



## Variasi Bahasa Pedagang Dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Pasar Sitimang Kota Jambi; Kajian Sociolinguistik

Rian Bromanggara, Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Sebrangsuryani@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan variasi bahasa pedagang dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Sitimang Kota Jambi dan fungsi bahasa yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data penelitian ini adalah tuturan yang diambil dari percakapan antara penjual dan pembeli di Pasar Sitimang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan data yang didapat, penjual dan pembeli sudah tahu apa yang harus dilakukan jika mereka berhadapan dengan lawan tutur dengan latar belakang sosial, geografis, aliran, usia, jenis kelamin, dan suku yang berbeda-beda. Temuan pada penelitian ini berdasarkan fungsi bahasa menurut teori berjumlah 4 fungsi yaitu *fungsi personal, regulator, interaksional dan heuristik*. Dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Sitimang Kota Jambi, ada hal lain yang bisa dilihat saat melakukan transaksi ditempat perbelanjaan, ada banyak cara dan trik agar komunikasi bisa berlangsung baik dan nyaman.

Kata Kunci: Variasi bahasa, dialek sosial, Interaksi Penjual dan Pembeli

### ABSTRACT

The purpose of this study was to describe the variation of the language of the traders in the Buyer and Seller interaction in Pasar Sitimang Jambi and the language function used. This study used a qualitative approach, descriptive research. The data of this research were quotes taken from a conversation between sellers and a buyers in the Sitimang Market. Based on the data analysis, the result shows that sellers and buyers have already known what to do if they come across people

with different background, social geography, genre, genders, tribe, and ages. The result of these research based on the language function is according to 4 theory , that is *fungsi personal, regulator , interactional and heuristic*. In the interaction of sellers and buyers in the Sitimang Market in Jambi City, there are other things that can be seen when making transactions in shopping places. There are many ways and tricks for comfortable communication.

Keywords: Language variations, social dialects, Buyer and Seller Interactions

## **PENDAHULUAN**

Terjadinya penggunaan variasi bahasa dipengaruhi oleh latar belakang penutur maupun situasi saat tuturan berlangsung. konteks penelitian ini yaitu melihat variasi bahasa dari segi penutur yaitu membicarakan siapa yang menggunakan bahasa tersebut, dimana tinggalnya, Bagaimana kedudukan sosialnya di dalam masyarakat, Apa jenis kelaminnya, dan kapan bahasa itu digunakan, dibidang apa dan bagaimana bahasa itu digunakan.

Penelitian ini bertempat di Pasar Sitimang Kota Jambi yang merupakan salah satu pasar di Kota Jambi, pasar yang menyediakan segala kebutuhan masyarakat mulai dari alat-alat rumah tangga, pakaian, makanan, jasa jahit, jasa perak, dan barang pecah belah. Penjual dan pembeli di pasar ini mempunyai banyak ragam, dimulai dari usia, pendidikan, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat kebangsawanan dan keadaan sosial ekonomi yang berbeda-beda. Dari Sekian banyak pasar yang ada di Kota Jambi, peneliti hanya memfokuskan pada salah satu pasar saja yaitu pasar Sitimang, dikarenakan untuk mempermudah dalam penelitian.

Masyarakat tutur di Pasar Sitimang Kota Jambi adalah masyarakat yang memiliki ragam bahasa untuk dipakai di dalam interaksi sosial mereka,. Gejala pemilihan bahasa dalam masyarakat tutur itu akan tampak semakin rumit apabila tidak digunakan sesuai dengan konteks lawan bicara. Dalam komunikasi pada masyarakat multibahasa, penutur dituntut dapat memilih bahasa secara tepat agar komunikasinya itu dapat berlangsung secara lancar dan wajar. Pemilihan itu tidak

bersifat acak tetapi ditentukan oleh berbagai faktor seperti dialek sosial, geografis, aliran, usia, jenis kelamin, suku. Namun, bagaimana faktor-faktor itu menjadi kendala dalam pemilihan bahasa di Pasar Sitimang Kota Jambi belum terungkap secara empiris.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“VARIASI BAHASA PEDAGANG DALAM INTERAKSI PENJUAL DAN PEMBELI DI PASAR SITIMANG KOTA JAMBI : KAJIAN SOSIOLINGUISTIK”** hal yang menarik untuk diketahui dalam penelitian ini adalah bagaimana bahasa-bahasa yang berbeda ada itu dipilih dalam setiap kesempatan komunikasi yang ada titik bahasa mana yang sering dipergunakan? Bagaimana penggunaannya dan kenapa? persinggungan kode-kode dari bahasa yang berbeda menimbulkan gejala pilihan bahasa yang menarik untuk dikaji.

