

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini, peneliti memaparkan hasil analisis data-data yang telah didapatkan di lapangan sebelumnya. Penjelasan yang dibahas yakni mengenai hasil transkrip serta data dari narasumber yang melakukan percakapan yang terjadi pada interaksi jual-beli yang dilakukan oleh penjual maupun pembeli di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka. Selain itu pada bab empat ini juga peneliti menyajikan hasil analisis data berupa data tindak tutur dan ragam bahasa.

4.1 Temuan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Objek dalam penelitian ini sendiri yakni pola ragam bahasa yang dihasilkan dari proses interaksi jual-beli pada masyarakat multilingual yang terjadi di pasar *Prapatan*, kabupaten Majalengka. Kajian utama dalam penelitian ini yakni kajian sosiolinguistik. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer berupa studi lapangan. Berdasarkan studi lapangan yang telah dilakukan ditemukan 13 data temuan yang dapat dianalisis lebih dalam untuk dijadikan data penelitian yang ditulis dalam bentuk data transkrip yang secara lengkap ditulis pada lembar lampiran. Ketiga belas data temuan tersebut kemudian dianalisis serta di klasifikasikan untuk menentukan ragam bahasa berdasarkan tingkat keformalannya menurut Joos (1967), serta dianalisis pula faktor-faktor pendorong munculnya ragam bahasa menurut teori Holmes (1992).

4.1.1 Ragam Bahasa

Penelitian ini menganalisis jenis-jenis ragam bahasa yang muncul sebagai hasil interaksi jual-beli yang terjadi pada lingkup masyarakat multilingual pada pasar tradisional *Prapatan* kabupaten Majalengka. Adapun ragam bahasa dapat dipahami sebagai suatu ciri khas fenomena kebahasaan yang muncul karena

diakibatkan adanya interaksi sosial dan didukung oleh faktor-faktor eksternal kebahasaan. Teori ragam bahasa yang digunakan untuk menganalisis data temuan yakni teori ragam bahasa menurut Joos (1967). Menurutnya, tingkat keformalan dalam gaya bahasa yakni ada lima bentuk yaitu 1). Ragam beku (*frozen*), 2). Ragam resmi (*formal*), 3). Ragam santai (*casual*), 4). Ragam usaha (*consultative*), dan 5). Ragam akrab (*intimate*). Berdasarkan data temuan lapangan yang telah dikumpulkan sebelumnya terdapat beberapa ragam bahasa yang muncul. Adapun data-data temuan tersebut secara garis besar dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Instrumen Pengolahan Data Ragam Bahasa

No.	Transkrip Percakapan Penjual dan Pembeli	Identitas Subjek	Jenis Ragam bahasa
1.	Data 1	Penjual: Bapak-bapak paruh baya (59 tahun) – Jawa, Indonesia (Indramayu) Pembeli: Ibu-ibu paruh baya (52 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha (<i>consultative</i>)
2.	Data 2	Penjual: Ibu-ibu paruh baya (51 tahun) – Jawa (Indramayu) Pembeli: Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha (<i>consultative</i>)
3.	Data 3	Penjual: Laki-laki (36 tahun) – Jawa, Indonesia (Sumatera) Pembeli: Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha (<i>consultative</i>)
4.	Data 4	Penjual: Wanita (28 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha (<i>consultative</i>)

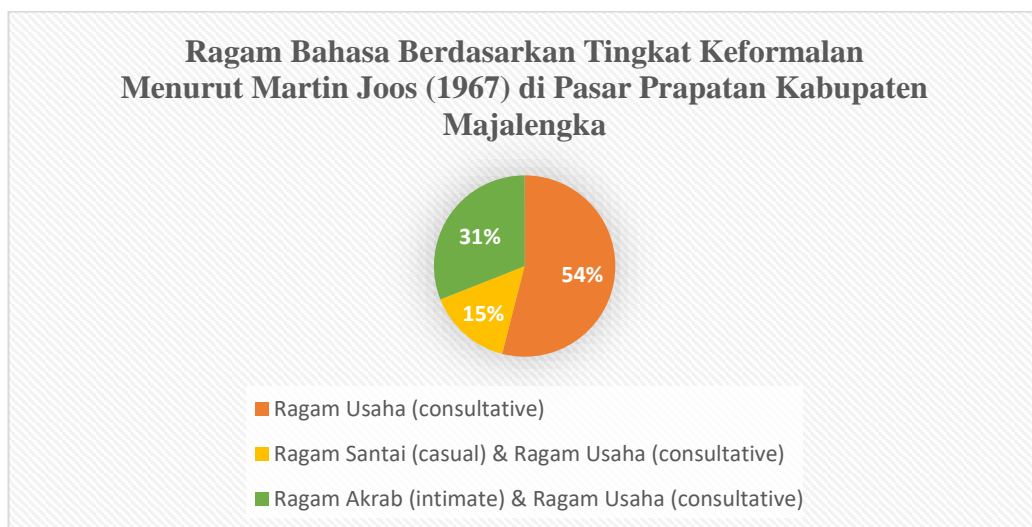
		<p>Pembeli 1: Ibu-ibu paruh baya (47 tahun) – Jawa (Cirebon)</p> <p>Pembeli 2: Bapak-bapak paruh baya (52 tahun) – Jawa (Cirebon)</p>	
5.	Data 5	<p>Penjual: Laki-laki (36 tahun) – Jawa (Cirebon)</p> <p>Pembeli: Ibu-ibu paruh baya (57 tahun) – Sunda (Majalengka)</p>	Ragam usaha (<i>consultative</i>)
6.	Data 6	<p>Penjual: Wanita (36 tahun) – Jawa (Cirebon)</p> <p>Pembeli 1: Ibu-ibu paruh baya (52 tahun) – Jawa (Indramayu)</p> <p>Pembeli 2: Wanita (25 tahun) – Jawa (Cirebon)</p>	Ragam usaha (<i>consultative</i>)
7.	Data 7	<p>Penjual: Ibu-ibu paruh baya (61 tahun) – Jawa, Sunda (Cirebon)</p> <p>Pembeli: Ibu-ibu paruh baya (58 tahun) – Sunda (Majalengka)</p>	Ragam usaha (<i>consultative</i>)
8.	Data 8	<p>Penjual: Laki-laki (36 tahun) – Jawa (Cirebon)</p> <p>Pembeli: Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa (Cirebon)</p>	Ragam santai (<i>casual</i>) + ragam usaha (<i>consultative</i>)

9.	Data 9	<p>Penjual: Laki-laki (34 tahun) – Jawa (Indramayu)</p> <p>Pembeli 1: Ibu-ibu paruh baya (48 tahun) – Jawa (Cirebon)</p> <p>Pembeli 2: Ibu-ibu paruh baya (55 tahun) – Sunda (Majalengka)</p>	Ragam santai (<i>casual</i>) + ragam usaha (<i>consultative</i>)
10.	Data 10	<p>Penjual: Bapak-bapak paruh baya (48 tahun) – Jawa (Cirebon)</p> <p>Pembeli 1: Bapak-bapak paruh baya (52 tahun) – Sunda (Majalengka)</p> <p>Pembeli 2: Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Sunda (Majalengka)</p>	Ragam akrab (<i>intimate</i>) + ragam usaha (<i>consultative</i>)
11.	Data 11	<p>Penjual: Laki-laki (38 tahun) – Jawa (Cirebon)</p> <p>Pembeli 1: Ibu-ibu paruh baya (47 tahun) – Jawa, Sunda (Majalengka)</p> <p>Pembeli 2: Wanita (24 tahun) – Jawa, Sunda, Indonesia (Majalengka)</p>	Ragam akrab (<i>intimate</i>) + ragam usaha (<i>consultative</i>)
12.	Data 12	<p>Penjual: Laki-laki (36 tahun) – Sunda (Majalengka)</p>	Ragam akrab (<i>intimate</i>) + ragam usaha (<i>consultative</i>)

		<p>Pembeli 1: Wanita (34 tahun) – Sunda (Majalengka)</p> <p>Pembeli 2: Ibu-ibu paruh baya (59 tahun) – Sunda (Majalengka)</p>	
13.	Data 13	<p>Penjual: Ibu-ibu paruh baya (40 tahun) – Jawa, Sunda, Indonesia (Majalengka)</p> <p>Pembeli 1: Wanita (23 tahun) – Sunda (Majalengka)</p> <p>Pembeli 2: Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa, Sunda, Indonesia (Majalengka)</p>	Ragam akrab (<i>intimate</i>) + ragam usaha (<i>consultative</i>)

Berdasarkan tabel data di atas, dapat diketahui tingkat presentase masing-masing ragam yang muncul dapat dilihat pada gambar diagram sebagai berikut.

Gambar 4.1 Presentase Ragam Bahasa



Deyaha Afif, 2024

RAGAM BAHASA PADA MASYARAKAT MULTILINGUAL DALAM INTERAKSI JUAL-BELI: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK DI PASAR PRAPATAN KABUPATEN MAJALENGKA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambaran persentase data hasil temuan tersebut lebih terperinci dijelaskan pada deskripsi sebagai berikut.

4.1.1.1 Ragam Usaha (*consultative*)

Ragam usaha (*consultative*) merupakan salah satu jenis tingkat keformalan dalam gaya bahasa menurut Martin Joos. Ragam usaha (*consultative*) ini sendiri dapat dipahami sebagai suatu ragam bahasa yang digunakan dalam berinteraksi antara penutur dengan lawan tuturnya dengan tujuan untuk mendapatkan hasil maupun kesepakatan akhir. Adapun beberapa ragam usaha yang ditemukan dalam data temuan sebagai hasil dari interaksi jual-beli masyarakat multilingual di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka adalah sebagai berikut.

