

**RAGAM BAHASA DALAM AKTIVITAS JUAL BELI PADA
PASAR TRADISIONAL, PASAR MODERN, DAN DARING
DITINJAU DARI KELAS SOSIAL**

Beby Dwi Febriyanti
NIDN: 0725028904

Dosen Tetap YPNU FAI-PGMI Universitas Islam Jember
Email : beby_uj@yahoo.com. No. HP : 082125678979

Abstrak Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan adanya perbedaan ragam bahasa yang digunakan dalam proses transaksi jual beli pada pasar tradisional, pasar moder, dan pasar online ditinjau dari kelas sosial. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian adalah ujaran lisan maupun tulis masyarakat pengguna bahasa, sedangkan data penelitiannya berupa kalimat-kalimat proses jual beli serta bentuk kata sapaan. Lokasi penelitian dilakukan di pasar tradisional Jember, pasar modern di kawasan kabupaten Jember, serta memanfaatkan media sosial berupa facebook dan instagram. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Analisis data dilakukan dalam beberapa tahapan, (1) reduksi data, (2) menyajikan dan memaparkan data, (3) penarikan simpulan. Hasil penelitian ini adalah pertama, tentang penggunaan bahasa pada pasar tradisional adalah cenderung digunakannya bahasa daerah baik bahasa Jawa ataupun Madura. Bentuk sapaan antara penjual dengan pembeli menggunakan sapaan pada umumnya yakni Mas, Mbak, Pak, Bu. Kedua penggunaan bahasa pada pasar modern di kawasan Kabupaten Jember adalah antara pembeli dengan pramuniaga menggunakan bahasa Indonesia. Kata sapaan yang digunakan sama dengan pasar tradisional yakni Mas, Mbak, Pak, Bu, Dek. Ketiga penggunaan bahasa pada pasar online menggunakan bahasa Indonesia dan diselingi dengan istilah-istilah asing, begitu pula dalam bentuk kata sapaannya.

Keyword: *Ragam Bahasa, Pasar Tradisional, Pasar Modern, Pasar Online, kelas Sosial.*

PENDAHULUAN

Menurut Rahardisosiolinguistik mengkaji bahasa dengan memperhitungkan hubungan antara bahasa dan masyarakat, khususnya masyarakat penutur bahasa itu. sosiolinguistik mempertimbangkan keterkaitan antara dua hal, yaitu linguistik untuk segi

kebahasaannya dan sosiologi untuk segi kemasyarakatannya¹. Sosiolinguistik tidak hanya memertimbangkan unsur bahasa tetapi juga unsur masyarakat sebagai pengguna bahasa. Sosiolinguistik tidak sekedar membicarakan bahasa sebagai sebuah disiplin ilmu melainkan membicarakan juga bagaimana sebuah bahasa digunakan dalam masyarakat.

Rasa saling membutuhkan mutlak ada dalam setiap diri manusia dan untuk memenuhi kebutuhan tersebut tercipta adanya komunikasi. Komunikasi menjadi salah satu aktivitas terpenting yang dilakukan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Komunikasi yang tercipta terwujud dari adanya bahasa, sebab fungsi umum dari bahasa adalah sebagai alat komunikasi sosial. Penggunaan bahasa jelas bersentuhan langsung dengan masyarakat pemakai bahasa. Masyarakat itu terdiri dari individu-individu, secara keseluruhan individu saling mempengaruhi dan saling bergantung, maka bahasa yang sebagai milik masyarakat juga tersimpan dalam diri masing-masing individu².

Dalam masyarakat kita sering mengenal istilah kelas sosial yang menunjukkan adanya perbedaan tingkatan masyarakat, karena masyarakat kita merupakan masyarakat majemuk terdiri dari berbagai macam latar belakang yang berbeda. Perbedaan antarkelompok masyarakat tercermin dalam ragam bahasa yang digunakan. 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. Selanjutnya dalam kajian ini akan dibahas lebih lanjut mengenai hubungan bahasa dan kelas sosial dengan penggunaannya dalam masyarakat khususnya pada ragam bahasa yang digunakan pada transaksi jual beli antara pasar tradisional, pasar modern, serta yang sedang marak saat ini adalah adanya pasar online.