### **FOKUS PENELITIAN**

- 1) Bagaimanakah variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial?
- 2) Bagaimanakah variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial geografis?
- 3) Bagaimanakah variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial aliran?
- 4) Bagaimanakah variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial usia?
- 5) Bagaimanakah variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial jenis kelamin?
- 6) Bagaimanakah variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial suku?
- 7) Bagaimanakah fungsi bahasa pedagang dalam transaksi jual beli di Pasar Sitimang Kota Jambi?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian tentang Variasi Bahasa Pedagang Dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Pasar Sitimang Kota Jambi yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini juga menggunakan deskriptif kualitatif, ini dilakukan dengan maksud memuat deskripsi atau gambaran secara sistematis. Penelitian ini mempertimbangkan dari sisi metodologi kualitatif itu sendiri, sehingga metode tersebut menghasilkan data deskriptif berupa data yang sifatnya tertulis atau lisan yang ada ditengah-tengah masyarakat sekitar peneliti itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi. Penggunaan metode ini dengan alasan bahwa fokus dalam penelitian ini adalah variasi bahasa pedagang dalam interaksi jual beli. Sementara, pendekatan etnografi bertujuan untuk mendalami pola perilaku, bahasa, dan tindakan sosial suatu kelompok atau komunitas tertentu di lingkungan yang natural dalam periode waktu tertentu. Penelitian ini tidak hanya mengetahui isi teks yang terdapat pada suatu wacana penjual dan pembeli yang ada di Pasar Sitimang Kota Jambi saja, tetapi juga mengetahui pesan yang ingin disampaikan, mengapa harus disampaikan, dan bagaimana pesan-pesan itu tersusun, dan dipahami. Pendekatan etnografi akan memungkinkan untuk memperlihatkan motivasi yang tersembunyi di belakang sebuah teks atau di belakang pilihan metode penelitian tertentu untuk menafsirkan teks.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik rekam, simak, dan catat. Penggunaan alat rekam merupakan suatu alat utama peneliti dalam memperoleh data yang akurat sebelum akhirnya peneliti menyimak dan menyalin hasil rekaman ke dalam catatan khusus untuk semua data. Teknik rekam meniadakan keterlibatan penelitian secara langsung pada saat melakukan penyadapan dengan kata lain peneliti berkedudukan sebagai pengamat dan tidak tutur terlibat dalam peristiwa tutur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 4.1.1 Variasi Bahasa yang Digunakan Berdasarkan Dialek Tingkat Sosial

Data 8 (D8)

Pj : Boleh...

Pb : Saya mau cari kain gorden mbak...

Pj : Ada banyak pak, mau cari yang bahan biasa atau yang bagus?

Pb : yang bagus aja, yang ini kayaknya ya?

Pj : yang itu bahannya tipis pak, kalau mau yang ini bahannya tebal, cuma agak mahal, tapi kualitasnya bagus.

Pb : Oh yaudah bahan yang tebal aja, saya mau untuk 3 jendela, sama untuk 2 pintu...

Pada data di atas terdapat sebuah percakapan antara penjual dan pembeli yang sedang melakukan transaksi jual beli di Pasar Sitimang. Percakapan tersebut dilakukan antara penjual dan pembeli dengan jarak usia yang tidak jauh berbeda. Berdasarkan percakapan di atas seorang penjual menuturkan “Boleh” sebagai kata sapaan penjual ke pembeli, kemudian pembeli langsung menuturkan maksudnya kepada penjual “Saya mau cari kain gorden mbak...”, penjual menawarkan 2 pilihan kualitas barang dagangannya dikarenakan melihat penampilan pembeli yang rapi dan seperti orang kaya “Ada banyak pak, mau cari bahan biasa atau yang bagus?” , pembeli langsung merespon tuturan penjual, karena memang si pembeli menginginkan barang yang berkualitas “yang bagus aja, yang ini kayaknya ya?”, dikarenakan si pembeli tidak tahu barang yang berkualitas maka penjual memberikan saran “yang itu bahannya tipis pak, kalau mau yang ini bahannya tebal, cuma agak mahal”, kemudian pernyataan bahwa si pembeli memang menginginkan barang yang berkualitas, maka percakapan di atas tidak ada tawar menawar harga, dilihat dari tuturan pembeli yang tidak merespon tuturan penjual “Cuma agak mahal” dan si

pembeli langsung menuturkan “Oh yaudah bahan yang tebal aja, saya mau untuk 3 jendela, sama untuk 2 pintu” sebagai bentuk kesepakatan langsung antara penjual dan pembeli. Peneliti memasukkan data 8 ini ke kriteria variasi bahasa berdasarkan dialek sosial, dikarenakan dalam percakapan di atas menunjukkan dialek kelas sosial tinggi.

#### **4.1.2 Variasi Bahasa yang Digunakan Berdasarkan Dialek Sosial Geografis**

Data 7 (D7)

Pj : Oi Jang, apo cerito...