1) Deskripsi Temuan 1 (Rq 1)

Pembeli:	<i>“kien piraan Pak?”</i> (ini berapaan Pak?)
Penjual :	<i>“delapan lima Bu”</i> (delapan puluh lima Bu)
Pembeli:	<i>“bli bisa kurang tah?, pengen sing ireng kalo ada mah”</i> (apa tidak bisa kurang? Kalo ada mau yang hitam)
Penjual :	<i>“yang hitam nya belum ada, masalahnya yang ngetrend lir ini yang ngetrend”</i>
Pembeli:	<i>“lain, gak bisa kurang?”</i> (bukan, gak bisa kurang)
Penjual :	“bisa”
Pembeli:	<i>“pira?”</i> (berapa)
Penjual :	<i>“mau luh delapan puluh”</i> (tadi itu delapan puluh)
Pembeli:	<i>“ya puguh mau kuh delapan puluh Bapa kuh”</i> (ya jelas tadi tuh delapan puluh Bapak tuh)
Penjual :	<i>“tadi mah delapan lima”</i> (tadi delapan lima)
Pembeli:	<i>“tujuh lima wis”</i> (yaudah tujuh lima)
Penjual :	<i>“durung oli”</i> (belum boleh)

Berdasarkan temuan data 1 tersebut, terdapat satu orang penjual dengan satu orang pembeli. Penjual merupakan seorang bapak-bapak paruh baya berusia 59 tahun berasal dari daerah Indramayu. Dalam proses interaksi jual-beli penutur tersebut terdeteksi menggunakan bahasa Jawa dan sesekali terdengar menjawab pertanyaan pembeli dengan menggunakan bahasa Indonesia. Sedangkan pembeli merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 52 tahun yang dalam komunikasinya terdengar konsisten menggunakan bahasa Jawa yang berasal dari daerah Cirebon. Dari hasil proses interaksi jual-beli tersebut dapat terlihat bahwa ragam bahasa yang muncul yakni ragam usaha (*consultative*). Hal tersebut diketahui dari catatan transkrip yang ditebalkan bahwa karena dalam proses tuturannya pembeli berusaha untuk menawar harga yang ditetapkan penjual, namun penjual berusaha meyakinkan pembeli untuk tetap membeli barang sesuai dengan harga yang di tetapkan oleh penjual.

2) Deskripsi Temuan 2 (Rq 1)

Pembeli:	<i>“kien selawe ya?”</i> (ini dua puluh lima ya?)
Penjual :	<i>“selawe sih kang pecok luh”</i> (dua puluh lima yang <i>pecok</i> itu)
Pembeli:	<i>“emong”</i> (enggak mau)
Penjual :	<i>“pacul gede”</i> (pacul yang besar)
Pembeli:	<i>“iya pacul gede, ya arane kah”</i> (iya, pacul besar, ya maksudnya tuh)
Penjual :	<i>“Bu heh 35 ya”</i> (bu, tiga puluh lima saja ya?)
Pembeli:	<i>“selawe bae”</i> (dua puluh lima saja)
Penjual :	<i>“ya wis lah ora papa sok Bu”</i> (ya sudahlah tidak papa boleh bu)

Berdasarkan penggalan dialog tersebut terdapat interaksi jual-beli yang berlangsung antara seorang pembeli yang merupakan ibu-ibu paruh baya, berusia 46 tahun berasal dari daerah Cirebon dengan seorang penjual seorang ibu-ibu paruh baya berusia 51 tahun berasal dari Indramayu. Penjual tersebut menanggapi tuturan dari pembeli menggunakan bahasa Jawa dialek Indramayu sedangkan pembeli

terdengar menggunakan bahasa Jawa dialek Cirebon, dengan kata lain para penutur yang terlibat dalam interaksi masing-masing secara aktif berkomunikasi menggunakan bahasa daerah yakni bahasa Jawa. Dari uraian data tersebut dapat terlihat ragam bahasa yang muncul yakni ragam usaha (*consultative*), hal ini teridentifikasi disebabkan karena pada penggalan dialog yang bercetak tebal tersebut pembeli berusaha menawar harga yang ditawarkan oleh penjual dan tuturan antara keduanya hanya terfokus pada proses tawar-menawar harga.

3) Deskripsi Temuan 3 (Rq 1)

Pembeli	<i>“kien dastere sih abang muda ya? bli bisa kurang toli Mas?”</i> (ini dasternya sih merah muda ya?, enggak bisa kurang harganya Mas?)
Penjual :	“enggak”
Pembeli:	<i>“pase bae pira Mas? Jejeg bae patang puluh”</i> (pas nya saja berapa mas? Pas saja empat puluh)
Penjual :	“yang murah banyak Bu Haji, jahitannya beda, bahannya juga beda”
Pembeli:	<i>“kang kien bae”</i> (yang ini saja)

Berdasarkan data transkrip tersebut terdapat seorang pembeli dan seorang penjual. Pembeli merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 46 tahun yang berasal dari daerah Cirebon, sementara penjual merupakan seorang laki-laki berusia 36 tahun yang berasal dari daerah Sumatera. Pada saat melakukan interaksi jual-beli pembeli secara konsisten menggunakan bahasa Jawa dialek Jawa Cirebon, sedangkan penjual menggunakan bahasa yang berubah-ubah terkadang mengikuti apa yang dituturkan oleh pembeli yakni menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Dari uraian data tersebut dapat terlihat bahwasannya ragam bahasa yang muncul yakni ragam usaha (*consultative*). Hal tersebut terlihat pada catatan transkrip yang tecetak tebal disebabkan karena dalam percakapan yang terjadi antara penjual dan pembeli menunjukkan adanya usaha yang dilakukan penjual

dalam menyakinkan pembeli bahwa kualitas barang yang dijualnya lebih bagus daripada barang yang dijual ditoko lainnya, disamping itu pembeli juga berusaha menawar harga yang ditetapkan penjual pada produknya hal ini bertujuan untuk mencapai hasil kesepakatan dalam proses jual-beli tersebut.

4) Deskripsi Temuan 4 (Rq 1)

Pembeli 1:	<i>“kien onder kaya kien pira pase bae luh?”</i> (ini rok kaya gini berapa harga pas nya?)
Penjual :	<i>“pase nenem lima Bu”</i> (harga pas nya enam lima Bu)
Pembeli 1:	<i>“wis sawidak lima bae luh gagian”</i> (ya sudah enam puluh lima saja itu cepetan)
Penjual :	<i>“durung olih Bu”</i> (belum boleh Bu)
Pembeli 1:	<i>“ya wis deleng, ta langka maning?”</i> (ya sudah lihat, atau tidak ada lagi?)
Penjual :	<i>“conto bae dikit, pengen warnae warna apa?”</i> (contoh saja dulu, mau warnanya warna apa?)
Pembeli 2:	<i>“pengen warna mengkenen jeh”</i> (mau warna yang ini katanya)

Berdasarkan data transkrip tersebut diketahui bahwasannya terjadi interaksi jual-beli antara pembeli 1, pembeli 2 dan seorang penjual. Pembeli 1 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 47 tahun berasal dari Cirebon, pembeli 2 merupakan seorang bapak-bapak paruh baya berusia 52 tahun yang berasal dari daerah Cirebon. Sedangkan penjual merupakan seorang wanita muda berusia 28 tahun yang berasal dari Cirebon. Pada peristiwa tutur tersebut pembeli 1, pembeli 2 dan penjual terdengar konsisten menggunakan bahasa Jawa dalam proses interaksi jual-beli. Adapun ragam bahasa yang muncul dalam dialog tersebut yakni ragam usaha (*consultative*) hal ini disebabkan karena berdasarkan data transkrip percakapan tersebut yang dapat diamati pada bagian bercetak tebal muncul usaha yang dilakukan pembeli untuk menawar harga yang dijajahkan oleh penjual dan

tujuan dari dilakukannya proses interaksi jual-beli tersebut adalah untuk mencapai kesepakatan akhir penjualan.

5) Deskripsi Temuan 5 (Rq 1)

Pembeli:	“meuli bawang bodas” (beli bawang putih)
Penjual :	“sepuluh ewu seprapat” (sepuluh ribu se perempat)
Pembeli:	“ieu bawang baé” (ini bawang saja)
Penjual :	“suwun Bu” (terimakasih Bu)

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa penutur yang terlibat dalam intraksi jual-beli yakni dua orang penutur. Pembeli merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 57 tahun yang berasal dari wilayah Majalengka, sedangkan penjual merupakan seorang laki-laki berusia 36 tahun dan berasal dari wilayah Cirebon. kedua penutur tersebut menggunakan bahasa daerah yang berbeda ketika melakukan interaksi jual-beli, yakni pembeli menggunakan bahasa Sunda sementara penjual menggunakan bahasa Jawa Cirebon. Berdasar pada hasil analisis tersebut terlihat bahwa percakapan yang terjadi antara penjual dan pembeli masuk ke dalam ragam bahasa bahasa usaha (*consultative*) hal ini ditunjukkan dari tuturan yang bercetak tebal para penutur hanya terfokus pada proses jual-beli yang dilakukan dengan adanya proses pembelian yang dilakukan oleh *costumer* kepada penjual.

6) Deskripsi Temuan 6 (Rq 1)

Pembeli 1:	“cardigane sing mengkenen bae Mba ana maning bli?” (cardigan yang begini saja Mbak ada lagi tidak?)
Penjual :	“sing kuen bae? Emong sing kiene?” (yang ini saja? Tidak mau yang ini nya?)
Pembeli 1:	“iya, sing kien pira?” (iya, yang ini berapa?)

