagi masyarakat.

Kata Kunci: bahasa dan pikiran, jual-beli *online*, psikolinguistik

ABSTRACT

This study links language, mind and Facebook social media. Currently, buying an selling using social media is a common thing to do by the community, but it should be noted that: 1) Language and thought relations in every sale and purchase transaction on the BUSAM Facebook group. This study uses the theory of Sapir-whrof, Jaen Piaget, and also Vygotsky, using psycholinguistic studies. This research use descriptive qualitative approach. Data is obtained by using a screen capture (screenshot) status in the BUSAM Facebook group. In addition, users also use the Facebook account interview technique. Then, examine and record the data obtained for analysis in

accordance with predetermined theories. The results of this study state that, language and thought used by the community are generally an interrelated activity. So that the two cannot be separated. Language can influence the mind using sentences expressed through oral and written. The mind can influence language with ideas that arise in the mind and language as an intermediary for its expression. Language and mind, of course, cannot be separated because the two are interconnected and have an important role for society.

Keywords: *language and mind, online trading, psycholinguistics*

A. PENDAHULUAN

Berpikir dan berbahasa merupakan dua aktivitas yang saling melengkapi dan terjadi dalam kurun waktu relatif bersamaan, Ali dan Asori (2016:126). Manusia merupakan makhluk sosial yang saling berinteraksi. Melalui bahasa manusia dapat berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa yang digunakan seseorang dapat menentukan sikap dan sopan santun saat berinteraksi dengan lawan bicaranya, kemampuan berpikir seseorang dapat dilihat dari bahasa yang digunakan. Bahasa dapat disampaikan dengan cara lisan dan tulisan. Penyampaian bahasa melalui lisan berupa interaksi secara langsung antara penutur dan mitra tutur, sedangkan penyampaian bahasa secara tulisan berupa surat, koran, dan media sosial. Di era modern ini, manusia lebih memanfaatkan teknologi yang semakin canggih, seperti media sosial yang lebih dominan digunakan manusia untuk mempermudah penyampaian. Media sosial ialah sarana untuk berinteraksi kepada keluarga, teman, dan orang yang baru dikenal melalui *handphone*/komputer. Media sosial dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada orang lain, seperti melalui akun *facebook*, *instagram*, *telegram*, *twitter*, *line*, dan *whatsapp*. melalui akun media sosial, umumnya masyarakat terbantu bertukar kabar dengan teman dan sanak saudara. Beberapa akun tersebut, *facebook* merupakan media sosial yang dominan digunakan untuk mencurahkan isi yang ada di pikiran dan untuk mengabadikan momen terkini berupa foto dan video. Namun bukan hanya itu saja, beberapa pengguna *facebook* memanfaatkannya untuk melakukan jual-beli *online*.

Penelitian ini dipilih dikarenakan memiliki cara yang berbeda untuk menyampaikan ide melalui media sosial. Dalam Akun *facebook* banyak dijumpai berbagai macam cara yang unik untuk menarik perhatian pembeli selain mencoba produk yang akan dibeli, calon pembeli pun mendapatkan penjelasan secara instan. Selain itu, *Facebook* membantu masyarakat untuk melakukan transaksi jual-beli sehingga tidak mempersulit seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Misalnya seseorang ingin membeli produk yang ada di luar kota, melalui media sosial pembeli dapat melakukan transaksi jual-beli agar mendapatkan produk yang diinginkan tanpa harus pergi ke luar kota, maka dalam penelitian ini telah dipilih beberapa status yang berisikan jual-beli online

Penelitian ini membahas efek dari bahasa memengaruhi pikiran, pikiran memengaruhi bahasa dan bahasa dan pikiran saling memengaruhi. Dilihat bagaimana cara bahasa dapat memengaruhi pikiran melalui status grup *facebook* BUSAM, maka dari itu untuk membahas bahasa memengaruhi pikiran telah dikumpulkan beberapa data berupa status yang ada pada grup *facebook* BUSAM. Status yang dipilih ialah status yang dianggap dapat memengaruhi pikiran pembaca dan dipilih dari jumlah yang menyukai, berkomentar, dan membagikan postingan tersebut lebih dari 50 akun.