(Hai, kenapa?)

Pb : Nak nyepu perak ko ha bang e, lah pudar...

(Mau nyepuh cincin perak ini bang, sudah pudar...)

Pj : Oooh Siko...

(Oooh sini...)

Pb : Berapo...?

(Berapa?)

Pj : Duo puloh be...

(Dua puluh ribu saja)

Pb : Dak kurang gi?

(Tidak kurang lagi?)

Pj : Mo belas be lah...

(Lima belas ribu saja)

Pada data di atas terdapat sebuah percakapan antara penjual dan pembeli yang sedang melakukan transaksi jual beli di Pasar Sitimang. Percakapan tersebut dilakukan antara penjual dan pembeli dengan asal daerah yang sama. Berdasarkan percakapan di atas seorang penjual menuturkan “Oi Jang”, kata “Jang” sebagai kata sapaan penjual ke pembeli karena berasal dari daerah yang sama yaitu Sebrang Kota Jambi salah satu daerah yang berada di Kota Jambi, karena tahu berasal dari daerah yang sama kemudian pembeli langsung menuturkan maksudnya dengan dialek yang sama “Nak nyepu perak ko ha bang e, lah pudar...”, penjual langsung mengambil

cincin si pembeli karena sudah merasa dekat dikarenakan 1 daerah “Oooh siko...”, lalu si pembeli menanyakan soal harga “berapa?”, penjual langsung menuturkan harga ke penjual “duo puluh be”, karena si pembeli merasa sudah dekat dengan penjual dan masih 1 daerah yang sama maka pembeli menawarkan harga, pembeli yakin masih bisa kurang “Dak kurang gi?”, akhirnya penjual menurunkan harga jasanya dengan kalimat “Mo belas be lah”. Peneliti memasukkan data 7 ini ke kriteria variasi bahasa berdasarkan dialek sosial geografis, dikarenakan dalam percakapan di atas menunjukkan dialek daerah Jambi khususnya di daerah Sebrang Kota Jambi yang mempunyai ciri khas dalam tuturan dari segi kalimat dan nada berbicara.

#### **4.1.3 Variasi Bahasa yang Digunakan Berdasarkan Dialek Sosial Aliran**

Data 9 (D9)

Pj : Cari apa Pak Haji?

Pb 1 : Mau lihat baju koko.

Pj : Lihatlah Pak Haji, Buk Haji cari apa?

Pb 2 : Mukena yang putih polos ada?

Pj : Ada, nanti diambihkan, yang ini ukuran kecil semua.

Pb 1 : yang ini ada ukuran lain dek?

Pj : Ada, bentar...

Pb 2 : yang ini gak kurang ya?

Pj : bisa, gak sekalian sama anakan jilbabnya buk haji?

Pb 2 : Berapa anakan jilbabnya?

Pj : 30 ribu dapet 2

Pb 2 : Oh yaudah ambil yang ini, yang ini sama anakan jilbabnya, jadi berapa?

Pj : 305 ribu buk haji, ambil lah 300

Pada data di atas terdapat sebuah percakapan antara penjual dan pembeli yang sedang melakukan transaksi jual beli di Pasar Sitimang. Percakapan tersebut dilakukan antara penjual dan pembeli yang berbeda umurnya. Berdasarkan percakapan di atas seorang penjual menuturkan

“Cari apa Pak Haji?”, penjual menuturkan kata “Pak haji” sebagai cara penarik agar merasa lebih dekat dengan si pembeli, kata “Pak Haji” pun dituturkan dikarenakan penjual melihat sosok yang agamais pada si pembeli dilihat dari peci berwarna putih yang dipakai si pembeli, walaupun si penjual belum tentu benar kalau si pembeli sudah naik haji sebagai gelar yang dipakai untuk orang yang sudah naik haji. Kemudian pembeli pun langsung menuturkan maksudnya yaitu “Mau lihat baju koko”, lalu si penjual melihat istri pembeli yang juga terlihat sosok agamais sehingga penjual juga menuturkan kata yang sama sebagai bentuk daya tarik dan kedekatan “Lihatlah Pak Haji, Buk Haji cari apa?”, pembeli menuturkan maksudnya yaitu “Mukena yang putih polos ada?”, kemudian penjual menuturkan ” Ada, nanti diambilkan, yang ini ukuran kecil semua” si penjual sudah tahu kalau ukuran si pembeli cocoknya ukuran yang besar. Dilihat juga dari pertanyaan suami yang mengeluhkan ukuran yang kekecilan “yang ini ada ukuran lain dek?”, lalu penjual menuturkan “Ada, bentar...”, kemudian pembeli langsung menawarkan harga, karena harga sudah tercantum di merk baju “yang ini gak kurang ya?”, “bisa, gak sekalian sama anakan jilbabnya buk haji?” dari tuturan si penjual ini penjual bermaksud ingin menawarkan barang yang lain walaupun si pembeli belum tentu ingin membeli, melihat si penjual menawarkan barang yang lain si pembeli pun tertarik sehingga menanyakan soal harga anakan jilbab “Berapa anakan jilbabnya?”, penjual pun langsung menanggapi “30 ribu dapet 2” padahal harga 1 nya 15 ribu tapi penjual menggunakan trik dalam berjualan sehingga si pembeli bisa membeli anakan jilbabnya sebanyak 2 buah, akhirnya kesepakatan pun terjadi dilihat dari tuturan si pembeli “Oh yaudah ambil yang ini, yang ini sama anakan jilbabnya, jadi berapa?”, dikarenakan harganya ganjil maka penjual menggenapkan harga nya “305 ribu buk haji, ambil lah 300” dan ini juga sebagai bentuk terima kasih karena si pembeli sudah membeli barang dagangannya. Peneliti memasukkan data 9 ini ke kriteria variasi bahasa berdasarkan dialek sosial aliran, dikarenakan dalam percakapan di atas