Penjual :	<i>“sing kuen tujuh lima, sing warna ijo kuh”</i> (yang ini tujuh lima, yang warna hijau)
Pembeli 1:	<i>“sing kien bae lih”</i> (yang ini saja nih)

Berdasarkan data transkrip tersebut diketahui bahwasannya terdapat tiga penutur yang terlibat di dalam interaksi jual-beli tersebut yakni satu orang penjual dan dua orang pembeli. Penjual merupakan seorang wanita berusia 36 tahun yang berasal dari Indramayu. Sedangkan pembeli 1 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 52 tahun berasal dari Indramayu dan pembeli 2 merupakan seorang wanita berusia 25 tahun berasal dari Cirebon. Dalam percakapannya penjual dan pembeli secara konsisten menggunakan bahasa Jawa. Ragam bahasa yang terdeteksi dari interaksi tersebut yakni ragam usaha (*consultative*). Hal ini disebabkan karena dalam interaksi penjualan tersebut dapat diamati pada transkrip tuturan yang bercetak tebal bahwa pembeli pada saat berinteraksi dan melakukan komunikasi dengan penjual hanya terfokus pada barang yang ingin dibelinya saja. Pembeli juga melakukan usaha menawar harga yang telah ditetapkan penjual sebelumnya dengan tujuan untuk mendapatkan harga beli yang lebih murah.

7) Deskripsi Temuan 7 (Rq 1)

Pembeli:	<i>“baju persib dalapan las kabéh?”</i> (baju persib delapan belas semua?)
Penjual :	<i>“dua puluh ya aya, nu dua puluh?”</i> (dua puluh juga ada, ada yang dua puluh?)
Pembeli:	<i>“éta nu kalérna sabaraha? Dalapan las?”</i> (itu yang sebelah kirinya berapa? Delapan belas?)
Penjual :	<i>“nu ieu téh nu dua puluh ayana nu kieu”</i> (yang ini nih dua puluh adanya yang ini)
Pembeli:	<i>“sabaraha heula hargana?”</i> (berapa dulu harganya?)
Penjual :	<i>“dua delapan”</i> (dua delapan)

Pembeli:	“ah embung, dua lima-an baé. Mun dua lima-an meuli dua. Kajeun?” (ah tidak mau, dua lima-an saja. Kalau dua lima-an beli dua. Boleh?)
Penjual :	“kari lima-lima” (tinggal lima-lima)
Pembeli:	“ah embung, dua lima-an baé” (ah tidak mau, dua lima-an saja)
Penjual :	“genep belas, delapan belas, dua puluh, geus éta baé?” (enam belas, delapan belas, dua puluh, sudah itu saja?)
Pembeli:	“kajeun teuing rada gedé da jeung SD bisa nya?” (tidak papa agak besar karena untuk sampai SD juga bisa ya?)

Berdasarkan hasil transkrip data tersebut bahwa terjadi interaksi jual-beli antara satu orang pembeli dengan satu orang penjual. Pembeli merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 58 tahun berasal dari Majalengka, sedangkan penjual merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 61 tahun berasal dari Cirebon. Terdapat perbedaan pada bahasa yang digunakan oleh penjual maupun pembeli pada saat interaksi tersebut berlangsung, pembeli terdeteksi secara konsisten menggunakan bahasa Sunda sementara penjual terkadang terdengar berubah-ubah pada saat menanggapi permintaan pembeli yakni menggunakan bahasa Sunda maupun bahasa Jawa. Ragam bahasa yang terdeteksi dalam interaksi jual-beli tersebut yakni ragam usaha (*consultative*). Ragam usaha ini dapat terlihat pada tuturan yang bercetak tebal, interaksi tuturan tersebut menunjukkan adanya diskusi yang dilakukan dalam memilih barang serta tawar-menawar harga yang akan disepakati oleh kedua belah pihak (penjual maupun pembeli).

4.1.1.2 Ragam Santai (*casual*) & Ragam Usaha (*consultative*)

Ragam santai (*casual*) merupakan salah satu bentuk gaya ragam bahasa menurut Martin Joos yang diklasifikasikan berdasarkan tingkat keformalannya. Dalam data transkrip interaksi percakapan yang terjadi antara penjual serta pembeli yang tengah melakukan interaksi jual-beli ditemukan adanya ragam santai (*casual*)

yang ditunjukkan penutur. Ragam bahasa santai (*casual*) sendiri dapat dipahami sebagai suatu ragam bahasa yang muncul ketika terjadinya tuturan yang dilakukan oleh penutur yang terdengar menggunakan bahasa non formal dengan mitra tuturnya dan dinilai memiliki kedekatan secara personal dengan mitra tuturnya sehingga dalam berkomunikasi para penutur menggunakan bahasa yang santai (*casual*). Namun, dalam temuan data yang terjadi pada interaksi jual-beli di pasar tradisional *Prapatan* Kabupaten Majalengka jenis ragam bahasa yang muncul selalu di ikuti dengan jenis ragam usaha (*consultative*) hal ini disebabkan karena tujuan dari dilakukannya interaksi tersebut adalah untuk mencapai kesepakatan dalam proses perdagangan (jual-beli) yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli. Adapun ragam santai (*casual*) yang diikuti ragam usaha (*consultative*) yang muncul dalam data temuan yakni sebagai berikut.

1) Deskripsi Temuan 8 (Rq 1)

Pembeli:	<i>“bagen beli di kreseki gah”</i> (boleh tidak di wadahin plastik juga)
Penjual :	<i>“sing penting lima ewu ya Bu”</i> (yang penting lima ribu ya Bu)
Pembeli:	<i>“iya, bagen beli di kreseki gah luh”</i> (iya, tidak papa tidak di wadahin plastik juga tuh)
Penjual :	<i>“dari pada nenem ewu kresek bae ya [tertawa]”</i> (dari pada enam ribu plastik saja ya [tertawa])
Pembeli:	<i>“iya, bati nenem ewu kresek bae [tertawa]”</i> (iya, dari pada enam ribu plastik saja [tertawa])
Penjual :	<i>“kien ese beli tah Bu?”</i> (yang ini es nya enggak Bu?)
Pembeli:	<i>“beli, oli nimbang ta ngira-ngira kien kuh?”</i> (enggak, ini hasil ditimbang atau mengira-ngira ini tuh?)
Penjual :	<i>“nimbang Bu”</i> (ditimbang Bu)

Berdasarkan data transkrip tersebut diketahui bahwasannya interaksi jual-beli dilakukan oleh dua orang yakni satu orang pembeli dan satu orang penjual.

Pembeli merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 46 tahun yang berasal dari wilayah Cirebon, sementara penjual merupakan seorang laki-laki berusia 36 tahun dan berasal dari Cirebon. Ketika interaksi jual-beli berlangsung pembeli maupun penjual sama-sama menggunakan bahasa Jawa Cirebon sebagai alat komunikasi. Dalam komunikasi tersebut penjual dan pembeli terdengar menggunakan bahasa yang santai dan diselingi dengan candaan. Seperti yang terlihat pada data transkrip yang bercetak tebal di atas yakni dengan adanya candaan yang diakhiri dengan tawa di akhir kalimat baik yang dilontarkan oleh penjual maupun pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa ragam bahasa yang muncul yakni ragam bahasa santai (*casual*). Namun dalam interaksi jual-beli tersebut juga ditemukannya ragam bahasa usaha yang dilakukan penjual dalam menarik minat pembeli untuk membeli dagangannya misalnya saja pada saat penjual menawari pembeli untuk membeli es yang dijualnya. Hal tersebut dilakukan guna mencapai kesepakatan akhir penjualan. Berdasarkan sikap penjual tersebut selain ragam santai (*casual*) juga ditemukan ragam usaha (*consultative*) dalam proses interaksi yang terjadi.

2) Deskripsi Temuan 9 (Rq 1)

Pembeli 1:	<i>“ari nu ieu bawang sabaraha?”</i> (kalo yang ini bawang berapa?)
Penjual :	<i>“sepuluh ribu, sepuluh ewu gah mangsa entoka seminggu kuh Bu [tersenyum]”</i> (sepuluh ribu, sepuluh ribu juga tidak akan habis seminggu Bu [tersenyum])
Pembeli 1:	<i>“heueuh, kongkon di plototi bae [tertawa], iki nyah mendelika papat ku yah”</i> (iya, suruh dilihatin saja [tertawa], ini coba lihat empat tuh ya)
Pembeli 2:	<i>“ai éta bawang bodasna sabaraha?”</i> (kalo itu bawang putihnya berapa?)
Penjual :	<i>“sepuluh ewu seprapat”</i> (sepuluh ribu seperempat)

Berdasarkan data transkrip tersebut, diketahui bahwa dalam proses interaksi jual-beli tersebut melibatkan satu orang penjual dengan dua orang pembeli. Penjual

merupakan seorang laki-laki berusia 34 tahun yang berasal dari wilayah Indramayu. Sementara pembeli 1 merupakan ibu-ibu paruh baya berusia 48 tahun berasal dari wilayah Cirebon dan pembeli 2 yang juga merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 55 tahun berasal dari Majalengka. Dalam melakukan interaksi jual-beli penjual terdengar menggunakan bahasa yang berubah-ubah yakni bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Sedangkan pembeli 1 menanggapi tuturan menggunakan bahasa Jawa, sementara pembeli 2 terdengar konsisten menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa tuturan. Dari penjabaran data tersebut terlihat bahwa ragam bahasa yang muncul yakni ragam santai (*casual*). Hal ini terlihat dari tuturan yang dituturkan pembeli 1 kepada penjual yang diselingi candaan yang ditandai pada tuturan “*sepuluh ewu gah mangsa entoka seminggu kuh Bu*” yang kemudian di jawab oleh pembeli 1 dengan kalimat tuturan “*heueuh, kongkon di plototi bae*” ketika menjawab tuturan penjual yang mengatakan membeli bawang hanya untuk dilihat saja supaya tidak habis-habis. Selain itu, data ragam usaha (*consultative*) juga ditemukan dalam data tersebut, hal ini ditunjukkan dengan kesepakatan akhir yakni adanya barang yang terjual dari pedagang.