Pada kenyataannya dalam suatu komunitas manusia yakni masyarakat secara internal dibedakan berdasarkan kelas sosial, gender, dan usia. Kelas sosial mengacu kepada golongan masyarakat yang mempunyai kesamaan tertentu dalam bidang kemasyarakatan seperti ekonomi, pekerjaan, pendidikan, kedudukan kasta³. Kelas sosial ini diartikan sebagai pembagian anggota masyarakat pada status sosial yang berbeda-beda, sehingga para anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan para anggota kelas lainnya

¹Kunjana Rahardi, *Kajian Sosiolinguistik: Ihwal Kode dan Alih Kode*, (Bogor: GhaliaIndonesia, 2001) hlm.16

²Sumarsono dan Paina Partana, *Sosiolinguistik*, (Yogyakarta: Sabda, 2004), hlm. 19

³Sumarsono, *Sosiolinguistik*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2011), hlm. 43

mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah. Karena gaya dan ciri bicara tertentu seingkali dihubungkan dengan kelompok sosial tertentu, maka biasanya orang juga berharap bahwa anggota dari kelompok sosial ini menggunakan gaya atau ciri bahasa yang sesuai dengan status sosial mereka⁴.

Faktor sosial yang mempengaruhi pemakaian bahasa terdiri atas status sosial, tingkat pendidikan, umur, jenis kelamin dan lainnya, sedangkan situasional yang mempengaruhi pemakaian bahasa terdiri atas siapa yang berbicara, dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan, di mana dan mengenai masalah apa. Faktor sosial dan faktor situasional inilah yang menyebabkan munculnya variasi bahasa. Penelitian mengenai bahasa yang dipengaruhi oleh adanya kelas sosial dari suatu masyarakat sudah banyak pula dilakukan oleh peneliti handal seperti William Labov, Trudgill, Bernstein. Temuan mereka membuktikan bahwa suatu kelas sosial dapat memberikan pengaruh kepada bahasa yang digunakan.

Dalam kehidupan sehari-hari tanpa disadari bahasa yang kita gunakan berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan situasi. Keberadaan kelas sosial pada masyarakat menciptakan adanya berbagai variasi bahasa yang digunakan sesuai dengan tingkat sosialnya. Pada masyarakat Jawa dikenal adanya golongan *priyayi* serta *wong cilik* yang masing-masing menggunakan bahasa yang berbeda-beda dalam berkomunikasi. Variasi bahasa yang penggunaannya didasarkan pada tingkat-tingkat sosial ini dikenal dengan istilah *undak usuk*. Adanya tingkat-tingkat bahasa ini menyebabkan penutur dari masyarakat tutur bahasa Jawa tersebut untuk mengetahui lebih dahulu kedudukan tingkat sosialnya terhadap lawan bicaranya⁵. Dalam KBBI menyebutkan bahwa tingkat adalah susunan yang berlapis-lapis atau berlingkek-lingkek seperti lingkek rumah, tumpuan pada tangga; tinggi rendah martabat (kedudukan, jabatan, kemajuan, peradaban); atau dengan kata lain adalah tingkat yang menyatakan kualitas atau keadaan yang dipandang lebih tinggi atau lebih rendah dalam hubungannya dengan titik tertentu⁶. Variasi bahasa Jawa dibedakan menjadi tiga yaitu *krama* (bahasa Jawa paling tinggi/ halus), *madya* (biasa) *ngoko* (bahasa Jawa paling rendah).

⁴Thomas Linda dan Shan Waering, *Bahasa Masyarakat dan Kekuasaan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), hlm. 198

⁵Abdul Chaer dan Leonie Agustina, *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 40

⁶ KBBI, Edisi Ke Tiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007).