Bagaimana pikiran memengaruhi bahasa melalui ide yang di kembangkan melalui usaha yang dilakukan melalui jual-beli *online* di grup *facebook* BUSAM akan dilihat usaha apa yang dikembangkan dan akan dilihat dari hasil ide yang diperoleh. Bagaimana bahasa dan pikiran saling memengaruhi dapat dilihat dari penjual yang mendapatkan ide dari status grup *facebook* dan melalui status grup *facebook* BUSAM mengungkapkan ide tersebut.
informasi.

B. LANDASAN TEORI

1. Psikolinguistik

Ahmadi (2015:33-36) mengatakan Secara etimologi, kata psikologi berasal dari bahasa Yunani Kuno *psyche* dan *logos*. Kata *psyche* berarti “jiwa, roh, atau sukma”, sedangkan kata *logos* berarti “ilmu”. Jadi, *psikologi*, secara harfiah berarti “ilmu jiwa”, atau ilmu yang objek kajiannya adalah jiwa. Linguistik lazim diartikan sebagai ilmu bahasa atau ilmu yang mengambil bahasa sebagai objek kajiannya. Pakar linguistik disebut *linguis*. Namun, perlu dicatat kata *linguis* dalam bahasa Inggris juga berarti “orang yang mahir menggunakan beberapa bahasa”, selain bermakna “pakar linguistik”. Seorang *linguis* mempelajari bahasa bukan dengan tujuan utama untuk mahir menggunakan bahasa itu, melainkan untuk mengetahui secara mendalam mengenai kaidah-kaidah struktur bahasa, serta dengan berbagai aspek yang menyangkut persoalan bahasa. Psikolinguistik adalah penggabungan antara dua kata ‘psikologi’ dan ‘linguistik’.

2. Bahasa

Bahasa adalah suatu sistem simbol lisan yang arbitrer yang dipakai oleh anggota suatu masyarakat untuk berkomunikasi dan berinteraksi antar sesamanya, berlandaskan pada budaya yang mereka miliki sendiri (Dardjowidjojo, 2003:16). Bahasa Indonesia memiliki hampir 30 fonem, dari fonem yang jumlahnya terbatas itu dapat menghasilkan kata-kata yang jumlahnya puluhan ribu. Dari kata-kata tersebut dapat dibentuk kalimat-kalimat yang tidak terbatas jumlahnya. Fonem, morfem, frase, klausa, kalimat, wacana merupakan sistem yang terpisah. Namun, dalam penerapannya masing-masing satuan bahasa itu saling terkait.

3. Berpikir

Berpikir adalah suatu kegiatan mental yang melibatkan kerja otak. (Busro, 62:2006) menyatakan definisi berpikir dalam arti luas, berpikir adalah bergaul dengan abstraksi-abstraksi. Dalam arti sempit berpikir adalah meletakkan atau mencari hubungan antara abstraksi-abstraksi. Berpikir erat hubungannya dengan daya jiwa yang lain, seperti dengan tanggapan, ingatan, dan perasaan. Dengan berpikir, orang memperoleh penemuan baru, setidaknya orang menjadi tahu tentang hubungan antar sesuatu. Dengan kata lain, berpikir merupakan suatu proses kegiatan pengolahan yang terjadi di dalam otak yang menghasilkan pikiran secara luas, baik secara abstrak maupun konkrit.

4. Bahasa dan Pikiran

Bahasa dan pikiran (Ahmadi, 2015:24) menyatakan Pada hakikatnya dalam kegiatan berkomunikasi terjadi proses memproses dan memahami ujaran. Dapat dikatakan bahwa psikolinguistik adalah studi tentang mekanisme mental yang terjadi pada seseorang yang menggunakan bahasa, baik saat memproduksi dan memahami ujaran. Dengan kata lain, dalam penggunaan bahasa terjadi mengubah proses rubah pikiran menjadi kode dan mengubah kode menjadi pikiran.