4.1.1.3 Ragam Akrab (*intimate*) & Ragam Usaha (*consultative*)

Ragam Akrab (*intimate*) merupakan salah satu ragam bahasa berdasarkan tingkat keformalannya menurut Martin Joos. Dalam ragam akrab (*intimate*) ini penutur serta mitra tutur disinyalir memiliki hubungan akrab dan dekat (misal, teman atau keluarga) antara penutur satu dengan yang lainnya. Selain ragam akrab (*intimate*) dalam data temuan ini juga ditemukan adanya ragam bahasa lain dalam satu proses interaksi penjualan yakni ragam usaha (*consultative*). Temuan data ragam usaha tersebut cukup melekat pada proses interaksi jual-beli yang terjadi di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka. Temuan data yang menunjukkan adanya ragam akrab (*intimate*) dan ragam usaha (*consultative*) yang muncul secara bersamaan dalam satu proses interaksi pada penelitian ini lebih terperinci dapat dilihat pada deskripsi temuan sebagai berikut.

1) Deskripsi Temuan 10 (Rq 1)

Pembeli 1:	<i>“tah nu jeung gembok mah ieu”</i> (nah yang ini gembok tuh)
Pembeli 2:	<i>“heueuh-heueuh ieu, nu rada gedé na euweuh ogéh?”</i> (iya yang ini, yang agak besar nya ada gak?)
Pembeli 1:	<i>“euweuh”</i> (gak ada)
Pembeli 2:	<i>“nu rada gedé na euweuh ogeh Pak?”</i> (yang agak besarnya tidak ada Pak?)
Penjual :	<i>“langka Bu”</i> (tidak ada Bu)
Pembeli 1:	<i>“nu ieu jeung nu ieu?”</i> (yang ini sama yang ini)
Pembeli 2:	<i>“nu ieu mereun lima rébu, jeung ieu lima rébu”</i> (yang ini mungkin harganya lima ribu, sama yang ini lima ribu)
Pembeli 1:	<i>“sabaraha ieu kabéhna Mang”</i> (berapa ini semuanya?)
Penjual :	<i>“sepuluh ewu Pak”</i> (sepuluh ribu pak)

Berdasarkan data 2 tersebut, terlihat adanya interaksi jual-beli antara dua orang pembeli dengan seorang penjual. Pembeli 1 merupakan seorang bapak-bapak paruh baya berusia 52 tahun yang berasal dari daerah Majalengka. Sementara pembeli 2 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 46 tahun berasal dari Majalengka. Sedangkan penjual merupakan seorang bapak-bapak paruh baya berusia 48 tahun berasal dari Cirebon. Dalam proses interaksi jual-beli yang terjadi tersebut diketahui bahwasannya pembeli 1 dan pembeli 2 merupakan suami-istri serta secara konsisten menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa interaksi. Sementara penjual terlihat konsisten menjawab menggunakan bahasa Jawa. Berdasarkan data transkrip tersebut apabila dilihat dari teori Martin Joos dapat terlihat bahwasannya ragam bahasa yang muncul yakni ragam akrab (*intimate*). Hal ini terlihat dari adanya kosa kata tidak formal seperti kata *“heueuh”*, yang memiliki arti “iya” dilontarkan oleh pembeli 2 kepada pembeli 1. Kata *“heueuh”* sendiri merupakan bahasa Sunda loma yang biasa digunakan oleh orang-orang seumuran atau yang telah dekat dan akrab, kata tersebut juga menandai adanya

keakraban dan kedekatan secara personal kedua penutur dalam berkomunikasi. Selain ragam akrab (*intimate*) secara bersamaan proses interaksi tersebut juga memiliki tujuan akhir yakni untuk mendapatkan kesepakatan dalam proses penjualan hal ini masuk dalam kategori ragam usaha (*consultative*).

2) Deskripsi Temuan 11 (Rq 1)

Pembeli 1:	“ <i>ana kudung sing dawa bli Mang? Pashmina kah</i> ” (ada kerudung yang panjang tidak Mang? Pashmina)
Penjual :	“ <i>ana, kang plisket?</i> ” (ada, yang plisket)
Pembeli 2:	“bukan, yang polos”
Penjual :	“ <i>sing kien, model plisket ada</i> ” (yang ini, model plisket ada)
Pembeli 2:	“<i>pendek heh Mah, ada yang lebih panjang enggak Pak?</i>” (pendek Mah, ada yang panjang tidak Pak?)
Penjual :	“segitu semua, satu ukuran”
Pembeli 1:	“<i>meureun keur usumna sakitueun</i>” (mungkin sedang musimnya segitu ukurannya)
Pembeli 2:	“ <i>henteu, aya nu leuwih panjang 180an ukuranana</i> ” (tidak, ada yang lebih panjang 180an ukurannya)
Penjual :	“satu ukuran segitu semua”
Pembeli 2:	“enggak ada yang lebih panjang <i>tah</i> Pak”
Penjual :	“enggak ada, udah satu ukuran segitu”

Berdasarkan data transkrip tersebut diketahui bahwa ada tiga orang penutur yang terlibat dalam interaksi jual-beli tersebut, yakni satu orang penjual dan dua orang pembeli. Penjual merupakan seorang laki-laki berusia 38 tahun berasal dari Cirebon, sementara pembeli 1 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 47 tahun berasal dari Majalengka dan pembeli 2 yang merupakan wanita muda berusia 24 tahun berasal dari Majalengka. Dalam interaksi jual-beli tersebut penjual maupun pembeli menggunakan beberapa bahasa yakni bahasa Indonesia, Sunda

dan bahasa Jawa. Adapun ragam bahasa yang terlihat yakni ragam akrab (*intimate*), hal ini disebabkan karena diketahui bahwasannya pembeli 1 dan pembeli 2 merupakan ibu dan anak. Hubungan tersebut diketahui dari sapaan “*Mah*” yang memiliki arti sebutan “mamah” yakni sebutan anak kepada ibunya yang dituturkan pembeli 2 kepada pembeli 1. Selain ragam akrab (*intimate*) dalam tuturan tersebut juga muncul ragam usaha (*consultative*). Hal ini disebabkan karena dalam interaksi tersebut terlihat bahwa penjual berusaha menawarkan beberapa produk yang diminta oleh pembeli. Begitupun dengan pembeli yang mencoba memilih-milih barang yang diinginkan dari penjual sehingga diharapkan dapat mencapai kesepakatan akhir mengenai barang yang ingin dibeli dari toko tersebut.

3) Deskripsi Temuan 12 (Rq 1)

Pembeli 1:	“<i>Ema panjang teuing sandalna ieu mah</i>” (ema terlalu panjang sandalnya yang ini).
Pembeli 2:	“<i>sakieu mah meujeuhna jeung si Bibi</i>” (segini mah pas untuk Bibi)
Pembeli 1:	“<i>di Bibi? Heunteu</i>” (di Bibi? Tidak)
Pembeli 2:	“<i>nomor sabaraha atuh?</i>” (nomor berapa?)
Pembeli 1:	“<i>cobaan tah nu éta [menunjuk], nu ieu mah bisi leutik teuing. Ai Ceu étah biasana nomor sabaraha?</i>” (Cobain itu yang itu, yang ini terlalu kecil. Kalo <i>Ceu Etah</i> biasanya nomor berapa?)
Penjual :	“<i>jadina nu ndi baé Téh?</i>” (jadinya yang mana saja Teh?)
Pembeli 2:	“<i>nu ieu baé tah Mang</i>” (yang ini boleh tah Mang)

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa terdapat tiga orang penutur yang terlibat di dalam interaksi jual-beli, yakni dua orang pembeli dengan satu orang penjual. Pembeli 1 merupakan seorang wanita berusia 34 tahun dan pembeli 2 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya yang berusia 59 tahun yang keduanya sama-

sama berasal dari daerah Majalengka, sedangkan penjual merupakan seorang laki-laki berusia 36 tahun yang berasal dari Majalengka. Dalam interaksi tersebut terdeteksi bahwa ketiganya sama-sama menggunakan bahasa Sunda. Ragam bahasa yang terdeteksi dari interaksi tersebut yakni ragam bahasa akrab (*intimate*). Hal ini disebabkan karena dalam proses interaksi pembeli 1 dan pembeli 2 merupakan seorang ibu dan anak hal ini terlihat dari cara pembeli 1 memanggil pembeli 2 dengan sebutan “*ema*” (ibu). Sapaan “*ema*” sendiri dalam bahasa Sunda Majalengka identik dipergunakan untuk sebutan ibu yang telah lanjut usia, sedangkan interaksi dengan penjual juga terdengar lebih santai karena ketiganya berasal dari daerah yang sama yakni daerah Majalengka. Selain ragam akrab (*intimate*) dalam data ini juga ditemukan adanya ragam usaha (*consultative*), hal ini ditunjukkan dengan adanya proses memilah-milah produk yang ingin dibeli hingga mencapai kesepakatan akhir berupa pembelian barang yang dilakukan oleh pihak pembeli.

4) Deskripsi Temuan 13 (Rq 1)

Pembeli 1:	“ <i>tah nu ieu alus bajuna, nu handap. Alus bahana nya?</i> ” (nah yang ini bagus bajunya, yang bawah. Bagus bahannya ya?)
Pembeli 2:	“ <i>rikes, kudu kieng nyetrika</i> ” (kusut, harus mau nyetrikanya)
Pembeli 1:	“ <i>nya da é mang pasti di setrika. Alus henteu?</i> ” (ya memang pasti di setrika, bagus tidak?)
Pembeli 2:	“ <i>nya alus ari jeung menggawé mah. Sabaraha Téh?</i> ” (ya bagus kalau untuk kerja. Berapa Teh?)
Penjual :	“ <i>ukuran naon éta téh?</i> ” (ukuran apa itu tuh?)
Pembeli 2:	“ <i>embuh</i> ” (tidak tahu)
Penjual :	“ <i>XXL delapan puluh</i> ” (XXL delapan puluh)
Pembeli 2:	“ <i>XL delapan puluh?</i> ” (XL delapan puluh?)

