

RAGAM BAHASA DALAM INTERAKSI JUAL BELI DI KOMPLEKS PALU PLAZA

Risma¹, Sugit Zulianto, Sitti Harisah²

risma.untad@yahoo.com

Mahasiswa Program Studi Magister Pendidikan Bahasa Indonesia Pascasarjana Universitas Tadulako

Abstract

This research aims at describing the diversity and the function of languages used in the interaction of selling and buying in complex of Palu Plaza, and factor caused the language diversity. Data source were obtained through verbal utterances of seller and buyer in complex of Palu Plaza by using study of communication ethnography. Method used in this research is qualitative descriptive. Data were collected through four techniques: recording, field-note, observation, and interview unstructured. Subject of this research is the seller and the buyer in Palu Plaza. Technique of data analysis used is interactive model that covers four stages: data collection, data reduction, data presentation, and conclusion and verification. The result of this research revealed that the language diversity used in the interaction between seller and buyer in Palu Plaza is: (1) the form of word use, (2) the use of phrase, (3) the use of sentence. Functions of language diversity found in this research are: (1) emotive function, (2) fatigue function, and (3) directive function. Factors caused the diversity are: (1) age factor, (2) factor of regional origin, (3) gender factor, (4) education factor, (5) factor of occupation/profession, and (6) factor of social status.

Keywords: *Language Diversity, Interaction of Buying and Selling, Communication Ethnography*

Bahasa adalah alat komunikasi yang diperlukan manusia untuk berinteraksi. Manusia memerlukan bahasa sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pikiran, perasaan, dan keinginan agar dapat melangsungkan hubungan dengan komunitasnya. Bahasa adalah suatu sistem simbol lisan yang dipakai oleh anggota suatu masyarakat bahasa untuk berkomunikasi dan berinteraksi antar sesamanya, berlandaskan pada budaya yang mereka miliki bersama (Dardjowidjojo 2010:6).

Ragam Bahasa adalah variasi bahasa menurut pemakaian, yang berbeda-beda menurut topik yang dibicarakan, menurut hubungan pembicara, kawan bicara, orang yang dibicarakan, serta menurut medium pembicara Bachman, (dalam Angriawan 2001:1). Selanjutnya menurut Sumarsono (2012:72-73) ragam atau variasi dari suatu bahasa hubungan antara bahasa dan etnik mungkin merupakan hubungan sederhana yang bersifat kebiasaan yang dipertegas oleh

rintangan sosial antara kelompok, dengan bahasa sebagai ciri pengenal utama.

Fungsi ragam bahasa sangat berperan penting dalam suatu masyarakat karena, fungsi bahasa dapat diwakili oleh beberapa bentuk ujaran atau kalimat yang mengandung berbagai makna yang sesuai dengan konteks pembicaraan. Bahasa, di samping memiliki fungsi sebagai alat komunikasi juga berfungsi sebagai alat untuk memperlancar proses sosial kemasyarakatan. Peranan tersebut merupakan fungsi sosial, yaitu sebagai alat penghubung antar manusia dalam masyarakat. Bahasa juga memiliki fungsi kultural, yaitu sebagai sarana untuk menyampaikan kebudayaan dari satu generasi ke generasi yang lain. Antara bahasa dengan kebudayaan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena selain sebagai bagian, juga merupakan dasar dan pengembangan kebudayaan.

Sebagai suatu komunitas sosial, Kompleks Palu Plaza memiliki nilai sosial yang tinggi. Banyak terjadi gejala sosial di

sana. Salah satunya adalah gejala kebahasaan. Pilihan bahasa sangat penting untuk mendukung interaksi jual beli. Apalagi jual beli tersebut terjadi di lingkungan sosial seperti di Kompleks Palu Plaza yang menjual berbagai kebutuhan Masyarakat. Para pedagang memperlakukan pembeli dengan baik sehingga tertarik dan melakukan pembelian. Ragam bahasa yang digunakan dalam interaksi jual beli mempunyai peranan yang penting bagi masyarakat dalam melakukan interaksi jual beli karena dengan menggunakan ragam bahasa tersebut dapat memudahkan penjual maupun pembeli dalam menyampaikan maksud dan tujuannya agar tercapai kesepakatan.

Kompleks Palu Plaza merupakan salah satu Plaza yang ada di Kota Palu. Barang yang diperjualbelikan merupakan kebutuhan sehari-hari seperti : pakaian, tas, sepatu, sandal, jilbab dan lain-lain. Interaksi jual beli terjadi setiap hari pada pukul 17:00-22:30 WITA, situasi jual beli yang ramai terjadi pada malam minggu serta puncak keramaiannya terjadi pada bulan puasa menjelang lebaran. Pedagang yang ada di Kompleks Palu Plaza dominan etnik Bugis yang merupakan warga pendatang yang berasal dari luar Kota Palu. Saat interaksi jual beli terdapat ragam bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasinya. Ragam bahasa inilah yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini.