5. Bahasa memengaruhi pikiran

Pemahaman terhadap kata mempengaruhi pandangannya terhadap realitas. Pikiran manusia dapat terkondisikan oleh kata yang manusia gunakan. Tokoh yang mendukung hubungan ini adalah Benyamin Whorf dan gurunya, Edward Sapir. Dunia tempat tinggal berbagai masyarakat dinilai oleh Whorf sebagai dunia yang sama akan tetapi dengan karakteristik yang berbeda. Singkat kata, dapat disimpulkan bahwa pandangan manusia tentang dunia dibentuk oleh bahasa segingga karena bahasa berbeda maka pandangan tentang dunia pun berbeda. Secara selektif individu menyaring sensori yang masuk seperti yang diprogramkan oleh bahasa yang dipakainya. Dengan begitu, masyarakat yang menggunakan bahasa yang berbeda memiliki perbedaan sensori pula (Rakhmat, 1999).

6. Pikiran Memengaruhi Bahasa

pikiran mempengaruhi bahasa ada kemungkinan struktur bahasa yang dipengaruhi oleh pikiran. Sekitar 2.500 tahun lalu Aristoteles berargumen bahwa kategori pikiran menentukan kategori bahasa. Banyak alasan yang memperkuat argument tersebut, walaupun Aristoteles sendiri tidak bisa memperlihatkan alasan-alasan tersebut. Adapun alasan yang dapat dikemukakan antara lain, kemampuan manusia berpikir muncul lebih awal ditinjau dari aspek evolusi dan berlangsung belakangan dari dari aspek perkembangannya. **ia dibandingkan kemampuan menggunakan bahasa (Arifuddin, 2010:86-87). Pendukung pendapat ini adalah tokoh psikologi yang tak asing bagi manusia, yaitu Jaen Piaget. Piaget berpendapat bahwa bahasa terbentuk karena ada yang membentuk, yaitu berupa proses berpikir (Ahmadi, 2015:61). Melalui observasi yang dilakukan oleh Piaget terhadap perkembangan aspek kognitif anak: ia melihat bahwa perkembangan aspek kognitif anak akan mempengaruhi bahasa yang digunakannya. Semakin tinggi aspek tersebut semakin tinggi bahasa yang digunakan. Faktor pikiran mempengaruhi bahasa melalui usia, jenis kelamin, pendidikan, status atau kedudukan orang tersebut.**

1

7. Bahasa dan Pikiran

Saling Memengaruhi (Ahmadi, 2015:24) Hubungan timbal balik antara kata-kata dan pikiran dikemukakan oleh Benyamin Vigotsky, seseorang ahli semantik berkebangsaan Rusia yang teorinya dikenal sebagai pembaharu teori Piaget mengatakan bahwa bahasa dan pikiran saling mempengaruhi. Penggabungan Vigotsky terhadap kedua pendapat di atas banyak diterima oleh kalangan ahli psikologi kognitif. Bahasa sebagai wujud atau hasil proses dan sebagai sesuatu yang diproses baik berupa bahasa lisan maupun bahasa tulis, bagaimana dikemukakan oleh kempen bahwa psikolinguistik adalah studi yang mengenai manusia sebagai pemakai bahasa, yaitu studi mengenai sistem-sistem bahasa yang ada pada manusia yang menjelaskan cara manusia dapat menangkap ide-ide orang lain dan bagaimana ia dapat mengeskpresikan ide-idenya sendiri melalui bahasa, baik secara tertulis maupun secara lisan

8. Media Sosial

Media Sosial (Afriani, 2011: 24) Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial *network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

9. BUSAM (Bubuhan Samarinda)

Bubuhan Samarinda atau sering disapa dengan sebutan BUSAM ialah merupakan grup yang dibentuk melalui aplikasi *facebook* oleh masyarakat Samarinda untuk saling bertukar informasi seputaran kota samarinda. Dimana di dalam grup tersebut merupakan Masyarakat Samarinda dan luar Daerah Samarinda, BUSAM sering digunakan masyarakat Samarinda umumnya untuk menanyakan suasana kota di samarinda, kejadian yang sedang terjadi di kota Samarinda, serta melakukan transaksi jual beli pada grup tersebut.