Penjual :	“ <i>XXL, baka XL tujuh lima. M sampe XL tujuh lima</i> ” (XXL, kalau XL tujuh lima. M sampai XL tujuh lima)
Pembeli 1:	“ <i>tapi da ulah nu ketat teuing nya Mah</i> ” (tapi jangan terlalu ketat ya Mah)
Pembeli 2:	“ <i>heem</i> ” (heem)
Pembeli 1:	“ <i>kajeun teuing rada gedéan Mah</i> ” (lebih baik agak besaran Mah)
Pembeli 2:	“ <i>enggak bisa kurang Téh?</i> ”
Penjual :	“ <i>enggak, harga jualnya segitu Bu</i> ”

Berdasarkan data transkrip tersebut diketahui adanya interaksi jual-beli antara tiga orang penutur, yakni dua orang pembeli dengan satu orang penjual. Pembeli 1 merupakan seorang wanita berusia 23 tahun dan pembeli 2 merupakan ibu-ibu paruh baya berusia 46 tahun keduanya sama-sama berasal dari daerah Majalengka. Sedangkan penjual merupakan seorang ibu-ibu paruh baya berusia 43 tahun berasal dari Majalengka. Pembeli 1 dan pembeli 2 memiliki kedekatan kekeluargaan hal ini dapat diketahui dari sebutan “*Mah*” yang dapat diartikan sebagai sebutan *Mamah* (Ibu) yang dilontarkan pembeli 1 kepada pembeli 2, hal ini menunjukkan adanya ragam akrab (*intimate*) yang terjadi antara pembeli 1 dan 2. Adapun ragam bahasa lain yang muncul dari interaksi tersebut yakni adanya ragam usaha (*consultative*). Hal ini disebabkan karena dalam interaksi jual-beli tersebut pembeli maupun penjual berusaha mendapatkan barang serta menawar harga yang dapat disepakati oleh kedua belah pihak.

4.1.2 Faktor Munculnya Ragam Bahasa

Ragam bahasa merupakan salah satu fenomena kebahasaan yang kerap muncul dalam proses interaksi pada masyarakat. Dalam kemunculannya, ragam bahasa selalu didorong oleh adanya faktor-faktor eksternal yang melatar belakangi munculnya ragam bahasa dalam lingkup masyarakat. Faktor-faktor munculnya

ragam bahasa seperti yang disampaikan oleh Holmes (1992) di antaranya yakni faktor jaringan sosial, status sosial, jenis kelamin, usia, etnis dan pembeda kelompok masyarakat. Namun, dalam penelitian ini kategori faktor ragam bahasa yang ditemukan yaitu 1). Status sosial, 2). Jenis kelamin, 3). Usia, dan 4). Etnis. Hal ini disebabkan karena klasifikasi atau indikator penentu jaringan sosial dan pembeda kelompok masyarakat tidak muncul dalam data temuan. Definisi lainnya mengenai jaringan sosial menurut Kadushin (2012) menyebutkan bahwa jaringan sosial sebagai satu set perhubungan yang wujud di antara objek-objek yang mungkin terdiri daripada orang perseorangan, bangsa, item-item yang mungkin diperoleh melalui *google*, sel-sel otak ataupun alat elektrik. Jaringan sosial yang dimaksudkan merangkumi jaringan yang terbentuk melalui persahabatan, kasih sayang, kuasa, idea, dan mungkin disebabkan oleh penyakit yang dihadapi (Wahab, dkk. 2019). Sementara dalam data temuan penjual serta pembeli tidak terikat dalam jaringan sosial maupun pembeda kelompok masyarakat tertentu. Adapun faktor-faktor temuan yang muncul dalam penelitian dijelaskan dengan lebih terperinci sebagai berikut.

4.1.2.1 Status Sosial

Faktor pertama yang digunakan pada penelitian ini yakni faktor status sosial. Dimensi status sosial merujuk status atau derajat seseorang mempengaruhi pemilihan bahasa seseorang dalam berkomunikasi (Fadzil & Abdul Sukur, 2021). Faktor status sosial tersebut dapat ditemukan pada proses interaksi sosial tertentu. Peran faktor status sosial ini dapat ditemukan pada partisipan yang terlibat dalam interaksi sosial yang dilakukan oleh penutur dengan mitra tuturnya. Misalnya saja, seseorang dengan status sosial yang lebih tinggi mungkin akan ditanggapi dengan bahasa yang lebih formal oleh mitra tuturnya sementara seseorang yang memiliki status sosial yang lebih rendah dapat ditanggapi dengan bahasa yang lebih santai. Status sosial ini juga dapat dilihat dari penampilan personal seseorang, background pendidikan, jabatan/pekerjaan serta latar belakang lainnya yang membedakan status

sosialnya. Temuan data dalam penelitian yang menunjukkan adanya faktor status sosial sebagai faktor pendorong munculnya ragam bahasa dapat dilihat pada data temuan berikut.

1) Deskripsi Temuan 3 (Rq 2)

Pembeli:	<i>"kien dastere sih abang muda ya?, bli bisa kurang toli Mas?"</i> (ini dasternya sih merah muda ya?, enggak bisa kurang harganya Mas?)
Penjual :	"enggak"
Pembeli:	<i>"pase bae pira Mas? Jejeg bae patang puluh"</i> (pas nya saja berapa Mas? Pas saja empat puluh)
Penjual :	"yang murah banyak Bu Haji , jahitannya beda, bahannya juga beda"
Pembeli:	<i>"kang kien bae"</i> (yang ini saja)
Penjual :	"oke, dibungkus ya Bu"

Pada temuan tersebut terlihat adanya sapaan **Bu Haji** yang dilontarkan oleh penjual kepada pembeli sebagai tanda penghormatan dari penjual kepada pembeli yang dinilai memiliki status sosial yang tinggi dilihat dari pakaian yang dikenakan oleh pembeli dengan menggunakan pakaian gamis dan gelang emas besar serta cincin yang digunakannya pada saat berbelanja tersebut sehingga pembeli menilai bahwa pembeli tersebut memiliki status sosial yang tinggi di masyarakat.

Secara teori sendiri terdapat penyebab mengapa gelar sebutan "**Haji**" dianggap sebagai gelar kehormatan bagi masyarakat Indonesia secara umum. Sebuah artikel menyebutkan bahwa menurut Antropolog UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Dadi Darmadi, penyematan gelar ini bisa dilihat dari tiga perspektif, yaitu:

1. Secara keagamaan, haji adalah perjalanan untuk menyempurnakan rukun Islam. Perjalanan yang jauh dan panjang, biaya yang mahal, persyaratan yang tidak mudah, membuat haji menjadi sebuah perjalanan

ibadah yang semakin penting dan tidak semua orang bisa melakukannya.

2. Secara kultural, narasi dan cerita-cerita menarik, heroik, dan mengharukan selama berhaji juga terus berkembang menjadi cerita populer, sehingga semakin banyak orang tertarik naik haji.
3. Secara kolonial, pemerintah kolonial Belanda berusaha untuk membatasi jamaah haji karena takut akan pengaruh haji bagi gerakan anti penjajahan. Salah satu caranya adalah membuka Konsulat Jenderal pertama di Arabia pada 1872 (Mutiarasari, 2024).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwasannya penyematan gelar “*Haji*” pada seseorang juga merupakan sebagai bentuk penghargaan atau penghormatan kepada orang yang dinilai sudah mampu untuk dapat melaksanakan ibadah haji. Hal ini disebabkan karena dalam melaksanakan ibadah haji membutuhkan biaya yang tidak sedikit, biasanya haji hanya bisa dilaksanakan oleh kalangan atas. Oleh sebab itu, gelar haji dan *hajjah* di Indonesia memiliki nilai serta status sosial yang tinggi (Maarif, 2024). Terutama pada data ini pembeli yang dari segi penampilan dan pakaian dinilai orang sudah cukup mampu secara finansial maka penjual menyematkan sebutan “*Haji*” sebagai bentuk penghormatan serta sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian dan pendekatan terhadap pembeli dengan tujuan agar proses jual-beli dapat berhasil dilakukan.

4.1.2.2 Jenis Kelamin

Faktor lainnya yang digunakan serta ditemukan dalam penelitian ini menurut teori Holmes yakni faktor perbedaan jenis kelamin. Gaya bahasa yang digunakan antara penutur perempuan tentu akan berbeda apabila dibandingkan dengan penutur laki-laki. Biasanya ditandai dengan perbedaan sapaan yang digunakan untuk penutur laki-laki maupun perempuan. Temuan data faktor yang melatar belakangi munculnya ragam bahasa dapat dilihat pada faktor pembeda

sapaan yang digunakan antara perempuan dengan laki-laki yang dapat dilihat pada beberapa data temuan berikut.

1) Deskripsi Temuan 10 (Rq 2)

Pembeli 1:	“ <i>tah nu jeung gembok mah ieu</i> ” (nah yang ini gembok tuh)
Pembeli 2:	“ <i>heueuh-heueuh ieu, nu rada gedé na euweuh ogéh?</i> ” (iya yang ini, yang agak besar nya ada gak?)
Pembeli 1:	“ <i>euweuh</i> ” (gak ada)
Pembeli 2:	“ <i>nu rada gedé na euweuh ogeh Pak?</i> ” (yang agak besarnya tidak ada Pak?)
Penjual :	“ <i>langka Bu</i> ” (tidak ada Bu)

Pada temuan data tersebut dapat dilihat adanya penggunaan sapaan **Pak** yang mengacu pada penutur laki-laki dan **Bu** mengacu pada perempuan yang digunakan oleh penjual maupun pembeli sebagai penanda adanya perbedaan penyebutan sesuai gender (jenis kelamin) di dalam peristiwa tutur yang terjadi tersebut.