Alasan peneliti melakukan penelitian di Kompleks Palu Plaza karena belum ada yang melakukan penelitian ragam bahasa di tempat tersebut, peneliti memilih ragam bahasa sebagai subjek penelitian sebab di Kompleks Palu Plaza terdapat latar belakang sosial budaya yang berbeda. Sehingga menyebabkan terjadinya keaneka ragam bahasa yang digunakan dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza sehingga menarik untuk diteliti.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian deskripsi kualitatif dengan kajian etnografi komunikasi. Etnografi komunikasi sebagai metodologi alternatif untuk meneliti proses, latar, dan tujuan komunikasi serta memahami perilaku sosial budaya suatu kelompok masyarakat dalam suatu interaksi sosial sebagai suatu peristiwa kebudayaan (Kusnadi, 2013:13). Secara khusus penelitian ini berbentuk penelitian kualitatif deskriptif karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka (Maleong 2014:11). Lokasi penelitian bertempat di Kompleks Palu Plaza Kelurahan Siranindi Kecamatan Palu Barat Kota Palu Sulawesi Tengah. Data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu (1) data tuturan lisan dan (2) data catatan lapangan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan empat teknik yaitu (1) perekaman, (2) catatan lapangan, (3) observasi dan (4) wawancara tidak terstruktur. Subjek penelitian ini adalah penjual dan pembeli di Kompleks Palu Plaza. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah model interaktif, yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiyono 2014:92). Analisis dalam penelitian ini mencakup empat tahap, yaitu (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) kesimpulan verifikasi/penerapan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan penelitian tentang ragam bahasa dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza yang dilakukan sejak 26 Juli 2016 sampai dengan 17 Oktober 2016. Secara berturut-turut dideskripsikan sesuai tujuan penelitian, yaitu (1) bentuk ragam bahasa yang digunakan dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza, (2) fungsi ragam bahasa dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza, (3) faktor penyebab terjadinya

ragam bahasa dalam interaksi jual beli di kompleks Palu Plaza.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Ragam Bahasa dalam Interaksi Jual Beli di Kompleks Palu Plaza

Bentuk ragam bahasa yang digunakan dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza akan dideskripsikan pada bagian ini yaitu bentuk penggunaan kata, frasa, dan kalimat. Semua tuturan penjual diberikan kode (K1) dan pembeli diberikan kode (K2).

Bentuk Penggunaan Kata

Bentuk kata merupakan wujud kata tertentu yang mengisi fungsi tertentu dalam paradigma (Kridalaksana, 2011:33) Bentuk penggunaan kata dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza dapat di kelompokkan berdasarkan masing-masing bentuk, seperti kata *ji*, *nggak*, *mi*, *ta*, *je*, dan *lee*.

Bentuk Kata *Ji*

Penjual (K1) : Cari apa?

Pembeli (K2) : Baju batik.

Penjual (K1) : Untuk siapa?

Pembeli (K2) : Untuk cewek (sambil melihat-lihat baju).

Penjual (K1) : Itu model gaun ada *ji* (merujuk kepada baju).

Pembeli (K2) : Kalau ini besar (sambil memegang baju).

Penjual (K1) : M sudah ini, *nggak* ada S nya.

Konteks : dituturkan oleh penjual baju kepada calon pembeli yang mencari baju batik.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan kata "*ji*" pada tuturan (K1) "*itu model gaun ada ji (merujuk kepada baju)*". Pada tuturan tersebut terdapat ragam bahasa dialek Bugis, karena terdapat kata *ji* yang berfungsi sebagai penegas yang bermakna *juga*. Tuturan (K1) tersebut bermaksud untuk memberitahukan pembeli mengenai model baju yang dicari

oleh pembeli. Jadi, pada tuturan (K1) tersebut harusnya "*itu model gaun ada juga*". Penggunaan kata *ji* disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Bentuk Kata *Nggak*

Penjual (K1) : Cari apa?

Pembeli (K2) : Baju batik.

Penjual (K1) : Untuk siapa?

Pembeli (K2) : Untuk cewek (sambil melihat-lihat baju).

Penjual (K1) : itu model gaun adaji (merujuk kepada baju).

Pembeli (K2) : kalau ini besar (sambil memegang baju).

Penjual (K1) : M sudah ini, *nggak* ada S nya.

Konteks : dituturkan oleh penjual baju kepada calon pembeli yang mencari baju batik.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan kata *nggak* pada tuturan (K1) yakni "*M sudah ini, nggak ada S nya*". Tuturan tersebut terdapat ragam bahasa dialek Jawa, karena terdapat kata *nggak* yang bermakna *tidak*. Tuturan penjual tersebut bermaksud untuk memberitahukan kepada pembeli bahwa ukuran baju yang dibutuhkan tidak ada. Pada tuturan (K1) tersebut seharusnya "*M sudah ini, tidak ada s nya*". Penggunaan kata *nggak* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Bentuk Kata *Mi*

Pembeli (K2) : Tidak ada *mi* meranya ini? (sambil memegang sepatu balet).

Penjual (K1) : Tidak ada cuma dua warna itu.

Pembeli (K2) : 40 ini (menayakan harga sepatu).

Penjual (K1) : Iye 80.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual kepada calon pembeli yang

mencari sepatu balet.

Berdasarkan tuturan (K2) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan kata *mi* pada tuturan (K2) yakni “*Tidak ada mi meranya ini?*”. Tuturan tersebut terdapat ragam bahasa dialek Bugis, karena terdapat kata *mi* pada tuturan tersebut yang bermakna *saja, hanya, dan sudah* yang menegaskan secara halus kepada pembeli atau penjual. Pada tuturan (K2) tersebut harusnya “*apakah sudah tidak ada warna merahnya ini?*” yang dituturkan oleh seorang pembeli yang bermaksud untuk menayakan warna sepatu kepada penjual. Penggunaan kata *mi* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Bentuk Kata Lee

Penjual (K1) : Bunda cari apa *lee*?

Pembeli (K2) : Ada baju putih ?

Penjual (K1) : Ada yang model bagaimana?

Pembeli (K2) : Yang lengan panjang?

Penjual (K1) : Yang lengan panjang 150!

Pembeli (K2) : Te bisa kurang?

Penjual (K1) : Minta berapa?

Pembeli (K2) : lapan puluh jo.

Pembeli (K1) : Ambillah.