Contoh:

- Bahasa Indonesia : “Permisi, Saya mau tanya, rumah Kak Unna itu dimana?”
- Krama : “Nuwun sewu, kula badhe nyuwun pirsu, dalemipun mbak Unna punika, wonten pundi?”
- Madya : “Nuwun sèwu, kula ajeng tanglet, griyané mbak Unna niku teng pundi?”
- Ngoko : “Eh, aku arep takon, omahé mbak Unna iku nèng endi?”

Variasi bahasa menunjukkan bahwa bahasa bersifat heterogen. Keanekaragaman bahasa tampak pada pemakaian baik secara individu atau kelompok dilihat dari intonasi, pilihan kata, susunan kalimat, cara mengungkapkan pendapat.

Situasi/ keadaan pada saat tertentu juga menggunakan ragam bahasa yang berbeda menyesuaikan kepentingan komunikasi terhadap topik serta mitra tutur. Ragam baku akan kita gunakan pada saat situasi formal seperti dalam kelas perkuliahan, rapat dinas, pidato kenegaraan. Beberapa waktu silam beberapa pejabat tinggi kita justru menggunakan bahasa yang nonbaku, salah satunya ragam bahasa mereka dapat dikenali dari segi lafal mereka. Contoh: akhiran -kan yang dilafalkan -ken. Ragam santai/ akrab adalah variasi bahasa yang digunakan dalam situasi tidak resmi untuk berbincang-bincang dengan keluarga atau teman pada waktu beristirahat, berolahraga, berekreasi.

Perbedaan kelas sosial ditunjukkan pula dalam kebiasaan kehidupan sehari-hari masyarakat, salah satunya pada kegiatan belanja. Menurut pengamatan, masyarakat dengan kelas sosial menengah ke bawah cenderung berbelanja di pasar tradisional, sedangkan masyarakat menengah ke atas memilih berbelanja di pasar modern ataupun pasar online.

Pasar atau market merupakan sebuah tempat bertemunya pembeli dengan penjual guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lainnya. Pada umumnya, pengertian pasar tidak menunjuk ke sebuah lokasi ataupun tempat-tempat tertentu, hal ini karena pasar tidak memiliki batas geografis. Adanya sistem jaringan komunikasi modern dapat meniadakan hambatan atau batasan-batasan geografis, sehingga dapat memungkinkan penjual dan pembeli bertransaksi tanpa harus saling melihat wajah satu sama lain⁷.

Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi adalah kesepakatan dalam kegiatan jual beli. Syarat terjadinya transaksi adalah barang yang akan diperjualbelikan, ada pedagang, ada pembeli, dan ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun. Pengkategorian pasar menjadi pasar tradisional dan pasar modern muncul belakangan ini ketika hadirnya pasar swalayan, supermarket, hypermarket, dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil data dari ujaran lisan maupun tulis yang diperoleh akan dianalisis dan disajikan dalam bentuk deskripsi kalimat-kalimat. Hasil penelitian ini digunakan untuk menunjukkan adanya perbedaan bahasa yang digunakan oleh kelompok masyarakat dengan kelas sosial yang berbeda.

Sumber data penelitian ini berupa ujaran lisan maupun tulis dari proses komunikasi transaksi jual beli di beberapa jenis pasar. Data pada penelitian ini adalah kalimat ataupun susunan kalimat. Lokasi penelitian dilakukan di kawasan Kabupaten Jember, sedangkan pasar online memanfaatkan kemajuan teknologi zaman sekarang yakni media sosial berupa aplikasi *facebook* dan *instagram*.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, teknik catat, dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi secara langsung dengan mendatangi pasar tradisional dan pasar modern berupa swalayan. Melalui observasi ini diharapkan peneliti mendapatkan adanya perbedaan bahasa yang digunakan saat di lingkungan pasar tradisional dan modern. Teknik catat digunakan saat peneliti membuat transkrip hasil percakapan penjual dengan pembeli. Dokumentasi dilakukan saat peneliti mengumpulkan data percakapan dari pasar online facebook dan instagram dengan cara mengambil gambar hasil percakapannya.