4.1.2.3 Usia

Temuan data faktor pendorong munculnya ragam bahasa lainnya juga dilatar belakangi adanya perbedaan usia yang muncul dari penutur serta mitra tutur yang tengah berinteraksi. Faktor usia ini jugalah yang mempengaruhi gaya bahasa antara penjual dan pembeli. Penutur yang lebih muda biasanya akan menggunakan bahasa yang lebih sopan dan sesuai aturan kepada mitra tuturnya. Sementara penutur yang seumuran dengan mitra tuturnya akan menggunakan bahasa yang lebih santai dalam berkomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat pada data temuan berikut ini.

1) Deskripsi Temuan 11 (Rq 2)

Pembeli 1:	“ <i>ana kudung sing dawa bli Mang? Pashmina kah</i> ” (ada kerudung yang panjang tidak Mang? Pashmina)
Penjual :	“ <i>ana, kang plisket?</i> ” (ada, yang plisket)
Pembeli 2:	“bukan, yang polos”
Penjual :	“ <i>sing kien, model plisket ada</i> ” (yang ini, model plisket ada)
Pembeli 2:	“ <i>pendek heh Mah, ada yang lebih panjang enggak Pak?</i> ” (pendek Mah, ada yang panjang tidak Pak?)

Berdasarkan data temuan tersebut dapat terlihat adanya perbedaan sapaan yang digunakan baik oleh penjual maupun pembeli apabila di dasarkan pada usia penutur yang terlibat dalam interaksi tersebut. Pembeli 1 menggunakan sapaan **Mang** untuk penjual hal ini dikarenakan penjual berusia lebih muda daripada pembeli 1. Sementara pembeli 2 menggunakan sapaan **Mah** (mamah) kepada pembeli 1 sebab dapat dilihat bahwa pembeli 2 berusia jauh lebih muda daripada pembeli 1, serta diketahui pula bahwa pembeli 2 dan pembeli 1 memiliki hubungan ibu dan anak. Selain itu, pembeli 2 menggunakan sapaan **Pak** kepada penjual karena dapat dilihat bahwa penjual berusia lebih muda dari pada penjual.

4.1.2.4 Etnis

Temuan lainnya pada data faktor pendorong munculnya ragam bahasa yakni faktor etnis. Adanya faktor etnis yang mempengaruhi ragam bahasa ini biasanya ditunjukkan oleh seorang penutur dengan latar belakang bahasa, budaya, maupun asal daerah yang berbeda kepada mitra tuturnya. Orang dengan latar belakang etnis yang berbeda biasanya akan menggunakan bahasa nasional (Indonesia) dalam menanggapi percakapan. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk menghindari adanya salah pemahaman dengan mitra tutur dikarenakan perbedaan bahasa yang dimilikinya. Adapun faktor perbedaan etnis tersebut dapat dilihat pada data berikut.

1) Deskripsi temuan 13 (Rq 2)

Pembeli 1:	<i>“kajeun teuing rada gedéan Mah bajuna”</i> (lebih baik agak besaran Mah bajunya)
Pembeli 2:	<i>“enggak bisa kurang Téh?”</i>
Penjual :	<i>“enggak, harga jualnya segitu Bu”</i>
Pembeli 2:	<i>“seneng kien?”</i> (suka yang ini?)
Pembeli 1:	<i>“tapi hayang nu di plastikan”</i> (tapi pengen yang masih dibungkus)
Penjual :	<i>“ukurana nu alit baé Téh?”</i> (ukurannya yang kecil saja Teh?)

Berdasarkan data temuan tersebut diketahui bahwasannya pembeli 2 dan penjual merupakan wanita paruh baya yang berasal dari Majalengka yang secara aktif berkomunikasi menggunakan bahasa Jawa dan Sunda, sedangkan pembeli 1 merupakan wanita muda berasal dari Majalengka yang berkomunikasi menggunakan bahasa Sunda. Adanya faktor etnis yang muncul dalam percakapan tersebut yakni terlihat dari kata sapaan *“Téh”* yang dalam bahasa Sunda secara lengkap dimaksudkan untuk sapaan kaka perempuan, atau secara lengkap merupakan kata sapaan *“Tétéh”*. Kata tersebut identik dalam sapaan etnis Sunda, hal ini menunjukkan adanya faktor etnis yang mempengaruhi munculnya ragam bahasa pada interaksi pasar tersebut.

2) Deskripsi temuan 12 (Rq 2)

Pembeli 1:	<i>“Ema panjang teuing sandalna ieu mah”</i> (ema terlalu panjang sandalnya yang ini).
Pembeli 2:	<i>“sakieu mah meujeuhna jeung si Bibi”</i> (segini mah pas untuk Bibi)
Pembeli 1:	<i>“di Bibi? Heunteu”</i> (di Bibi? Tidak)
Pembeli 2:	<i>“nomor sabaraha atuh?”</i> (nomor berapa?)

Pembeli 1:	“ <i>cobaan tah nu éta</i> [menunjuk], <i>nu ieu mah bisi leutik teuing. Ai Ceu étah biasana nomor sabaraha?</i> ” (Cobain itu yang itu, yang ini terlalu kecil. Kalo Ceu Etah biasanya nomor berapa?)
Penjual :	“ <i>jadina nu ndi baé Téh?</i> ” (jadinya yang mana saja Teh?)
Pembeli 2:	“ <i>nu ieu baé tah Mang</i> ” (yang ini boleh tah Mang)

Berdasarkan data temuan tersebut terdapat tiga orang penutur yang terlibat dalam percakapan, yakni dua orang pembeli dengan satu orang penjual. Interaksi percakapan tersebut ditemukan adanya gejala faktor pendorong munculnya bahasa berupa kata sapaan yang merujuk pada ciri khas etnis Sunda. Kata sapaan yang muncul yakni kata **Ceu** dan **Téh** yang merujuk pada kata sapaan terhadap kaka perempuan, kemudian kata sapaan **Mang** yang merujuk pada kata sapaan terhadap paman atau terhadap laki-laki yang berusia lebih tua.

4.2 Pembahasan

Dalam penelitian ini data yang dianalisis merupakan data yang diperoleh melalui penelitian lapangan, dimana penelitian dilakukan dengan cara mendokumentasikan percakapan yang terjadi melalui proses perekaman suara menggunakan media perekaman *hp*. Proses pendokumentasian tersebut dilakukan terhadap 13 kios pedagang yang berbeda-beda. Adapun data yang telah didapatkan kemudian di transkripsikan ke dalam bentuk tulisan. Hasil temuan data berupa transkrip interaksi jual-beli yang terjadi antara penjual dan pembeli yang dituturkan secara langsung (data lisan). Adapun data-data yang dikumpulkan tersebut kemudian dianalisis berdasarkan teori ragam bahasa menurut Joos (1967) dan teori faktor-faktor pendorong munculnya ragam bahasa menurut Holmes (1992).

4.2.1 Penguatan Penelitian terhadap Teori Ragam Bahasa Martin Joos (1967) dan Teori Faktor Pendorong Munculnya Ragam Bahasa Holmes (1992)

Penelitian terdahulu yang relevan dengan teori ragam bahasa Martin Joos (1967) salah satunya yakni penelitian dengan judul “Analisis Ragam Bahasa Segi Tingkat Keformalan dalam CBS Talkshow Oprah Winfrey dan Adele (2021) (Kajian Sociolinguistik)” (Hamdi, 2022). Penelitian tersebut menggunakan teori ragam Martin Joos untuk menentukan tingkat keformalan dalam ragam bahasa yang digunakan dalam *talk show* CBS Oprah Winfrey dengan Adele tahun 2021. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ragam bahasa yang muncul pada *talk show* yakni cenderung ragam bahasa santai (*casual*). Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa penutur yang terlibat dalam percakapan menggunakan satu jenis bahasa yang sama sehingga data dapat diidentifikasi sesuai dengan klasifikasi yang ditentukan oleh teori Martin Joos, serta tidak adanya penolakan atau hal yang bertolak belakang antara data temuan dengan teori yang diterapkan dalam analisis data, hal ini menunjukkan adanya penguatan teori ragam bahasa Martin Joos yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian lainnya yang menguatkan penggunaan teori ragam bahasa menurut Martin Joos (1967) yakni pada sebuah artikel berjudul “*Intimate Style Used by The Characters in The Incredibles Movie*” (Pratiwi & Suastini, 2023). Penelitian tersebut menggunakan teori Martin Joos dan Holmes untuk menganalisis temuan datanya. Hasil dari penelitian ini menemukan 15 (lima belas) ragam akrab di dalam film yaitu dengan sapaan sebanyak 3 data, ekstraksi 4 data, jargon 2 data, hubungan teman dekat 2 data, dan hubungan keluarga sebanyak 5 data, temuan-temuan tersebut didorong oleh adanya faktor kekeluargaan (Ayu dkk., 2023).

Penelitian terkait teori Martin Joos juga pernah digunakan pada penelitian dengan judul penelitian “Analisis Perubahan Leksikon Bahasa Asing yang digunakan Generasi Milenial dalam Aplikasi X di Indonesia” (Haq, dkk., 2024). Penelitian tersebut menggunakan teori Ragam Bahasa menurut Martin Joos untuk

menganalisis ragam bahasa asing yang digunakan oleh milenial pada aplikasi X di Indonesia, serta mengetahui perubahan leksikon bahasa asing pada aplikasi tersebut (Haq dkk., 2024).

Penelitian lainnya yang menggunakan teori Martin Joos juga diterapkan pada penelitian dengan judul “*Using Local Language in Traditional Market Between Sellers and Buyers*” (Ulik & Nuryanti, 2023). Penelitian tersebut menggunakan teori ragam bahasa dari segi keformalannya menurut Martin Joos untuk melakukan pengolahan data pada proses transaksi jual-beli di Pasar tradisional Embrio di Kecamatan Makasar, Kota Jakarta Timur. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan dari segi keformalannya ragam bahasa yang muncul yakni ragam usaha (*consultative*), ragam akrab (*intimate*), dan ragam santai (*casual*) (Dwi dkk., 2023).