Konteks : dituturkan oleh penjual baju gamis kepada calon pembeli yang lewat di depannya.

Berdasarkan tuturan (K1) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan kata *lee*. Pada tuturan (K1) yakni “*Bunda cari apa lee?*”. Tuturan (K1) tersebut terdapat ragam bahasa dialek Kaili, karena terdapat kata *lee* pada tuturan tersebut yang berfungsi sebagai penegas. Penggunaan kata *lee* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Bentuk Kata Jo

Penjual (K1) : Bunda cari apa *lee*?

Pembeli (K2) : Ada baju putih ?

Penjual (K1) : Ada yang model

bagaimana?

Pembeli (K2) : Yang lengan panjang?

Penjual (K1) : Yang lengan panjang 150!

Pembeli (K2) : Te bisa kurang?

Penjual (K1) : Minta berapa?

Pembeli (K2) : lapan puluh jo.

Penjual (K1) : Ambillah.

Konteks : dituturkan oleh penjual baju gamis kepada calon pembeli yang lewat di depannya.

Berdasarkan tuturan (K2) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan kata *jo* pada tuturan (K2) yakni “*lapan puluh jo*”. Tuturan tersebut terdapat ragam bahasa dialek Manado, karena terdapat kata *jo* pada tuturan tersebut yang berfungsi sebagai penegas, yang bermakna *saja*. Jadi pada tuturan (K2) tersebut harusnya “*delapan puluh saja*” yang dituturkan oleh seorang pembeli yang bermaksud menawar harga barang kepada penjual menggunakan kata *lee* untuk mengakrabkan suasana. Penggunaan kata *jo* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Bentuk Kata Ta

Pembeli (K2) : Tante berapa ini, celananya ini? (sambil memegang celana)

Penjual (K1) : Itu dua puluh

Pembeli (K2) : klau yg ini? (sambil menunjuk barang)

Penjual (K1) : dua puluh

Pembeli (K2) : nda kurangmi

Penjual (K1) : berapa dimintakan

Pembeli (K2) : lima belas

Penjual (K1) : mo ambe berapa?

Pembeli (K2) : tiga

Penjual (K1) : ambemi

Pembeli (K2) : ada ukuranya tante?

Penjual (K1) : tidak ada.

Pembeli(K2) : kalau yang begitu sama juga.

Penjual (K1) : Iyah sama

Pembeli (K2) : kecil yang ini yang itu saja. (sambil menyerahkan)

barang dan uang)

Penjual (K1) : (membungkus barang) ada uang *ta* seribu?

Pembeli (K2) : iye ada.

Konteks : dituturkan oleh seorang pembeli yang sedang mencari celana panjang.

Berdasarkan tuturan (K1) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan kata *ta* pada tuturan (K1) yakni “*ada uang ta seribu?*”. Pada tuturan (K1) tersebut terdapat ragam bahasa dialek Bugis. Karena terdapat kata *ta* pada tuturan tersebut yang berfungsi sebagai kepemilikan, yang bermakna anda untuk menegaskan secara halus kepada pembeli. Jadi, pada tuturan (K1) tersebut seharusnya “*anda punya uang seribu*”. untuk menegaskan secara halus kepada pembeli maupun penjual. Penggunaan kata *ta* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Bentuk Penggunaan Frasa

Dalam kajian sintaksis, frasa adalah salah satu komponen di dalamnya. Pengertian frasa sendiri didefinisikan sebagai satuan gramatikal yang berupa gabungan kata yang bersifat nonpredikat, atau lasim juga disebut gabungan kata yang mengisi salah satu fungsi sintaksis di dalam kalimat (Chaer, 2012:222). Frasa adalah kelompok kata yang tidak mengandung predikat dan belum membentuk klausa atau kalimat. Dalam penelitian ini penjual dan pembeli yang ada di Kompleks Palu Plaza dalam percakapan sering menyingkat kata dan frasa berikut ini.

Penjual (K1) : Bunda cari apa *lee*?

Pembeli (K2) : Ada baju putih ?

Penjual (K1) : Ada yang model bagaimana?

Pembeli (K2) : Yang lengan panjang?

Penjual (K1) : Yang lengan panjang 150!

Pembeli (K2) : *Te* bisa kurang?

Penjual (K1) : Minta berapa?

Pembeli (K2) : 80 jo.

Penjual (K1) : Ambillah.

Konteks : dituturkan oleh penjual baju gamis kepada calon pembeli yang sedang melihat-lihat barang jualannya.

Berdasarkan tuturan (K2) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan frasa kata *te* pada tuturan (K2) yakni “*Te bisa kurang?*”. Bentuk tuturan tersebut merupakan kontraksi kata dan frasa akibat pengaruh bahasa daerah, yaitu Manado dan Kaili. Frasa kata *te* pada tuturan tersebut bermakna *tidak*. Penggunaan frasa kata *te* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Pembeli (K2) : Yang begini modelnya mas.

(menunjukkan model baju yang telah dipegan).

Penjual (K1) : Pas kau itu.

Pembeli (K2) : Warna ijo toska yang di cari pesanannya orang, besar ini.

Penjual (K1) : Kalau yang itu (sambil menunjuk model baju yang lain).

Pembeli (K2) : Warnanya yang dibutuh.

Penjual (K1) : Ohw kalau yang warna itu *nda* ada tinggal yang ini saja.

Pembeli (K2) : Ada ukurannya ini?

Penjual (K1) : XL

Pembeli (K2) : Ada ukuran lain?

Penjual (K1) : Tidak ada lagi begitu semua sudah ukurannya.

Pembeli (K2) : Besar semua je bagaimana teada ukurannya ada kaya ukuran M, Ini berapa biasanya?

Penjual (K1) : Lapan lima rata.