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman yakni yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan⁸. Untuk memperoleh keabsahan terhadap data yang didapatkan, pada penelitian ini

⁷Woocara, Pengertian Pasar, diakses dari <http://woocara.blogspot.com/2016/01/pengertian-pasar-jenis-jenis-pasar-fungsi-pasar.html#ixzz5TLB3J6NL>, pada tanggal 8 Oktober 2018, pukul 19.09 WIB.

⁸ M.B. Miles dan A. Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif Diterjemahkan oleh Tjeep Rohendi Rohidi, UI Press, Jakarta, hlm.16-19

dilakukan dengan cara ketekunan pengamatan, triangulasi serta pengecekan teman sejawat⁹.

KAJIAN TEORI

Framework Konseptual Ragam Bahasa Dalam Aktivitas Jual Beli Penggunaan Bahasa Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Menurut Perrda No. 02 Tahun 2009, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Los, dan tenda yang dimiliki / dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau Koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar.

Pasar tradisional ini kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Pasar tradisional yang dalam kenyataan sekitar kita didominasi oleh para pembeli yang berasal dari kelas sosial menengah ke bawah. Pilihan bahasa yang digunakan ketika melakukan transaksi pembelian barang di pasar biasanya menggunakan bahasa daerah. Jember yang penduduknya dari etnis Jawa dan juga Madura menggunakan bahasa daerahnya untuk komunikasi. Apabila penjual berasal dari etnis Madura dan pembelinya juga dari etnis Madura, maka dalam kegiatan jual beli mereka akan menggunakan bahasa Madura. Apabila penjual dan pembelinya berasal dari etnis Jawa, maka bahasa Jawalah yang mereka gunakan. Namun tidak menjadi patokan penggunaan bahasa daerah apa yang mereka gunakan, sebab sekalipun etnis Madura yang tinggal di Jember rata-rata mereka paham dan mampu menggunakan bahasa Jawa untuk berkomunikasi. Selain menggunakan bahasa daerah, didapatkan juga penggunaan bahasa Indonesia akan tetapi sangat jarang dan terkadang masih dicampur dengan menggunakan bahasa daerah.

Data (1)

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rosda, Jakarta, 2005, hlm.173

Penjual : Golek opo mbak?

Pembeli : Pak onok jilbab pasmina?

Penjual : onok mbak, golek werno opo?

Pembeli : Abang Pak, piroan?

Penjual : Sing model iki bahane rodo apik mbak, suwidak ewu iki.

Pembeli : kok larang seh Pak, petangpuluh yo Pak

Penjual : Duh mbak, modale ae gak oleh semono.

Pembeli : Piro terus Pak? Petang puluh limo?

Penjual : Seket wes Mbak

Pembeli : Iyo wes Pak tak jupuk

Berdasar data di atas, dapat diketahui bahwa, transaksi pada pasar tradisional yang memang biasanya didominasi oleh pembeli dari tingkat sosial menengah ke bawah. Sehingga bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa yang dalam situasi non formal sehingga mereka bebas menggunakan bahasa dan pilihan kata sesuai dengan kondisi yang ada. Bahkan dari data tersebut juga terdapat interferensi bahasa Madura yakni "mak". Mak dalam bahasa Jawa berarti ibu, akan tetapi untuk bahasa Madura "mak" berarti menunjukkan maksud untuk mengungkapkan perasaan "sangat", "Mak larang seh Pak (mahal sekali sih Pak).

Bentuk sapaan yang digunakan dalam transaksi di pasar tradisional ini adalah bentuk sapaan dalam bahasa Jawa, yakni penggunaan pemanggilan *mbak, mas, pak (bapak), bu (ibu)*. Hal ini didasarkan atas siapa yang menjadi lawan tutur kita dilihat dari segi usianya.