C. METODE PENELITIAN

Meliputi jenis penelitian yang akan digunakan yaitu kepustakaan dan lapangan, pendekatan penelitian menggunakan kualitatif, data dan sumber data yang diperoleh untuk melakukan penelitian, waktu dan lokasi penelitian yang sudah ditentukan peneliti, teknik pengumpulan data yang berisikan observasi, dokumentasi, baca, wawancara dan catat, teknik analisis data dan penyajian data.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bahasa yang dapat memengaruhi pikiran seseorang dapat dilihat dari cara seseorang menyampaikan sesuatu yang menarik perhatian orang lain, dari hasil yang telah ditemukan kalimat yang menarik perhatian orang lain dapat berupa kalimat ajakan, kalimat tawaran dan kalimat-kalimat yang dapat meyakinkan orang lain untuk dapat terpengaruh oleh bahasa tersebut. Pada bahasa memengaruhi pikiran ini pun juga mendapat tanggapan dari para ahli yakni Sapir-whorf. Saat seseorang berjualan di media sosial tentu saja penjual hanya menggunakan kata serta kalimat dan juga gambar yang baik untuk dapat menarik perhatian calon pembeli,

sering kita temui para penjual di media sosial menggunakan kata-kata manis sehingga jumlah yang menyukai serta berkomentar pada status tersebut mendapat tanggapan yang banyak contohnya pada data 1 "MURAH MERIAH GAN..." pada ungkapan ini dapat memengaruhi seseorang hingga melakukan tindakan untuk mengunjungi lokasi tersebut karena memiliki harga yang murah

2. Pikiran yang memengaruhi bahasa dapat kita lihat dari teman disekitar yang sedang menjalankan bisnis *online*, yakni ide yang muncul dari pikirannya tentu saja akan berpengaruh dengan bisnis yang dijalankan, contohnya pada data 2 pemilik nama akun *facebook* Siti *Make Up* membuka jasa *make up* dan memposting iklan melalui status *facebook* setelah melihat orang lain yang terlebih dahulu memposting iklan-iklan lainnya pada status *facebook*, Siti pun mengembangkan ide yang diperoleh untuk menyebarkan iklan jasa *make up*nya melalui *online*. Seseorang akan berpikir terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu, ide yang muncul dari pikiran tersebutlah yang akan dikembangkan melalui bahasa lisan maupun tulisan. Pendukung pendapat ini adalah tokoh psikologi yang tak asing bagi manusia, yaitu Jaen Piaget. Piaget berpendapat bahwa bahasa terbentuk karena ada yang membentuk, yaitu berupa proses berpikir (Ahmadi, 2015:61)

3. Pikiran dan bahasa adalah kata yang tidak lagi asing bagi masyarakat yakni bahasa dan pikiran ialah aktivitas yang sering dilakukan dalam keseharian di mana saat manusia berpikir di situ pula manusia akan menyampaikannya menggunakan bahasa dan di mana saat berbahasa di situ pula pikiran ikut serta berkerja untuk menimbulkan ide-ide yang disampaikan melalui bahasa pernyataan ini pun di akui oleh para ahli yakni yang tak asing lagi bagi para ahli di bidang psikolinguistik dia adalah Vigotsky, Vigotsky ialah ahli yang membenarkan bahwa bahasa dan pikiran memiliki hubungan yang saling erat bahkan tak dapat dipisahkan karena keduanya saling dibutuhkan untuk melakukan komunikasi kepada masyarakat lainnya contohnya saat berbelanja *online*, manusia akan melakukan transaksi jual beli di situlah bahasa dan pikiran juga berkerja saat seseorang akan menawarkan produk yang dijual maka penjual akan memikirkan bahasa yang baik untuk menarik perhatian calon pembeli dan pembeli tentu saja ingin membeli produk tersebut karena adanya iklan yang menarik perhatian calon pembeli. Analisis yang telah dilakukan menggunakan masing-masing teori yang mendukung dengan pernyataan para ahli yakni teori pendapat Sapir-whrof yang menyatakan bahasa dapat memengaruhi pikiran seseorang, Jaen Piaget menyatakan bahwa pikiranlah yang dapat memengaruhi bahasa, dan Vigotsky yang menyatakan bahwa bahasa dan pikiran adalah aktivitas yang dapat dipisahkan seperti panah dan anak panah yang di mana tanpa salah satu alat tersebut maka alat tersebut tak lah sempurna untuk digunakan.