Konteks : dituturkan oleh pembeli yang sedang mencari baju yang berwarna ijo toska.

Berdasarkan tuturan (K1) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan frasa kata *nda* pada tuturan (K1) yakni “*Ohw kalau yang warna itu nda ada tinggal yang ini saja*”. Bentuk tuturan tersebut merupakan kontraksi kata dan frasa akibat

pengaruh bahasa daerah, yaitu bahasa Jawa. Frasa kata *nda* pada tuturan tersebut bermakna *tidak*. Penggunaan frasa kata *nda* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Penjual (K1) : Mar-mari tasnya dipili-dipilih.

Pembeli (K2) : Berapa tasnya tante?

Penjual (K1) : 60 rata sayang.

Pembeli (K2) : Tidak bisa kurang tante.

Penjual (K1) : *Mo ambe* berapa sayang.

Pembeli (K2) : satu saja *sa mo ambe*.

Konteks : tuturan disampaikan oleh penjual tas kepada calon pembeli yang lewat di depannya.

Berdasarkan tuturan (K1) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan frasa kata *mo* dan *sa* pada tuturan (K1) dan (K2) yakni "*Mo ambe berapa sayang*" dan "*satu saja sa mo ambe*". Bentuk tuturan tersebut merupakan kontraksi kata dan frasa akibat pengaruh bahasa daerah, yaitu bahasa Manado dan Kaili. Frasa kata *mo* pada tuturan tersebut bermakna *mau* dan frasa kata *sa* bermakna *saya*. Penggunaan frasa kata *mo* dan *sa* pada tuturan tersebut disebabkan oleh faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Pembeli (K2) : Mas sandalnya itu Mas *co diliat* (menunjuk barang)

Penjual (K1) : Yang ini (sambil mengambil barang)

Pembeli (K2) : Iya berapa ini Mas?

Penjual (K1) : 15.

Konteks : dituturkan oleh seorang pembeli yang sedang menayakan harga.

Berdasarkan tuturan (K2) terdapat bentuk ragam bahasa yang ditandai dengan frasa kata *co* pada tuturan (K2) yakni "*Mas sandalnya itu Mas co diliat*". Bentuk tuturan tersebut merupakan kontraksi kata dan frasa akibat pengaruh bahasa daerah, yaitu bahasa Manado dan Kaili. Frasa kata *co* pada tuturan tersebut bermakna *coba*. Penggunaan frasa kata *co* pada tuturan tersebut disebabkan oleh

faktor asal daerah sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Bentuk Penggunaan Kalimat

Kalimat merupakan satuan bahasa yang secara relatif berdiri sendiri, mempunyai pola intonasi final dan secara aktual maupun potensial terdiri dari klausa (Kridalaksana, 2011:103) Dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza secara umum kalimat yang mereka gunakan pendek-pendek dan singkat. Hal ini dapat dilihat pada percakapan berikut ini.

Pembeli (K2) : handuknya berapa bu?

Penjual (K1) : lima puluh.

Pembeli (K2) : ada warna lain? (sambil memilih barang).

Penjual (K1) : ada yang warna biru, dan kuning.

Pembeli (K2) : *te bisa kurang?*

Penjual (K1) : tidak bisa sayang suda harganya itu, ada yang harga dua puluh, tiga puluh, tapi bahannya beda.

Pembeli (K2) : ambil yang ini saja mba.

Konteks : dituturkan oleh pembeli yang sedang mencari handuk.

Berdasarkan tuturan (K2), terdapat kalimat pendek dan singkat pada tuturan (K2) yakni "*te bisa kurang*". Kalimat tersebut berbentuk kalimat tanya yang bermakna pembeli menawar harga barang. Kalimat tersebut seharusnya "*apakah tidak bisa kurang*". Pembeli dalam menyampaikan tuturannya menggunakan kalimat yang tidak lengkap, dan menggunakan dialek Kaili karena terbiasa dalam menggunakan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari sehingga terpengaruh dalam penggunaan bahasa Indoneisa.

Penjual (K1) : Mar-mari tasnya dipili-dipilih.

Pembeli (K2) : Berapa tasnya tante?

Penjual (K1) : 60 rata sayang.

Pembeli (K2) : Tidak bisa kurang tante.

Penjual (K1) : *Mo ambe* berapa sayang.

Pembeli (K2) : satu saja *sa mo ambe*.

Konteks : tuturan disampaikan oleh penjual tas kepada calon pembeli yang lewat di depannya.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat kalimat pendek dan singkat pada tuturan (K1) “*satu saja sa mo ambe*”. Kalimat tersebut berbentuk pernyataan yang bermakna menyampaikan kepenjual, jumlah barang yang akan dibeli. Kalimat tersebut seharusnya “*saya mau ambil satu saja*”. Pembeli dalam menyampaikan tuturannya menggunakan bahasa Indonesia dialek dari bahasa Manado dan Kaili. Maka terjadi penggunaan ragam bahasa dalam interaksi jual beli.

Fungsi Ragam Bahasa dalam Interaksi Jual Beli di Kompleks Palu Plaza

Fungsi ragam bahasa yang ditemukan dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza, meliputi (1) fungsi emotif (2) fungsi fatik dan (3) fungsi direktif.

Fungsi Emotif

Penjual (K1) : Bunda cari apa lee?

Pembeli (K2) : Ada baju putih ?

Penjual (K1) : Ada yang model bagaimana?

Pembeli (K2) : Yang lengan panjang?

Penjual (K1) : Yang lengan panjang 150!

Pembeli (K2) : Te bisa kurang?

Penjual (K1) : Minta berapa?

Pembeli (K2) : lapan puluh *jo*.