Penggunaan Bahasa Pasar Modern

Pasar modern (swalayan, supermarket) keberadaannya berada di daerah pusat kota maupun kota-kota besar dengan bangunan yang megah, dengan fasilitas yang jauh lebih baik daripada pasar tradisional. Barang yang dijual di pasar modern ini kurang lebih hampir sama dengan pasar tradisional. Akan tetapi dalam pasar tradisional ini kualitas dan harganya relatif lebih mahal, dikarenakan adanya pajak bangunan yang kemudian oleh para pengelola pasar modern dikenakan pengaruhnya kepada harga barang yang ditawarkan.

Barang yang dijual di supermarket dengan ukuran harga yang lebih mahal ini membuat seorang pembeli akan memikirkan dua kali untuk membeli barang di sana. Karena hanya ada di pusat kota dengan harga yang selisih dengan pasar tradisional menyebabkan pengunjung pada pasar modern ini adalah mereka dari kelas sosial menengah ke atas.

Transaksi di pasar modern ini tidak dilakukan adanya tawar menawar karena harga yang ditawarkan sudah termasuk harga pas yang tidak dapat dikurangi. Pembeli bisa memilih-milih barang dan cukup melihat harganya yang sudah tertera. Pembeli akan dilayani oleh seorang pramuniaga, akan tetapi juga ada yang bebas mengambil barang kemudian baru diadakan pembayaran melalui kasir.

Data (3)

Pramuniaga : selamat pagi mbak, silakan dipilih

Pembeli : lagi gak ada diskon ya mbak?

Pramuniaga : iya nih mbak lagi gak ada.

Pembeli : Mbak bisa diambalkan ukuran L untuk model ini?

Pramuniaga : iya mbak, sebentar ya

Pembeli : saya coba dulu mbak

Berdasarkan contoh data di atas, transaksi tersebut merupakan transaksi pembelian baju yang dilakukan di suatu supermarket dengan keberadaan pramuniaga sebagai pelayan. Karena pembeli di pasar modern ini mereka dari golongan menengah ke atas, maka dapat ditandai dengan penggunaannya yang menggunakan bahasa Indonesia. Sangat berbeda dengan penggunaan bahasa di pasar tradisional yang cukup menggunakan bahasa daerah.

Di suatu pasar modern terdapat adanya istilah “*discount*” yang berarti potongan harga. Diskon ini tidak muncul dalam transaksi jual beli di pasar tradisional.

Setelah pembeli merasa cocok dengan barang yang akan dibelinya, barulah dilakukan suatu pembayaran melalui kasir toko. Pembayaran yang dilakukan akan ada bukti pembayarannya yang pada masyarakat kita dikenal dengan istilah nota atau *struck*.

Penggunaan bentuk sapaan di pasar modern ini hampir sama dengan di pasar tradisional. Adanya *mbak*, mungkin juga akan muncul *mas*, *bapak*, *ibu* pula. Sebab biasanya para pramuniaga itu bisa berjenis kelamin perempuan dan laki-laki dengan rentang usia yang terkategori remaja-dewasa. Sedangkan pembelinya dapat berasal dari berbagai kalangan usia.

Penggunaan bahasa Indonesia dalam transaksi jual beli ini adalah bahasa Indonesia ragam non formal. Sehingga ditemukan kata-kata seperti pada contoh yakni *gak*, *nih*.

Data (4)

Pembeli : Mbak ini boleh saya coba?

- Penjaga* : *Maaf kak, bahan kaos atau baju yang warna putih tidak bisa.*
- Pembeli* : *Oh gitu, tapi ini kira-kira muat gak ya di saya?*
- Penjaga* : *Kakaknya biasa pakai size apa? Tapi ini kayaknya muat sih Kak.*
- Pembeli* : *Pakai XL aku biasanya, ah yasudah aku ambil aja kayaknya memang muat.*
- Pembeli* : *(menuju kasir)*
- Kasir* : *Yang ini ya Mbak barangnya? Size XL?*
- Pembeli* : *Iya mba bener.*
- Kasir* : *Ada kartu member mataharinya atau pakai ovo? Kalau mbaknya pakai ovo ada cashbacknya lumayan mbak.*
- Pembeli* : *Oh lagi ada cashback ya, ya suda saya sekalian top up aja kalau gitu ya.*