E. PENUTUP

Bahasa yang memengaruhi pikiran pada media sosial *facebook* dengan menggunakan kalimat-kalimat yang mengandung ajakan serta informasi yang lengkap sehingga dapat menarik perhatian calon pembeli. Penawaran setiap penawaran yang disampaikan oleh penjual tentu saja menggunakan kalimat yang dapat meyakinkan calon pembeli sehingga pembaca tertarik dengan penawaran

tersebut. Pikiran yang memengaruhi bahasa sering kali dialami oleh masyarakat saat ini yakni dengan membaca postingan-postingan yang ada di media sosial *facebook* saja kita dapat menimbulkan ide dan mengembangkan pemikiran untuk melakukan jual-beli *online* dan dapat diketahui oleh banyak orang lain. Bahasa dan pikiran ialah aktivitas yang saling berkaitan dalam kehidupan manusia dimana bahasa dapat memengaruhi pikiran dan pikiran pun dapat memengaruhi bahasa setiap pengguna bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Anas dan Mohammad Jauhar. 2015. *Dasar-Dasar Psikolinguistik*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Ali, Mohammad dan Mohammad Asori. 2016. *Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifuddin. 2010. *Neuro, Psiko Linguistik*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Busro, Muh. 2006. *Bahasa dan Pikiran*. Madiun: Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Ulama (STAINUN).
- Budiarto, Eko. 2001. *Biostatiska untuk Kedokteran dan Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Egcc.
- Djasudarma, T. Fatimah. 2010. *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Drigayasa, I Wy. 2011. *Bahasa yang Mempengaruhi Pikiran atau Pikiran yang Mempengaruhi Bahasa*. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Dardjowidjojo, Soenjono. 2003. *Psikolinguistik : Pengantar Pemahaman Bahasa Manusia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kesuma, Tri Mastoyo jati. 2007. *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Carasvatibooks.
- Koeswara, E, dkk. 1992. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Eresco.
- Kusdiyati, Sulisworo dan Irfan Fahmi. 2017. *Obeservasi Psikologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Magetsari, Nurhadi, dkk. 1992. *Kamus Perpustakaan dan Dokumentasi*. Dalam (<http://digilib.pnti.go.id/in/dlkmsperp.aspx>).
- Maulidi, Ahmad. 2015. *Kesantunan Berbahasa pada Media Jejaring Sosial Facebook*. Magister Mendidikan Bahasa Indonesia Pascasarjana Universitas Tadulako.
- Moeleong, Lexy J. 2017. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosda Karya.
- Mulawarman, W. G., & Iswanto, Y. 2018. Penerapan Teknik Bagi Unsur Langsung (BUL) pada Identifikasi Afiks Bahasa Dayak Benuaq. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 1(1), 13-18. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v1i1.5>
- Rahmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif Ber-Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Ilmu Budaya

Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya

e-ISSN 2549-7715 | Volume 5 | Nomor 1 | Januari 2021 | Hal: 164—171
Terakreditasi Sinta 4

- Ratna, Kutha Nyoman. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu-Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 1999. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Rakhamt, J. 2000. *Catatan Kang Jalal*. Bandung: Rosda Karya.
- Sudaryanto. 1993. *Metode Linguistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- _____. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sudarto. 1997. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suswanto, Shaven S. 2009. *Mendulang Uang di Facebook*. Jakarta: Cyan Publisher.
- Suroso, Eko . 2014. *Psikolinguistik*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Tannen, Deborah. 1994. *Gender and Discourse*. New York: CUP.
- Utami, Agustin Dyah dan Bambang Eka Purnama. 2012. *Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus di Batik Solo)*. Surakarta: Universitas Surakarta.
- Wahyu, 2012. *Makalah jenis-jenis karangan*.
<http://wahyurosidin.blogspot.com/2017/10/makalah-jenis-jenis-karangan.html> (diakses pada 24 September)
- Widhiarso, Wahyu. 2005. *Pengaruh Bahasa Terhadap Pikiran (kajian hipotetis Benyamin Whrof dan Edward Sapir)*. Fakultas Psikologi UGM.
- Zainal, Muttaqin. 2011. *Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern*. Jurnal Teknologi Vol. 1, no. 2 Juli 2011.

HUBUNGAN BAHASA DAN PIKIRAN DALAM JUAL-BELI DI GRUP FACEBOOK BUSAM TINJAUAN PSIKOLINGUISTIK

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

es.scribd.com

Internet Source

7%

Exclude quotes On

Exclude matches < 5%

Exclude bibliography On