menunjukkan dialek sosial aliran dalam bidang agama, sosok agamais pada pembeli menjadi tolok ukur dalam kriteria variasi bahasa pada data 9 tersebut.

#### 4.1.4 Variasi Bahasa yang Digunakan Berdasarkan Dialek Sosial Usia

Data 4 (D4)

Pj : Beli apo adek? (Ngomong sama anaknya pembeli)

(Beli apa adek?)

Pb : Itu...

(Itu)

Pj : Cokelat yo....mau cokelat?...isi cokelat enak ni...

(Cokelat ya....mau cokelat?...isi cokelat enak ini...)

Pb : Itu...iyo mau...

(Itu...iya mau...)

Pj : Tunggu bentar yooo...tante buatin...

(Tunggu sebentar ya...tante buatin...)

Pada data di atas terdapat sebuah percakapan antara penjual dan pembeli yang sedang melakukan transaksi jual beli di Pasar Sitimang. Percakapan tersebut dilakukan antara penjual dan pembeli dengan jarak usia yang jauh berbeda. Berdasarkan percakapan di atas seorang penjual menuturkan “Beli apo adek?” sebagai kata sapaan penjual ke pembeli yang berusia 3-5<sup>th</sup> pembeli ditemani oleh orang tuanya, situasi disini adalah seorang anak kecil yang melihat pedagang yang menawarkan kue cokelat hingga akhirnya orang tuanya mendekati penjual kue, kemudian anak kecil itu merengek kepada orang tuanya untuk dibelikan kue cokelat “Itu...”, penjual terus saja melakukan promosi/mengajak si anak agar tergiur untuk membeli kue cokelat ”Cokelat yo....mau cokelat?...isi cokelat enak ni...”, sampai akhirnya orang tua si anak membeli kue cokelat sambil anaknya terus merengek “Itu...iyo mau...”, kesepakatan pun terjadi dan akhirnya si anak kecil membeli kue cokelat. Peneliti memasukkan data 4 ini ke kriteria variasi bahasa berdasarkan dialek

sosial usia, dikarenakan dalam percakapan di atas menunjukkan perbedaan usia yang jauh, dan variasi bahasa yang digunakan penjual untuk mengambil hati seorang pembeli anak kecil sangat cocok diterapkan sehingga dagangannya terjual.

#### **4.1.5 Variasi Bahasa yang Digunakan Berdasarkan Dialek Sosial Jenis Kelamin**

Data 5 (D5)

Pj : Apo yuuuk...tengoklah...baju anak ado, baju sekolah, untuk umur berapa?

(Apa yuk...lihatlah...baju anak ada, baju sekolah, untuk umur berapa?)

Pb : Nak nyari baju anak yang bahan katun ado?

(Mau nyari baju anak yang berbahan katun, ada?)

Pj : Ado ni yuk, cubo dulu di pas in

(Ada ini yuk, coba dulu di cocokin)

Pb : yang tangan panjang ado?

(Yang baju tangan panjang ada?)

Pj : Ado, tapi agak besak, dak papolah yuk, agek pas dibadannyo, kalo dio ni cepat besak, setahun be lah besak

(Ada, tapi agak besar, tidak apa yuk, nanti pas dibadannya, kalau dia ini cepat besar, setahun saja sudah besar)

Pb : Kekmano? Mau? (Nanya ke anak)

(Bagaimana? Mau?)