Penjual (K1) : Ambillah.

Konteks : dituturkan oleh penjual baju gamis kepada calon pembeli yang sedang melihat-lihat barang jualannya.

Berdasarkan tuturan (K2), terdapat fungsi emotif, ditandai dengan kata *jo* pada tuturan (K2) “*lapan puluh jo*” yang dituturkan oleh seorang pembeli kepada penjual yang berfungsi untuk memohon kepada penjual agar harga barang yang ditawarkan oleh pembeli diakui oleh penjual.

Fungsi Fatik

Fungsi fatik, fungsi bahasa ini berfungsi sebagai pembuka pembentuk,

pemelihara hubungan atau kontak antara pembicara dengan penyimak. Maksudnya bahasa menjalin hubungan memelihara, memperlihatkan perasaan persahabatan atau solidaritas sosial. Fungsi fatik ini ditandai dengan kata

Penjual (K1) : Cari apa *sayang*?

Pembeli (K2) : Ada sepatu balet tante?

Penjual (K1) : Ada sayang yang bagaimana kita cari?

Pembeli (K2) : Yang model sekarang tante.

Penjual (K1) : Kalo model sekarang banyak sayang baru datang semua barangnya.

Pembeli (K2) : Boleh diliat dulu tante.

Penjual (K1) : boleh sayang lia-lia saja dulu sapa tau ada yang coco.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan harga barang kepada pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat fungsi bahasa fatik, yang ditandai dengan kata *sayang* pada tuturan (K1) “*cari apa sayang?*”.Tuturan tersebut berfungsi untuk memperlihatkan perasaan persahabatan yang dituturkan oleh penjual untuk menyapa dan menarik menarik perhatian pembeli sehingga tertarik untuk membeli barang jualannya karena pembeli merasa dihargai oleh penjual.

Fungsi Direktif

Dalam hal ini, bahasa dapat digunakan untuk memengaruhi orang lain seperti: emosi, perasaan, dan tindakan. Selain itu, bahasa juga dapat digunakan untuk bertanya dan mengajak.

Fungsi Bertanya

Pada dasarnya fungsi bertanya adalah untuk meminta informasi. Informasi mengacu pada sesuatu yang keberadaanya bersifat independen atau bersifat objektif. Sesuatu yang dimaksud dapat berupa fakta, opini, keputusan, maksud, alasan, atau objek nyata. Tuturan tersebut ditandai dengan *ada, berapa, mana, dan apa.*

Pembeli (K2) : Tidak *ada* mi meranya ini?
(sambil memegang sepatu balet)

Penjual (K1) : Tidak ada cuma dua warna itu.

Pembeli (K2) : 40 ini (menanyakan harga sepatu).

Penjual (K1) : Iye 80.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual kepada calon pembeli yang mencari sepatu balet.

Berdasarkan tuturan (K2), terdapat fungsi bahasa berupa pertanyaan dituturkan oleh pembeli ditandai dengan kata "*ada*" pada tuturan (K2) "*tidak ada mi merahnya ini?*". Tuturan tersebut dituturkan oleh pembeli untuk mendapatkan informasi dari penjual sebagai bentuk pertanyaan untuk menarik simpati penjual sehingga memudahkan dalam interaksi jual beli.

Pembeli (K2) : Pak baju batiknya ada Pak?

Penjual (K1) : Baju batik tinggal yang kaya gini Mas, ukuran XL.

Pembeli (K2) : *Berapa* mi harganya Pak?

Penjual (K1) : Murah saja saya kasi Mas.

Pembeli (K2) : Murahnya dikasi berapa itu Pak.

Penjual (K1) : Ambil 80 saja Mas.

Pembeli (K2) : Oh iye bungkus mi.

Konteks : dituturkan oleh seorang pembeli yang sedang mencari baju batik.

Berdasarkan tuturan (K2), terdapat fungsi bahasa berupa pertanyaan ditandai dengan kata "*berapa*" pada tuturan (K2) "*Berapa mi harganya Pak?*". Tuturan tersebut berfungsi untuk memperoleh informasi dari penjual yang mengenai jumlah harga pakaian dan untuk mengakrabkan suasana atau sekedar ingin mengadakan kontak dengan penjual sehingga memudahkan dalam melakukan interaksi jual beli.

Penjual (K1) : *Mana lee* ?

Pembeli (K2) : Mba berapa bajunya?

Penjual (K1) : 55 belum kurang.

Pembeli (K2) : kalau celananya yang itu

Berapa (merujuk pada celana).

Penjual (K1) : 30.

Konteks : dituturkan oleh penjual yang sedang menawarkan barang kepada calon pembeli yang sedang lewat didepannya.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat fungsi bahasa berupa pertanyaan ditandai dengan kata "*mana*" pada tuturan (K1) "*mana lee?*". Tuturan tersebut berfungsi untuk memperoleh informasi dari pembeli, untuk bertanya dan menarik simpati pembeli untuk mengakrabkan suasana sehingga penjual merasa tertarik untuk membeli.

Penjual (K1) : *Apa* kita cari Puang Aji ?

Singgaki dulu liat-liat gamisnya, kemejanya silahkan kita liat-liatmi dulu Puang Aji siapa tau adami yang cocok. (a)

Konteks: dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan produk pakaian kepada pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat fungsi bahasa berupa pertanyaan ditandai dengan kata "*Apa*" pada tuturan (K1) "*apa kita cari Puang Aji*". Tuturan tersebut berfungsi untuk menyapa dan menghormati pembeli sehingga tertarik untuk singgah dan membeli barang jualanya karena pembeli merasa dihargai oleh penjual.