Penelitian tersebut memiliki kemiripan dengan penelitian ini yakni sama-sama menggunakan pasar tradisional sebagai bahan objek kajian, namun hal yang berbeda yakni terletak pada objek bahasa yang digunakan para penutur. Selain hal tersebut perbedaan lainnya juga terlihat dari hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini sendiri menunjukkan beberapa klasifikasi ragam bahasa memiliki lebih dari satu variabel yang muncul secara bersamaan pada satu interaksi tertentu yang dilakukan penutur dan mitra tuturnya, misalnya saja ragam santai (*casual*) dan ragam usaha (*consultative*) muncul sekaligus dalam satu interaksi transaksi yang sama.

Selanjutnya, penelitian dengan menggunakan teori Joos sebagai teori penganalisis datanya yakni pada penelitian dengan judul “Ragam Bahasa Santai dalam Tuturan Ilokusioner pada Kegiatan Diskusi Publik Sinau Kedaulatan dan Kebudayaan Bersama Cak Nun” (Lulu & Mujianto, 2021). Penelitian tersebut menggunakan teori ragam bahasa Martin Joos untuk menganalisis pola ragam bahasa santai yang digunakan para peserta tutur dalam kegiatan diskusi publik. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada kegiatan diskusi menggunakan variasi bahasa santai dengan karakteristik mengandung unsur bahasa Jawa, bentuk

alegro, kalimat elips, mengandung campur kode bahasa asing yaitu bahasa Inggris dan bahasa Arab, dan bahasa tidak normatif (Lulu & Mujianto, 2021).

Teori Joos (1967) juga disebutkan dalam beberapa penelitian lainnya serta digunakan sebagai teori tambahan dalam penelitiannya, seperti pada jurnal yang berjudul “*Alice’s Adventures and Proxemics a Possible Approach*” (Chira, 2018). Kemudian pada penelitian lain dengan judul “*a study of levels of language of private FM radio stations and their communication management*” (Garg & Mishra, 2023) disebutkan bahwa *according to sociolinguistics theory proposed by Martin Joos, style plays an essential role in five types of language and speech styles are classified by Joos (1961) in The Five O’clock* (Garg & Mishra, 2023).

Ragam bahasa tidak serta merta muncul tanpa adanya faktor pendorongnya, hal inilah yang diungkapkan dalam teori Holmes (1992). Penelitian terdahulu yang mendukung penggunaan analisis faktor pendorong ragam bahasa menurut Holmes seperti yang diuraikan pada artikel ilmiah dengan judul “Pemilihan dan Sikap Bahasa Remaja Penutur Jati Sunda Dialek Banten di Kecamatan Carita Pandeglang Banten” (Nugraha, dkk., 2019). Penelitian tersebut menunjukkan adanya faktor sosial seperti hubungan sosial, jarak sosial, tingkat keformalan, serta fungsi atau tujuan berbicara yang mempengaruhi penggunaan bahasa yang digunakan seseorang.

Penelitian lainnya yang berkaitan dengan penggunaan teori Holmes adalah sebuah artikel dengan judul “Ragam Kata Sapaan dalam Komunikasi Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru” (Ramdani, dkk., 2020). Pada penelitian tersebut disebutkan bahwa Holmes menjelaskan perbedaan ragam bahasa yang digunakan anak kecil dengan ragam bahasa yang digunakan orang dewasa (Ramadani, dkk., 2020). Pada penelitian ini teori Holmes lebih terfokus pada faktor usia para peserta tutur yang teridentifikasi dan terdeskripsikan dalam data.

Berdasarkan beberapa uraian penelitian sebelumnya yang menggunakan analisis teori Joos (1967) terlihat bahwasannya teori ragam bahasa menurut Joos dapat diterapkan dalam berbagai fenomena penggunaan bahasa. Dalam teori tersebut klasifikasi ragam bahasa tidak hanya terpatok pada ragam formal atau beku saja, namun ada klasifikasi lain yang dapat disesuaikan dengan situasi maupun kondisi dimana teori tersebut diterapkan. Salah satunya yakni pada interaksi sosial seperti pasar tradisional. Teori ragam bahasa Martin Joos juga banyak digunakan pada penelitian-penelitian skripsi maupun jurnal dalam kategori situasi non formal. Selain itu, digunakan pula teori pendukung munculnya ragam bahasa yakni teori Holmes. Pada teori Holmes dijelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi munculnya keberagaman bahasa, di antaranya yang ditemukan dalam penelitian ini ada empat ragam yaitu 1) usia, 2) jenis kelamin, 3) etnis, dan 4) status sosial.

Beberapa penelitian terdahulu yang sama-sama menggunakan teori ragam bahasa Joos (1967) dan Faktor munculnya ragam bahasa Holmes (1992) sama-sama menguatkan penggunaan teori tersebut pada penelitian-penelitian dengan berbagai objek kajian. Penguatan teori pada penelitian ini terhadap teori Martin dan Holmes yakni menguatkan bahwa penggunaan teori Joos dan Holmes bisa menjelaskan fenomena ragam bahasa yang terjadi pada lingkungan pasar tradisional dan tidak hanya sekedar diterapkan pada ranah interaksi bahasa yang terjadi pada situasi formal saja seperti pada lingkungan masyarakat ilmiah, diskusi publik, dan situasi interaksi kebahasaan sejenisnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa teori Martin dan Holmes dapat dipergunakan secara lebih *fleksibel* pada berbagai situasi interaksi kebahasaan, dengan digunakannya teori Joos dan Holmes dalam penelitian ini juga semakin memperkuat bahwa teori ragam bahasa Joos dapat menjelaskan fenomena interaksi bukan hanya pada konteks pasar tradisional dalam konteks wilayah barat saja namun dapat juga diterapkan dalam interaksi kebahasaan pada pasar tradisional konteks wilayah timur.

4.2.2 Penyesuaian Penerapan Konsep Teori Ragam Bahasa Joos (1967) terhadap Objek Pasar Tradisional

Data pada penelitian ini yang telah dikumpulkan serta diuraikan pada sub bab temuan sebelumnya dapat diketahui bahwasannya ada temuan klasifikasi baru yang tidak terdapat pada teori Joos sebelumnya. Beberapa penelitian yang menerapkan teori Joos pada penelitiannya biasanya hanya menerapkan teori Martin dengan data temuan saja tanpa adanya perubahan pada klasifikasi data.

Berdasarkan jumlah keseluruhan lima ragam bahasa menurut tingkat keformalannya yang dikemukakan oleh Joos (1967), tidak semuanya relevan dengan data yang ditemukan. Beberapa ragam yang terdapat pada teori Joos dapat digunakan serta diterapkan untuk penelitian terhadap objek interaksi pasar tradisional. Munculnya temuan klasifikasi data yang berbeda ini juga disebabkan karena adanya perbedaan masa tahun dari 1967 dengan 2024. Setiap tahunnya ilmu kebahasaan serta perkembangan dibidang bahasa selalu mengalami kemajuan dan perubahan. Selain masa waktu yang berbeda, lokasi serta objek bahasa yang diteliti pada penelitian pun berbeda. Adanya perbedaan tersebut yang kemudian disesuaikan penerapannya dengan objek interaksi pasar dan menjadikan penelitian ini cenderung berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini diterapkan pada objek pasar *Prapatan* di kabupaten Majalengka karena dalam proses komunikasi sehari-hari masyarakat setempat menggunakan tiga bahasa sekaligus, yakni bahasa Indonesia, Sunda, dan Jawa. Selain itu dikarenakan tata letak wilayahnya yang berbatasan dengan wilayah Cirebon dimana masyarakat Cirebon dominan menggunakan bahasa Jawa sehingga bahasa Sunda di wilayah Majalengka ikut mengalami pergeseran pada beberapa suku kata. oleh sebab itu pada penelitian ragam bahasa pada masyarakat multilingual di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka ini teori Joos cenderung mengalami penyesuaian varian yang memunculkan perbedaan klasifikasi ragam dengan penelitian-penelitian lainnya yang telah dilakukan. Penerapan teori ragam bahasa Joos ini juga

diterapkan guna memudahkan penyampaian tujuan komunikasi masyarakat yang terlibat dalam interaksi jual-beli tersebut.

Sebab lainnya yang menjadikan teori Joos perlu penyesuaian adalah karena teori Joos (1967) digunakan untuk meneliti data ragam bahasa pada masa sekitar tahun 1967 yang diterapkan penggunaannya kepada masyarakat Jerman. Hal inilah yang menjadikan teori Joos (1967) dirasa perlu sedikit penyesuaian dengan keadaan jaman serta situasi lokasi dimana teori tersebut digunakan dalam penelitian. Teori ragam bahasa yang muncul dalam data temuan tidak hanya dapat diidentifikasi oleh satu ragam bahasa saja, namun terdapat beberapa data temuan yang menyatukan dua jenis ragam bahasa secara bersamaan dalam satu interaksi jual-beli, hal tersebut dapat dilihat pada uraian sub bab data temuan di atas. Klasifikasi tersebut muncul disebabkan karena setiap interaksi yang berlangsung selalu memiliki tujuan serta fungsi komunikasi yang berbeda-beda. Teori ragam bahasa Martin Joos pada buku *The Five Clock* mulai aktif dan muncul digunakan dalam penulisan jurnal pada *platform* sosial media seperti *google scholar* yakni pada tahun 2007 dengan judul jurnal “*a translation analysis of a entitled the euro: how will it impact your software companies? written by robin dalbergh translated by transtool version 5.0 program*”.