Pb : Yolah ambekla ini duo

(Iyalah ambil ini dua)

Pada data di atas terdapat sebuah percakapan antara penjual dan pembeli yang sedang melakukan transaksi jual beli di Pasar Sitimang. Percakapan tersebut dilakukan antara penjual dan pembeli dengan jenis kelamin yang sama. Berdasarkan percakapan di atas seorang penjual menuturkan “Apo yuuuk...tengoklah...” kata “Yuk” sebagai kata sapaan untuk seorang yang berjenis kelamin perempuan, pembeli pun langsung menanggapi “Nak nyari baju anak yang bahan katun ado?”, disini perbedaan dengan variasi bahasa yang digunakan sedikit berbeda dengan dialek

geografis, perbedaannya terletak pada cara penutur menanggapi tuturan, ketika penjual berhadapan dengan pembeli percakapan lebih panjang dan cenderung banyak basa-basi “Ado, tapi agak besak, dak papolah yuk, agek pas dibadannyo, kalo dio ni cepat besak, setahun be lah besak”, kemudian tuturan yang disampaikan oleh pedagang yang berjenis kelamin perempuan cenderung disertai gerakan seperti menyocokkan barang dagangan ke pembeli “Ado ni yuk, cubo dulu di pas in” meskipun si pembeli belum tentu ingin membeli. Peneliti memasukkan data 5 ini ke kriteria variasi bahasa berdasarkan dialek sosial jenis kelamin, dikarenakan dalam percakapan di atas menunjukkan perbedaan cara menanggapi pembeli berjenis kelamin perempuan, cenderung banyak basa-basi dan sering melakukan banyak gerakan.

#### **4.1.6 Variasi Bahasa yang Digunakan Berdasarkan Dialek Sosial Suku**

Data 3 (D3)

Pb : Bang, ada bibit kelengkeng?

Pj : Abis mas stoknya, ini ada bibit apel...

Pb : Susah gak mas ngidupinnya?

Pj : Oh paling gampang loh ini, bibitnya dari Jawa, jarang loh ini mas di Jambi, rajin dipupukin aja.

Pb : Oh yauda ambil 1 aja mas, manatau subur dan berbuah

Pada data di atas terdapat sebuah percakapan antara penjual dan pembeli yang sedang melakukan transaksi jual beli di Pasar Sitimang. Percakapan tersebut dilakukan antara penjual dan pembeli dengan dua suku yang berbeda, penjual berasal dari Jawa dan pembeli berasal dari daerah Jambi. Bisa kita lihat berdasarkan percakapan di atas seorang pembeli menuturkan “Bang, ada bibit kelengkeng?”, pembeli belum mengetahui kalau penjual berasal dari daerah Jawa sehingga pembeli masih menggunakan sapaan “bang”, setelah penjual menuturkan kalimat “Abis mas stoknya, ini ada bibit apel...” pembeli baru mengetahui kalau penjual berasal dari daerah Jawa,

dilihat dari dialek yang digunakan dan menggunakan kata “Mas” sebagai kata panggilan untuk orang Jawa. Pembeli pun mengubah panggilan dari “bang” menjadi “mas” dilihat dari tuturan “Susah gak mas ngidupinnya?”, perbedaan suku tadi diperkuat lagi dari tuturan penjual yang semakin yakin kalau penjual berasal dari daerah Jawa “Oh paling gampang loh ini, bibitnya dari jawa, jarang loh ini mas di Jambi, rajin dipupukin aja.”. Percakapan itu membuahkan hasil, dikarenakan barang yang diinginkan pembeli tidak ada, tapi ada alternatif barang yang lain. Peneliti memasukkan data 3 ini ke kriteria variasi bahasa berdasarkan dialek sosial suku, dikarenakan dalam percakapan di atas menunjukkan perbedaan suku yaitu dari daerah Jawa dan Jambi.

Dalam penelitian ini penulis menemukan beberapa fungsi yang terdapat pada percakapan pedagang dan pembeli yaitu fungsi personal, regulator, interaksional dan Heuristik.

#### **4.1.7.1 Fungsi Personal**

Dari kutipan percakapan hasil penelitian terlihat bahwa pedagang pada Data 5 (D5) menuturkan “Apo yuuuk...tengoklah...baju anak ado, baju sekolah, untuk umur berapo?” Melalui tuturan tersebut pedagang mengungkapkan bahwa ia mengharapkan adanya pembeli yang tertarik dan ingin membeli baju dagangannya dari berbagai jenis, mulai dari baju anak, baju sekolah dan pedagang menanyakan umur anak si pembeli, walaupun pembeli belum tentu berhenti dan membeli dagangannya namun pedagang menunjukkan suatu harapan agar dagangannya dibeli. Peneliti memasukkan data ini ke fungsi personal dikarenakan adanya tuturan menyatakan sikap terhadap yang dituturkan.

#### **4.1.7.2 Fungsi Regulator**

Pada percakapan hasil penelitian terlihat bahwa pedagang pada Data 8 (D8) berusaha meyakinkan pembeli seperti yang terlihat pada tuturan “yang itu bahannya tipis pak, kalau mau yang ini bahannya tebal, cuma agak mahal, tapi kualitasnya bagus.” dari tuturan tersebut memiliki makna bahwa ada pilihan bahan kain, tetapi penjual menawarkan bahan yang berkualitas sehingga pembeli menjadi tertarik untuk memilih bahan yang berkualitas tersebut.