Penjual (K1) : cari *apa* sayang? (a)

Pembeli (K2) : ada sepatu balet tante?(b)

Penjual (K1) : ada sayang yang bagaimana kita cari? (c)

Pembeli (K2) : yang model sekarang tante.(d)

Penjual (K1) : kalo model sekarang banyak sayang baru datang semua barangya.(e)

Pembeli (K2) : boleh diliat dulu tante (f)

Penjual (K1) : boleh sayang lia-lia saja dulu sapa tau ada yang coco. (g)

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan harga barang kepada pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat fungsi bahasa berupa pertanyaan ditandai dengan kata “*apa*” pada tuturan (K1) “*cari apa sayang?*”. Tuturan tersebut berfungsi untuk menyapa dan menarik perhatian pembeli sehingga tertarik untuk membeli barang jualanya karena pembeli merasa dihargai oleh penjual.

Fungsi Mengajak

Fungsi mengajak adalah tindak tutur yang dilakukan penutur dengan maksud mengiginkan mitra tutur bertindak melakukan sesuatu setelah mendengar tuturan dari penutur. Tuturan tersebut ditandai dengan kata *mari*, *singgaki*, dan *ayo*. Berikut uraian tindak tutur direktif mengajak tersebut.

Penjual (K1) : *Mari* bunda, apa dicari?

Konteks : dituturkan oleh penjual kepada calon pembeli yang lewat di depan jualannya.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat ragam bahasa mengajak yang ditandai dengan kata “*mari*” pada tuturan (K1) “*Mari bunda, apa dicari?*”. Tuturan tersebut berfungsi mengajak yang lewat di depannya sehingga pembeli tertarik untuk melihat dan membeli barang dagangannya. Selain itu, tuturan penjual tersebut bermaksud mengajak sekaligus bertanya kepada pembeli yang sedang lewat di depan jualannya barang apa yang sedang ia cari.

Penjual (K1) : Apa kita cari Puang Aji ?

Singgaki dulu liat-liat gamisnya, Kemejanya silahkan kita liat-liat mi dulu Puang Aji siapa tau adami yang cocok.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan produk pakaian kepada pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat ragam bahasa mengajak yang ditandai dengan kata “*singgaki*” pada tuturan (K1). “*singgaki dulu liat-liat gamisnya*”. Tuturan tersebut berfungsi untuk mengajak pembeli yang lewat di depannya dan menarik simpati

pembeli, karena pembeli juga orang Bugis sehingga memudahkan dalam interaksi jual beli.

Penjual (K1) : *Ayo* bos celananya diobral.

Pembeli (K2) : itu berapa Pak ? (merujuk pada celana panjang).

Penjual (K1) : saratus ribu rata celana panjangnya.

Pembeli (K2) : ukuran L ada.

Penjual (K1) : teada bos yang ada ukuran XL.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual kepada calon pembeli yang lewat di depannya.

Berdasarkan tuturan (K1), terdapat ragam bahasa mengajak yang ditandai dengan kata “*ayo*” pada tuturan (K1) “*Ayo bos celananya diobral*”. Tuturan tersebut berfungsi untuk mengajak calon pembeli yang lewat didepannya. Kata “*ayo*” berfungsi untuk mengajak calon pembeli dan kata “*bos*” berfungsi untuk mengakrabkan suasana. Tuturan tersebut merupakan kalimat sapaan yang dituturkan oleh penjual untuk menarik simpati pembeli. Kata “*ayo bos*” dalam percakapan tersebut berarti silahkan bos (kawan) maksudnya mempersilahkan kepada seseorang untuk melihat-lihat barang yang di pajangkan oleh penjual.

Faktor Penyebab Terjadinya Ragam Bahasa dalam Interaksi Jual Beli di Kompleks Palu Plaza

Faktor-faktor penentu yang menyebabkan terjadinya ragam bahasa pada interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza meliputi (1) faktor usia, (2) faktor asal daerah, (3) faktor jenis kelamin, (4) faktor pendidikan, (5) faktor pekerjaan/profesi dan (6) faktor status sosial. Berikut akan di bahas faktor-faktor penentu terjadinya ragam bahasa dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza.

Faktor Usia

Usia sangat menentukan seseorang untuk menggunakan ragam bahasa yang

berbeda bila ia berbicara dengan orang lain. Misalnya seorang anak akan menggunakan bahasa yang sopan bila ia berbicara dengan orang tuanya, berbeda bila ia berbicara dengan teman akrabnya yaitu akan menggunakan ragam bahasa santai dan ragam bahasa akrab. Begitu juga dengan bahasa yang digunakan seorang penjual dan pembeli di Kompleks Palu Plaza akan beraneka ragam karena faktor usia.

Penjual (K1) : Dompetnya *Mas*.

Pembeli (K2) : Dompot levis ini berapa *Bu*?

Penjual (K1) : 20 rata.

Pembeli (K2) : Yang mana 20 rata semuanya ini?

Penjual (K1) : Iya rata 20.

Pembeli (K2) : Kalau yang ini punya cewe berapa? Berapa *Bu*, 20 juga?

Penjual (K1) : 13 kalau ini 10 laki-laki perempuan boleh pake ambe 20 minta berapa.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan dompet kepada calon pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1) dan (K2) terdapat faktor ragam bahasa ditandai dengan kata sapaan *Mas* dan *bu* pada (K1) "*dompetnya mas*", dan (K2) "*dompot levis ini berapa bu?*". Tuturan (K1) digunakan ketika berinteraksi dengan seorang pembeli yang masih mudah, dan tuturan (K2) menggunakan kata sapaan *Bu* kepada penjual karena melihat penjual usianya lebih tua dari pembeli. Kata sapaan *Mas* pada tuturan (K1) berfungsi sebagai kata sapaan bagi seseorang yang belum kita ketahui namanya sehingga menggunakan kata sapaan *Mas* untuk lebih mengakrabkan suasana.