Data (4) bentuk kata sapaan yang dilakukan oleh pramuniaga adalah kakak. Kata kakak dulunya diperuntukkan pada mereka yang memiliki hubungan darah atau saudara kandung.. Belakangan nampaknya sapaan Kakak mengalami proses pergeseran makna tepatnya generalisasi. Kakak yang dulu hanya digunakan oleh adik kepada saudara tuanya, kini kakak umum dipakai kepada orang lain tanpa adanya ikatan darah. Tidak jarang pula bukan lagi kepada orang yang lebih tua, akan tetapi kepada orang lain yang lebih muda juga digunakan kata kakak sebagai bentuk penghormatan. Contohnya pada data di atas, bisa jadi usia pembeli masih di bawah penjaga tokonya.

Adanya penggunaan istilah asing yakni *size* yang lebih sering muncul dipakai dipercakapan pasar swalayan. *Size* digunakan baik oleh pramuniaga ataupun pembeli untuk menggantikan kata ukuran.

Pada pasaran modern (swalayan) sebagian besar memiliki kartu anggota (member) yang ditawarkan kepada pembeli. Member dibuat sebagai strategi pasar untuk menarik konsumen karena memberikan penawaran yang menarik. *Member* adalah istilah asing yang dipakai untuk memberikan kesan prestise. *Member* biasa digunakan oleh swalayan pada umumnya. Sebagai salah satu keuntungan member seperti data di atas muncul istilah *cashback* yang berarti uang kembali. *Cashback* juga merupakan istilah asing. Pada transaksi tertentu yang masih berkaitan pula dengan member, ada istilah top up yang berarti isi ulang. Di swalayan beberapa istilah asing muncul daripada di pasar tradisional.

Penggunaan Bahasa Pasar Daring

Pasar Daring (dalam jaringan) keberadaannya tidak berwujud bangunan fisik seperti pasar tradisional maupun modern. Kegiatan jual beli melalui online ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan jaringan internet yang dihubungkan dengan jejaring sosial media seperti dijelaskan di atas. Melalui jejaring sosial, pihak penjual maupun pembeli sudah tidak lagi direpotkan dengan jarak. Kita bisa bertemu dengan penjual di seluruh dunia. Penjual dan pembeli dalam hal ini adalah mereka yang tentunya berasal dari tingkat sosial menengah ke atas pula dengan bekal pengetahuan yang mumpuni untuk menjalankan fasilitas internet ini.

Pasar maya tidak membutuhkan transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli dengan barang dagangannya sekalipun. Contohnya pada jejaring sosial di *facebook*, seorang penjual akan memasang foto barang dagangannya dan biasanya diberi keterangan mengenai harga serta ukuran dan juga keterangan lain yang diperlukan.

Data (5)



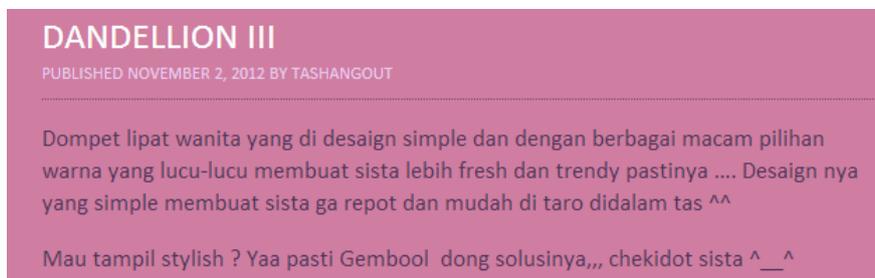
Dari data di atas, penggunaan sebutan waran dalam bahasa Inggris "*orange*", "*inc (include)*" yang berarti memasukkan atau termasuk aksesoris yakni kalung dalam seperti pada gambar, "*high quality*" untuk menyebutkan kualitas bahan yang baik, "*Order pls (order please)*" maksudnya ditunjukkan apabila seorang pembeli yang tertarik dengan barangnya dipersilahkan memesan dengan mengirimkan pesan melalui sms kepada pembelinya.