Terlihat juga percakapan pada Data 5 (D5) yang berusaha meyakinkan pembeli dengan beberapa gerakan, terlihat pada tuturan “Ado ni yuk, cubo dulu di pas in” yang jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia “Ada ini yuk, coba dipakai dulu” disini penjual langsung mengambil pakaian dan langsung menempelkannya ke badan si pembeli. Kemudian terlihat juga pada tuturan “Ado, tapi agak besak, dak papolah yuk, agek pas dibadannyo, kalo dio ni cepat besak, setahun be lah besak” yang jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia “Ada, tapi agak besar, tidak apa yuk, nanti pas kok dibadannya, kalau dia ini cepat besar, satu tahun saja sudah besar” tuturan tersebut menjelaskan bahwa walaupun bajunya sedikit kebesaran, tapi suatu saat nanti akan menjadi pas dibadan, penjual terus berusaha meyakinkan pembeli dengan teknik dan rayuan agar dagangannya laku.

Dengan kemahiran pedagang dalam merayu, meyakinkan dan mempengaruhi lawan tuturnya, maka akan sangat menguntungkan bagi para pedagang, karena bisa memikat lawan tuturnya untuk membeli dagangannya. Namun tidak semua rayuan yang diajukan pedagang itu berhasil memikat hati pembeli, seperti yang terdapat pada pedagang Data 2 (D2) ia mengalami kegagalan dalam memikat hati pembeli.

#### **4.1.7.3 Fungsi Interaksional**

Dalam komunikasi antara penjual dan pembeli perlu adanya kata sapaan dan ungkapan-ungkapan kedekatan, dengan adanya kata sapaan dan ungkapan-ungkapan kedekatan akan

membuat pembeli merasa nyaman dan akrab sehingga menimbulkan kesan yang sopan bagi pelanggan dan menimbulkan ketertarikan pembeli untuk membeli barang dagangannya.

Terlihat tuturan pembeli pada Data 12 (D12) yang menuturkan kata sapaan “Wak”, kata sapaan ini biasanya dituturkan untuk yang sudah kenal dan akrab. Biasanya pembeli melakukan kata sapaan ini ada 2 kemungkinan, pertama pembeli/penjual ingin merasa dekat dan nyaman saat bertransaksi, kedua ingin mencapai kesepakatan dalam jual-beli.

Pada data ini juga terlihat penjual dan pembeli sudah merasa nyaman dalam bertransaksi, dilihat pada tuturan “Masih kau gawean lamo?” jika diartikan dalam bahasa Indonesia “Anda masih kerja yang kemarin?”. Pertanyaan ini sudah merujuk pada pertanyaan personal, disini penjual ingin menuturkan ungkapan-ungkapan kedekatan sosial, agar bertransaksi lebih nyaman lagi.

#### **4.1.7.4 Fungsi Heuristik**

Dalam transaksi jual-beli juga terdapat masalah-masalah yang dihadapi oleh penjual, dalam hal ini fungsi heuristik sangat cocok diterapkan dalam komunikasi jual-beli, hal ini dilihat pada data yang ada di atas.

Pada percakapan hasil penelitian terlihat bahwa pedagang pada Data 3 (D3) berusaha memecahkan suatu masalah, terlihat pada tuturan “Abis mas stoknya, ini ada bibit apel...” penjual bermaksud untuk menggantikan bibit buah kelengkeng dengan bibit buah apel, dikarenakan bibit buah kelengkeng sudah habis, maka penjual mencari jalan keluar agar pembeli tetap membeli dagangannya. Pada data ini, akhirnya penjual dan pembeli mencapai kesepakatan dalam jual-beli.

Sama halnya dengan tuturan pedagang yang terdapat pada Data 1 (D1) “Hmm... ado kayaknyo, agek kito ambek barangnyo.”, dalam situasi ini penjual pergi ke toko sebelah, entah itu

toko punya temannya atau punya keluarganya, penjual terlihat sedang memecahkan suatu masalah yaitu membuat seolah-olah barangnya ada, padahal di toko nya tidak ada.

Hal ini yang dimaksudkan bahwa bahasa berfungsi untuk memecahkan suatu masalah. Ujaran yang diungkapkan oleh pedagang tersebut untuk memecahkan suatu masalah yang dihadapinya, yaitu untuk mendapatkan hati pembeli agar mencapai kesepakatan dalam jual-beli.

## **Pembahasan**

Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek tingkat sosial dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 4 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial geografis dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 4 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial aliran dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 1 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial usia dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 3 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial jenis kelamin dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 5 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial suku dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 3 tuturan.