Asal Daerah

Palu Plaza tidak hanya di datangi oleh penjual dan pembeli dari Kota Palu saja. Banyak penjual dan pembeli yang berasal dari luar Kota Palu. Perbedaan asal daerah seseorang akan mengakibatkan penggunaan ragam bahasa yang berbeda. Terdapat

percampuran bahasa Indonesia dengan bahasa Bugis, dapat dilihat pada tuturan berikut:

Pembeli (K2) : Brapa jeketnya yang depan ini.

Penjual (K1) : 195 bisa yang mana de.

Pembeli (K2) : Tawani yolo.

Penjual (K1) : Ogi muaki pale tawa mui de'marigaga.

Pembeli (K2) : Itu cantik berapa pasnya ini

Penjual (K1) : 140 na sakasiki

Pembeli (K2) : Iye ituna pale.

Konteks : dituturkan oleh seorang pembeli yang sedang mencari pakain/jaket.

Berdasarkan tuturan (K2) terdapat faktor ragam bahasa ditandai dengan kata "*tawani yolo*". Tuturan (K2) digunakan ketika berintraksi dengan seorang penjual. Setelah penjualnya mengetahui pembelinya orang Bugis, penjual juga beralih menggunakan bahasa Bugis karena berasal dari daerah yang sama, yang terdapat pada tuturan (K1) "*Ogi muaki pale tawa mui de'marigaga*". Tuturan (K2) dan (K1) terus berlanjut dengan menggunakan bahasa daerah untuk membuat percakapan lebih akrab dan santai. Inti pembicaraan dapat tersampaikan dengan baik dan para penutur menjadi lebih dekat. Penggunaan bahasa daerah salah satu tujuan utama penjual untuk menarik simpati pembeli. Ketika seorang pembeli atau penjual berasal dari daerah yang berbeda bukan orang Bugis maka akan menggunakan bahasa Indonesia.

Faktor Jenis Kelamin

Faktor jenis kelamin ini dapat mencerminkan ciri khas ragam bahasa pasar. Pedagang perempuan biasanya lebih banyak bertutur dengan pembeli untuk membangun keakraban dengan pembeli. Sedangkan pedagang laki-laki dalam peristiwa tutur lebih bertutur seperlunya.

Penjual (K1) : *cari apa sayang?*

Pembeli (K2) : ada sepatu balet tante?

Penjual (K1) : ada sayang yang

bagaimana kita cari?

Pembeli (K2) : yang model sekarang tante.

Penjual (K1) : kalo model sekarang banyak sayang baru datang semua barangnya.

Pembeli (K2) : boleh dilihat dulu tante.

Penjual (K1) : boleh sayang lia-lia saja dulu sapa tau ada yang coco.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan harga barang kepada pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1) terdapat faktor jenis kelamin ditandai dengan penggunaan kata sapaan *sayang* pada tuturan (K1) "*cari apa sayang?*". Tuturan (K1) digunakan ketika berinteraksi dengan seorang pembeli, untuk lebih mengakrabkan suasana dan menyenangkan hati pembeli. Karena melihat pembelinya seorang perempuan yang masih muda maka penjual akan menyapanya dengan kata "*sayang*". Kata sapaan "*sayang*" sering digunakan oleh penjual yang ada di Kompleks Palu Plaza untuk menarik minat pembeli.

Faktor Pendidikan

Faktor pendidikan sangat berperan dalam pemerolehan bahasa, khususnya bagi penutur yang memiliki bahasa ibu yaitu bahasa daerah, faktor pendidikan ini akan terlihat ketika penutur berbicara bahasa kedua yaitu bahasa Indonesia yang menjadi bahasa pendidikan. Terlihat dari kelancaran berbahasa Indonesia dan cara bertuturannya.

Pembeli (K2) : tante ini berapa?

Penjual (K1) : *yang itu 35, mo ambe berapa?*

Pembeli (K2) : kalau tiga di ambil berapa?

Penjual (K1) : ambe tiga saya kasi 100

Pembeli (K2) : iyah bungkus jo tante.

Konteks : dituturkan oleh seorang pembeli yang sedang menanyakan harga pakaian.

Berdasarkan tuturan (K2), terdapat faktor pendidikan yang ditandai dengan penggunaan bahasa Indonesia yang terdapat pada tuturan (K2) "*tante ini berapa?*".

Tuturan (K2), dalam menyampaikan tuturan kepada seorang penjual menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pendidikannya namun, dalam tuturan tersebut masih terpengaruh dengan bahasa daerah sehingga sangat terpengaruh dalam cara bertuturnya. Dari tuturan tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan (K2) berstatus Mahasiswa.

Faktor Pekerjaan/Profesi

Faktor pekerjaan berpengaruh dalam penggunaan kosakata dan tema pembahasan yang dituturkan oleh penutur sangat berhubungan dengan pekerjaannya sebagai pedagang dan identik dengan jenis barang dagangan. Dalam hal ini, faktor pekerjaan sangat dapat menjadi kekhasan dari ragam bahasa jual beli di Kompleks Palu Plaza. Contohnya: pedagang sandal sangat paham dengan kosakata dan tema pembahasan mengenai sandal, dan pedagang tas dengan kosakata dan tema tas.

Penjual (K1) : *Sandal, sepatu, dipilih, yang mana cewe ?*

Pembeli (K2) : Nda ada besarnya sediki lagi ini ?

Penjual (K1) : Tidak ada lee.