Data (6)



Gambar 2 ini menunjukkan contoh transaksi pembeli dengan penjual. Ada beberapa istilah dalam bahasa Inggris yang ikut menyertai yakni seperti “ready” yang berarti pembeli menanyakan barang yang sudah siap untuk dijual, penggunaan penyebutan warna “orange, grey, n ivory” oleh penjualnya untuk memberikan informasi kepada pembelinya, dan penggunaan kata “sold” oleh penjual untuk memberikan jawaban atas pertanyaan pembeli yang berarti menandakan barangnya sudah terjual.

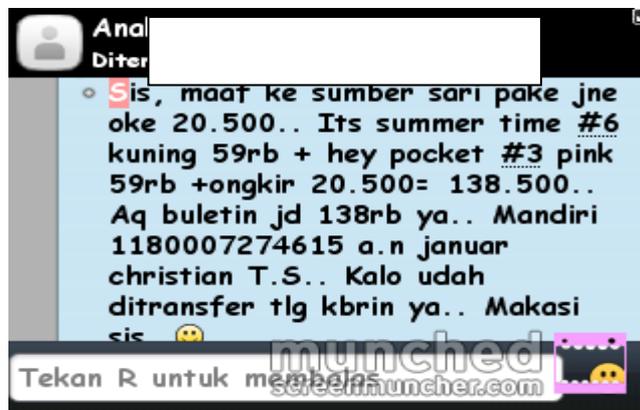
Data (7)



Gambar 3 merupakan contoh data yang diambil dari sebuah website suatu toko online yang memasarkan barang dagannya. Bahasa yang digunakan adalah bahasa non formal dengan adanya campur

kode antara bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Bahasa tulis yang digunakan adalah bentuk bahasa yang biasa digunakan oleh remaja-dewasa perempuan yang dipilih menjadi menarik. Penggunaan istilah bahasa Inggris adalah "*design simple, fresh, trendy, stylish, chekidot (check this out)*".

Bentuk sapaan yang digunakan dalam bahasa online ini adalah untuk perempuan biasanya menggunakan istilah "*sis/sista*" dari kata Inggrisnya yakni "*sister*" yang berarti adalah saudara perempuan digunakan untuk memberikan rasa lebih akrab antara penjual dengan pembelinya.



Gambar 4 ini merupakan contoh telah terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi. Biasanya akan dilakukan melalui sms yang sifatnya lebih pribadi, sebab akan dikirimkan keterangan mengenai total bayar, dan cara pembayaran serta pengiriman yang menggunakan jasa pengirim barang. Terdapat pula biasanya istilah "*booked*" yakni menandakan pembeli sudah memesan barang yang diinginkannya sebelum dia mengirimkan uang sebagai tanda pembelian. Pada akhirnya akan muncul istilah nomor rekening yang digunakan oleh penjual untuk pembeli mengirimkan transfer uangnya dengan jasa suatu perbankan.

Secara keseluruhan, rata-rata pasar maya ini sering menggunakan istilah-istilah dari bahasa asing untuk memberikan kesan lebih elit daripada bahasa Indonesia biasa. Istilah bahasa asing yang digunakan pada pasar modern lebih sedikit dibandingkan dengan pasar maya. Pasar tradisional bahkan jarang terdapat atau tidak terdapat istilah asing sama sekali yang muncul dalam proses transaksi jual beli.