Sekelompok masyarakat yang terbentuk karena kesamaan atau perbedaan tempat, jenis kelamin ,dan usia, pengguna bahasa memiliki penilaian yang sama terhadap norma-norma pemakaian bahasa, sehingga mempunyai konsep yang fleksibel dan netral. Hal ini sejalan dengan pendapat Chaer dan Agustina (2004:46) mendefinisikan masyarakat tutur sebagai kelompok orang atau masyarakat mempunyai verbal repertoire yang relatif sama serta mereka mempunyai penilaian yang sama terhadap norma-norma pemakaian bahasa yang digunakan dalam masyarakat itu. Jadi, masyarakat tutur bukanlah hanya sekelompok orang yang mempunyai bahasa yang sama,

melainkan kelompok orang yang mempunyai norma yang sama dalam menggunakan bentuk bahasa.

Dari data yang didapat, hampir semua percakapan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli memiliki ragam bahasa tuturan yang sesuai dengan kebutuhan petutur dan juga dengan situasi kondisi yang berbeda. Pada variasi bahasa berdasarkan jenis kelamin, berbeda cara penyampaian kepada lawan tuturnya, jika jenis kelamin perempuan dengan perempuan maka percakapannya lebih banyak basa-basi dan cenderung panjang, menggunakan gerakan dan mimik wajah yang beragam, berbeda dengan percakapan antara laki-laki dengan perempuan, lebih menghemat kata dan tanpa basa-basi.

Pada variasi bahasa berdasarkan dialek sosial usia, jika umur lawan bicara terlihat jauh berbeda maka pembawaan cara bicara juga berbeda terkadang lebih kaku, jika umurnya tidak jauh berbeda maka cara penutur dan petutur berkomunikasi terlihat lebih santai. Hal ini sejalan dengan teori Harimurti (2001:184) menyatakan bahwa ragam bahasa adalah variasi bahasa yang berbeda-beda, menurut pemakaiannya, menurut topik yang dibicarakannya, menurut hubungan pembicaraannya, kawan bicaranya, orang yang dibicarakan, serta menurut medium pembicara.

Pada variasi bahasa berdasarkan tingkat sosial, terjadi perbedaan komunikasi antara tingkat sosial rendah dengan tingkat sosial tinggi, secara otomatis pembawaan yang terlihat pada tingkat sosial tinggi pada pembeli akan merasa tidak khawatir soal harga barang, dan cenderung mengutamakan kualitas barang. Berbeda dengan tingkat sosial rendah, pembeli dan penjual cenderung berkomunikasi secara apa adanya, bahkan terkadang ada rasa peduli jika pembeli dan penjual sedang tidak mempunyai uang yang banyak.

Pada variasi bahasa berdasarkan geografis, jika pembeli tahu kalau penjual itu berasal dari daerah yang sama dengan pembeli, maka tuturan akan berubah dari bahasa Indonesia menjadi

bahasa daerah. Terjadi kedekatan sosial antara penjual dan pembeli jika tuturannya sudah berubah menjadi bahasa daerah. Pada penelitian ini peneliti menemukan beberapa tuturan yang menggunakan bahasa daerah yang sama, disebabkan oleh penjual dan pembeli tahu kalau mereka berasal dari daerah yang sama.

Pada variasi bahasa berdasarkan aliran, pembawaan yang terjadi pada komunikasi akan berbeda jika ada salah satu dari penjual dan pembeli yang berpenampilan agamais, tuturan lebih sopan dan memakai istilah yang melekat pada sosok agamais, contohnya kata “pak haji” atau “buk haji”. Di Indonesia gelar “pak haji” atau “buk haji” melekat pada seseorang yang memakai peci putih dan jilbab syari, yang melambangkan bahwa seseorang tersebut sudah pergi haji ke tanah suci.

Selanjutnya pada variasi bahasa berdasarkan suku, pada penelitian ini akan ada perbedaan cara berkomunikasi antara masyarakat setempat dan masyarakat pendatang atau perantau, bahkan ada yang memakai pendekatan geografis agar proses jual beli mencapai tujuan, contohnya seorang pembeli akan memakai logat atau bahasa daerah yang sama jika tahu kalau penjualnya berasal dari daerah lain padahal pembeli bukan berasal dari daerah penjual.