Konteks : Dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan sandal dan sepatu kepada pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1) terdapat faktor pekerjaan/profesi sebagai penjual seperti yang terdapat pada tuturan (K1) "*Sandal sepatu dipilih yang mana cewe?*". Tuturan tersebut bermaksud menyampaikan pesan kepada pembeli dengan cara menawarkan barang kepada pembeli. Penggunaan kosakata yang digunakan identik dengan jenis barang yang dijual sehingga sangat berpengaruh dalam penggunaan ragam bahasa jual beli.

Faktor Status Sosial

Faktor sosial dapat menjadi kekhasan dalam ragam bahasa jual beli ini . Faktor sosial ini dapat dilihat dari segi ekonomi

barang yang dijualnya. Selain dari segi ekonomi barang yang dijual, tempat berjualan juga dapat menjadi faktor sosial dalam penelitian ini. Contohnya adalah pedagang yang menjual jilbab dan mempunyai bahasa yang berbeda dengan pedagang yang menjual sepatu.

Penjual (K1) : mari jilbab mana *lee*.

Pembeli (K2) : ada pasmina kita jual?

Penjual (K1) : iya ada masalah liat-liat.

Pembeli (K2) : berapa kalau yang ini?(sambil memegang barang).

Penjual (K1) : yang itu ampa lima bisa kurang tawarlah.

Pembeli (K2) : tiga puluh bisa.

Penjual (K1) : t bisa *lee* tiga limalah sudah murah itu.

Pembeli (K2) : iyah itu.

Konteks : dituturkan oleh seorang penjual yang sedang menawarkan jilbab kepada calon pembeli.

Berdasarkan tuturan (K1) terdapat faktor status sosial sebagai penjual seperti yang terdapat pada tuturan (K1) “*mari jilbab mana lee*”. Tuturan tersebut terdapat status sosial dilihat dari segi ekonomi barang yang dijual, dimana penjual mengajak pembeli dan menawarkan jilbab kepada pembeli sehingga pembeli tertarik untuk melihat dan membeli barang jualannya. Selain itu bahasa yang digunakan berbeda dengan pedagang penjual sepatu. Dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza masih banyak menggunakan kosakata yang menarik perhatian para pembeli dan masih terjadi proses tawar menawar.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ragam bahasa dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bentuk Ragam bahasa yang ditemukan dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu

Plaza terdiri atas (1) bentuk penggunaan kata, (2) bentuk penggunaan frasa dan (3) bentuk penggunaan kalimat.

2. Fungsi ragam bahasa yang digunakan dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza meliputi (1) fungsi emotif, (2) fungsi fatik, dan (3) fungsi direktif. Fungsi direktif antara lain fungsi bertanya dan fungsi mengajak, fungsi bertanya dapat ditandai dengan kata *ada*, *berapa*, *mana* dan fungsi mengajak ditandai dengan kata *mari*, *singgaki* dan *ayo*.
3. Faktor penyebab terjadinya ragam bahasa dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza meliputi: (1) faktor usia, (2) faktor asal daerah, (3) faktor jenis kelamin, (4) faktor pendidikan (5) faktor pekerjaan/profesi. dan (6) faktor status sosial.

Rekomendasi

1. Bagi pembelajaran linguistik

Berdasarkan analisis terhadap data ditemukan bahwa penjual dan pembeli banyak menggunakan ragam bahasa dalam melakukan interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu pembelajaran linguistik. Hal ini karena ragam bahasa adalah salah satu bagian dari ilmu bahasa oleh karena itu peneliti menyarankan bagi yang ingin mempelajari bentuk-bentuk ragam bahasa khususnya ragam bahasa dalam interaksi jual beli penelitian ini dapat dijadikan masukan.

2. Bagi peneliti

Berdasarkan analisis terhadap data ditemukan bahwa dalam interaksi jual beli terdapat ragam bahasa berdasarkan bentuk, fungsi dan faktornya. Peneliti berharap kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya yang akan mengambil jenis penelitian yang sama, yakni pada kajian ragam bahasa dimanapun lokasinya, agar perlu mengkaji lebih mendalam dan lebih luas karena penulis yakin masih banyak hal-hal yang belum terungkap dari temuan yang

peneliti lakukan. Selanjutnya, peneliti berharap objek yang diteliti ini, dapat menjadi masukan dan referensi bagi peneliti yang akan datang dalam mengkaji ragam bahasa khususnya di kota Palu.

3. Bagi pembaca

Berdasarkan analisis yang dilakukan ditemukan bahwa dalam interaksi jual beli di Kompleks Palu Plaza terdapat berbagai bentuk ragam bahasa yang memiliki fungsi sendiri-sendiri sesuai dengan konteks tuturannya. Oleh karena itu, bagi pembaca yang ingin memahami penelitian ini disarankan agar membaca dengan seksama penelitian ini untuk dapat memahami penelitian ini, karena dalam penelitian ini melibatkan konteks tuturan yang akan menjelaskan alur pembicaraan atau alur tuturan yang ada di dalamnya, sehingga akan diketahui bentuk, fungsi, dan faktornya.

DAFTAR RUJUKAN

- Angriawan, 2011. Ragam dan bahasa. Bandung: Refika Aditama.
- Chaer, Abdul. 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darjadjowidjojo, Soenjono. 2010. *Psikolinguistik: Pengantar Pemahaman Bahasa Manusia..* Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Kridalaksana, Harimurti. 2011. *Kamus Linguistik Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Etnografi Komunikasi : Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Kusnadi. 2013. *Etnografi Komunikasi sebuah Pengantar*. Jember : Buku Ajar Jurusan Sastra Indonesia. Fakultas Sastra Universitas Jember.
- Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Sumarsono. 2012. *Sosiolinguistik*. Bandung: Refika Aditama.