PEMBAHASAN

Masyarakat tutur merupakan pemakai bahasa yang menguasai repertoar bahasa. Repertoar bahasa ialah kemampuan komunikatif, yang dimiliki dan dikuasai individu sebagai pelaku tutur terhadap bahasa dan variasi bahasa. Adanya masyarakat tutur disebabkan oleh adanya kebersamaan dalam kode linguistik. Lalu, adanya dimensi sosial psikologi yang subjektif, serta sikap dan kepercayaan para pemakai bahasa terhadap bahasa yang ada dalam masyarakat. Dari berbagai faktor pembentuk masyarakat tutur tersebut, lahirlah tipe-tipe masyarakat tutur yang dapat dipilah berdasarkan pembentuk kelompok sosialnya, berdasar pemerolehan kepandaian berbahasanya, berdasarkan strata/kelas sosial, ciri perkembangan serta berdasarkan kegiatan tuturnya.

Tingkat/kelas sosial dalam masyarakat dapat dilihat dari dua sisi, yaitu dari ada tidaknya unsur kebangsawanan dan kedudukan sosial yang ditandai dengan tingkat pendidikan dan keadaan ekonomi yang dimiliki. Adanya pembagian kelas pada masyarakat berpengaruh pula terhadap cara penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi yang dilakukan seseorang. Perbedaan ini terdapat dalam wujud variasi bahasa, ragam atau dialek dengan penggunaannya untuk fungsi-fungsi tertentu di dalam masyarakat.

Pengamatan yang dibahas ini menunjukkan terdapat perbedaan penggunaan bahasa pada kegiatan aktivitas jual beli pada pasar tradisional, pasar modern dan pasar maya. Pasar tradisional menggunakan bahasa daerah dalam aktivitasnya, pada pasar modern menggunakan bahasa Indonesia non formal sama halnya dengan pilihan bahasa yang digunakan dalam pasar maya. Terdapat perbedaan istilah-istilah yang digunakan dalam pasar tradisional dan modern dan pasar maya. Bentuk saapan yang dipakai juga berbeda. Hal ini dikarenakan pengunjung dari pasar tradisional biasanya berasal dari kelas sosial menengah ke bawah, sedangkan pasar modern dan pasar maya didominasi oleh mereka dari kelas sosial menengah ke atas sehingga terdapat campur kode dengan istilah-istilah asing.

Catatan Akhir

Hasil penelitian ini adalah pertama, tentang penggunaan bahasa pada pasar tradisional adalah cenderung digunakannya bahasa daerah baik bahasa Jawa ataupun Madura. Bentuk saapan antara penjual dengan pembeli menggunakan saapan pada umumnya yakni Mas, Mbak, Pak, Bu. Kedua penggunaan bahasa pada pasar modern di kawasan Kabupaten Jember adalah antara pembeli dengan pramuniaga menggunakan bahasa Indonesia. Kata saapan yang digunakan sama

dengan pasar tradisional yakni Mas, Mbak, Pak, Bu, Dek. Ketiga penggunaan bahasa pada pasar online menggunakan bahasa Indonesia dan diselingi dengan istilah-istilah asing, begitu pula dalam bentuk kata sapaannya.

Kepada peneliti khususnya bidang sosiolinguistik dapat mengembangkan penelitian selanjutnya dengan lebih mendalam. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian terkait ragam bahasa ditinjau dari status sosial yang lain. Harapan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Daftar Rujukan

- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- KBBI. 2007. Edisi Ke Tiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Miles, M.B. dan Hubberman A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif* (Diterjemahkan oleh Tjejep Rohendi Rohidi). Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosda.
- Rahardi, Kunjana. 2001. *Kajian Sosiolinguistik: Ihwal Kode dan Alih Kode*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarsono. 2011. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sumarsono dan Paina Partana. 2004. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda
- Thomas Linda, dan Shan Waering. 2007. *Bahasa Masyarakat dan Kekuasaan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Woocara. 2016. Pengertian Pasar, Jenis-Jenis Pasar, dan Fungsi Pasar, diakses dari <http://woocara.blogspot.com/2016/01/pengertian-pasar-jenis-jenis-pasar-fungsi-pasar.html#ixzz5TLB3J6NL>, pada tanggal 8 Oktober 2018, pukul 19.09 WIB.