Sebagai alat komunikasi dalam berinteraksi di dalam bermasyarakat tentu saja bahasa memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi kepada lawan tutur. Chaer dan Agustina (2010:15) mengatakan bahwa fungsi bahasa dapat dilihat dari sudut penutur, pendengar, topik, kode dan amanat pembicaraan. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Halliday (dalam Alwailah, 1985:27) yang membagi fungsi Bahasa menjadi beberapa fungsi yaitu: personal, regulatori atau direktif, representasional, interaksional, heuristic, imajinatif.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa data yang bisa dikategorikan kedalam fungsi bahasa yang sesuai dengan teori Chaer dan Agustina yaitu *fungsi personal, regulator, interaksional dan*

*Heuristik*, contohnya pada fungsi regulator terlihat pada tuturan “Ado, tapi agak besak, dak papolah yuk, agek pas dibadannyo, kalo dio ni cepat besak, setahun be lah besak” fungsi ini berfungsi meyakinkan pembeli agar pembeli dapat membeli dagangannya, contoh yang lainnya pada fungsi heuristik, fungsi ini bertujuan agar penutur bisa mendapatkan jalan keluar dalam masalah yang dihadapinya “Ado duit kecik dak? Sosoknyo dak tek, ambek ko be dak, gelang tasbeh” penutur mendapatkan masalah yaitu tidak ada uang kembaliannya, dengan fungsi ini penutur harus berusaha mendapatkan jalan keluar agar masalah dapat terselesaikan.

Dalam fungsi ini, fungsi bahasa tidak hanya terlihat pada aspek bahasa atau verbal yang digunakan saja, tetapi juga terdapat pada aspek nonverbal yang mendukung aspek verbalnya, seperti gestur atau gerak tubuh, kontak mata, ekspresi muka dapat berupa senyuman, dan lain-lain. Bahasa dan masyarakat hidup bersamaan, keduanya tumbuh kembang secara bersamaan pula, bahasa bisa bertahan dan berkembang karena adanya masyarakat sebagai penutur, begitu juga sebaliknya bahwa masyarakat berkembang dan maju dengan segala ilmu pengetahuan yang dimiliki karena adanya bahasa. Itu sebabnya mengapa bahasa dan manusia tidak dapat dipisahkan.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan temuan penelitian, hampir semua percakapan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli memiliki variasi bahasa tuturan yang sesuai dengan kebutuhan petutur dan juga dengan situasi kondisi yang berbeda. Penjual dan pembeli sudah tahu apa yang harus dilakukan jika mereka berhadapan dengan lawan tutur dengan latar belakang sosial, geografis, aliran, usia, jenis kelamin, dan suku yang berbeda-beda

Hasil temuan penelitian pada variasi bahasa adalah sebagai berikut: Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek tingkat sosial dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 4 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial geografis

dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 4 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial aliran dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 1 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial usia dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 3 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial jenis kelamin dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 5 tuturan. Variasi bahasa yang digunakan berdasarkan dialek sosial suku dalam percakapan antara penjual dengan pembeli muncul sebanyak 3 tuturan.

Jika dilihat dari sudut fungsi bahasanya, fungsi bahasa tidak hanya terlihat pada aspek bahasa atau verbal yang digunakan saja, tetapi juga terdapat pada aspek nonverbal yang mendukung aspek verbalnya, seperti gestur atau gerak tubuh, kontak mata, ekspresi muka dapat berupa senyuman. Hal ini ditemukan beberapa tuturan yang juga diwujudkan dalam bentuk nonverbal seperti basa-basi dan menggunakan mimik wajah yang ceria, senyum, dan kadang suka bercanda dengan lawan tutur. Ada juga yang menggali informasi lawan tutur seperti menanyakan keadaan pekerjaan. Kemudian untuk meningkatkan kenyamanan ada juga pembawaan kepada lawan tutur dalam berkomunikasi, menggunakan kata sapaan yang lebih akrab, dan jika penjual dan pembeli tahu asal daerahnya sama maka mereka lebih sering menggunakan bahasa daerahnya masing-masing dikarenakan mereka sama-sama sedang merantau ke negeri orang. Data yang bisa dikategorikan kedalam fungsi bahasa menurut teori pada penelitian ini berjumlah 4 fungsi yaitu *fungsi personal, regulator, interaksional dan heuristik*.

## **DAFTAR RUJUKAN**

Brown dan Yule. 1996. *Analisis Wacana*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Chaer, A., & Agustin, L. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Kridalaksana, Harimurti 2001 . *Kamus Linguistik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kridalaksana, Harimurti. 1984. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Kridalaksana, Harimurti. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa : Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- M. Subhan, 2001. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah, Edisi Kesatu*. Bandung : Pustaka Setia
- Nababan, P.W.J. 1984. *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Nawawi, H. Hadari. 1983. *Administrasi Pendidikan*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Rokhman, F. 2013. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rusminto, N.E. dan Sumarti. 2006. *Analisis Wacana Bahasa Indonesia (Buku Ajar)*. Universitas Lampung: Lampung.
- S.P, Hasibuan, Melayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sumarsono. 2012. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Suwito. 1983. *Sosiolinguistik. Teori dan Problema*. Surakarta : Henary Offset.
- Sumber Internet: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/sosiolinguistik>
- Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Jambi*. Jambi : Universitas Jambi