Joos dalam Chaer dan Agustina (2010:70) membagi keragaman bahasa berdasarkan tingkat formalitas, tingkat tersebut dari ragam bahasa beku (*frozen style*), ragam bahasa resmi (*formal style*), ragam bahasa konsultatif (*consultative style*), ragam bahasa santai (*casual style*), dan ragam bahasa akrab (*intimate style*) (Herisetyanti & Suharyati, 2019). Dari jumlah keseluruhan lima ragam bahasa menurut Martin Joos, pada data lapangan yang ditemukan dan terklasifikasi pada penelitian ini hanya terdapat tiga ragam bahasa dan teridentifikasi memiliki lebih dari satu variabel ragam. Sebagaimana yang telah diuraikan pada sub bab temuan sebelumnya, tiga ragam bahasa yang terklasifikasi tersebut yakni 1) ragam usaha

(*consultative*), 2) ragam santai (*casual*) + ragam usaha (*consultative*), dan 3) ragam akrab (*intimate*) + ragam usaha (*consultative*).

Ragam pertama dan paling dominan muncul yakni ragam usaha (*consultative*), ragam ini muncul sebagai ragam yang paling banyak digunakan oleh penutur, hal tersebut disebabkan karena tujuan utama dari dilakukannya interaksi dari penjual dan pembeli adalah untuk melakukan negosiasi penjualan dan mencapai kesepakatan akhir dari kedua belah pihak. Para penutur yang terdeteksi menghasilkan ragam usaha ini dalam percakapannya lebih terfokus pada tawar menawar harga terhadap barang yang ingin dibeli saja. Sementara klasifikasi ragam kedua yakni ragam santai (*casual*) + ragam usaha (*consultative*) terklasifikasikan pada penutur baik penjual maupun pembeli yang dalam komunikasinya berbicara dengan lebih santai dan di selingi candaan, namun kendati demikian interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli selalu diikuti dengan tujuan untuk proses jual-beli, hal inilah yang menjadikan ragam usaha turut serta muncul. Kemudian ragam ketiga yakni ragam akrab (*intimate*) + ragam usaha (*consultative*) ditemukan pada data interaksi tuturan pada penjual maupun pembeli yang memiliki kedekatan secara personal (hubungan kekeluargaan), hal ini dapat dilihat juga pada kata sapaan yang digunakan oleh para penutur satu sama lain, selain dari sapaan juga dapat dilihat pada tuturan yang digunakan misalnya saja kosa kata yang singkat dan tidak formal, dan ragam usaha pun muncul sebagai hasil dari tujuan dilakukannya interaksi tersebut adalah untuk proses jual-beli.

Dari tiga klasifikasi ragam tersebut dapat dilihat bahwasannya ragam usaha (*consultative*) selalu mengikuti setiap ragam bahasa yang muncul dalam interaksi yang dilakukan oleh masyarakat multilingual di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka. Hal ini disebabkan karena setiap komunikasi yang dilakukan di pasar selalu bertujuan untuk mencapai kesepakatan akhir dalam proses negosiasi jual-beli, sehingga ragam usaha (*consultative*) menjadi dominan penggunaannya.

Ragam bahasa tersebut tidak serta merta muncul tanpa penyebab. Beberapa

faktor menjadi pendukung dalam penggunaan ragam bahasa yang terdapat pada data temuan. Seperti yang dikemukakan oleh Holmes (1992) beberapa faktor penyebab munculnya ragam bahasa yakni adanya faktor jaringan sosial, status sosial, jenis kelamin, usia, etnis dan pembeda kelompok masyarakat. Namun dalam penelitian ini hanya ditemukan 4 indikator yang menjadi faktor munculnya ragam bahasa yaitu 1) status sosial, 2) jenis kelamin, 3) usia, dan 4) etnis. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa faktor jaringan sosial serta pembeda kelompok masyarakat tidak ditemukan dalam data, hal tersebut dikarenakan pada interaksi pasar yang terjadi antara penjual dan pembeli tidak terikat hubungan sosial apapun. Sehingga dalam proses interaksi jual-beli kedua belah pihak bersikap netral.

Faktor-faktor tersebut muncul dari suasana saat interaksi berlangsung dan dari berbagai macam kata sapaan yang digunakan oleh penutur dengan mitra tuturnya. berdasarkan data temuan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui pula bahwasannya ragam bahasa tidak selalu hanya di dorong oleh satu jenis faktor tunggal saja, namun tidak jarang pula ragam bahasa muncul karena disebabkan oleh beberapa faktor yang digunakan oleh penutur secara bersamaan. Misalnya saja yang terlihat pada data temuan 11, pada data tersebut memunculkan kata sapaan *Mang* yang biasanya digunakan sebagai kata sapaan pada bahasa Sunda, hal ini menunjukkan adanya faktor etnis yang berperan. Selain itu masih pada data temuan 11 ditemukan juga kata sapaan *Mah* dan *Pak* yang menunjukkan faktor usia serta jenis kelamin muncul secara bersamaan. Hal ini membuktikan bahwa faktor pendorong munculnya ragam bahasa tidak selalu hanya di dorong oleh satu jenis faktor saja, namun juga dapat beberapa faktor sekaligus.

Data lainnya yang menunjukkan adanya ciri khas kata sapaan yang menunjukkan etnis Sunda serta faktor usia yang muncul secara bersamaan juga terdapat pada deskripsi data 12, dalam data tersebut kata sapaan etnis Sunda cukup banyak digunakan yakni kata sapaan *Tétéh*, *Ceu*, dan *Mang*. Penjelasan lainnya mengenai kata sapaan dalam bahasa Sunda seperti yang disinggung dalam sebuah

jurnal dengan judul “Analisis Variasi Kata Sapaan antara Penjual dan Pembeli di Pasar Induk Cikurubuk Tasikmalaya ditinjau dari Perspektif Pragmatik” (Nurjamilah, 2020). Artikel tersebut menyebutkan bahwa Sapaan *Téh* atau *Tétéh* digunakan untuk memanggil kaka perempuan. *Tétéh* atau *Ceu (ceuceu)* dalam masyarakat Sunda mengalami perluasan makna sehingga kini digunakan bukan hanya untuk menyapa kaka perempuan, tetapi juga untuk menyapa perempuan pada umumnya yang berusia dewasa. Kata sapaan *Mang (mamang)* merupakan kata sapaan terhadap laki-laki yang lebih tua dari daerah Sunda, Jawa Barat (Erтинawati, 2020). Secara spesifik kata sapaan *Mang* sendiri biasa digunakan untuk kata sapaan paman dalam bahasa Sunda, namun mengalami perluasan makna sehingga dalam penggunaannya pun mengalami perluasan yakni dapat digunakan sebagai sapaan terhadap laki-laki yang dianggap lebih tua. Hal ini juga dijelaskan dalam sebuah artikel yang menjelaskan penggunaan kata sapaan *Mang*, orang Sunda biasa memanggil *Mang*. Sebutan tersebut biasanya digunakan untuk memanggil laki-laki yang usianya di atas 40-an, dengan catatan baik yang sudah dikenal maupun yang belum diketahui namanya (Ridwansyah, 2020).

Berdasarkan keseluruhan data temuan yang diidentifikasi dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa presentase ragam bahasa yang paling dominan digunakan oleh masyarakat multilingual dalam proses interaksi jual-beli di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka adalah ragam usaha (*consultatif*) yakni sebesar 54% dengan rincian 7 data ragam usaha dari jumlah keseluruhan 13 data. Kemudian terdapat ragam akrab (*intimate*) + ragam usaha (*consultatif*) yang terklasifikasi memiliki jumlah presentase sebesar 31% dengan rincian sebanyak 4 temuan data yang teridentifikasi ke dalamnya. Selain itu, ditemukan ragam santai (*casual*) + ragam usaha (*consultatif*) dengan presentase sebesar 15% dengan rincian 2 data yang terklasifikasi.

Setelah dilakukannya penelitian terhadap data-data tersebut dapat teridentifikasi juga bahwasannya faktor-faktor pendorong munculnya ragam bahasa

di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka didominasi oleh partikel-partikel sapaan bahasa daerah, dalam data ini adalah partikel kata sapaan bahasa Sunda. Adapun faktor-faktor pendorong tersebut berhubungan dengan ragam bahasa tertentu. Data ragam usaha (*consultative*) dapat muncul karena didorong oleh faktor etnis, usia, jenis kelamin, dan status sosial. Sedangkan ragam santai (*casual*) dan ragam akrab (*intimate*) dapat muncul karena didorong oleh faktor seperti usia dan jenis kelamin.

Setiap interaksi yang dilakukan oleh pembeli dengan penjual selalu diikuti tujuan untuk melakukan proses negosiasi jual-beli. Hal inilah yang menjadi penyebab semua ragam bahasa yang ditemukan di dalam penelitian ini selalu diikuti oleh ragam usaha (*consultative*), sehingga ragam usaha adalah ragam yang paling dominan digunakan. Sementara sebagian penjual menggunakan bahasa santai dalam berkomunikasi untuk memikat pembeli, dan sebagian lainnya pembeli tidak jarang ketika melakukan interaksi jual-beli di pasar tradisional dibersamai oleh orang-orang yang dekat secara personal, misalnya saja dengan anggota keluarganya masing-masing. Sehingga ragam bahasa yang muncul pun menjadi beragam, hal inilah yang memunculkan ragam lain yakni ragam akrab dan ragam santai.

4.2.3 Tujuan dan Fungsi Ragam Bahasa bagi Masyarakat

Penentuan serta penggunaan ragam bahasa yang digunakan oleh masyarakat memiliki banyak fungsi dan tujuan. Beberapa fungsi ragam bahasa untuk masyarakat yakni terdiri dari dapat sebagai media penghubung komunikasi antar penutur, mempermudah penyampaian tujuan komunikasi itu sendiri dari penutur ke mitra tuturnya, menjadi ciri khas serta bentuk kekayaan budaya bagi masyarakat luas, sebagai penanda hubungan sosial di kalangan masyarakat, dan sebagai bentuk keberagaman dalam berbahasa (Natasya, 2024). Berdasarkan beberapa fungsi tersebut, dapat disimpulkan bahwasannya tujuan serta fungsi utama dari penggunaan ragam bahasa itu sendiri adalah sebagai media komunikasi dengan harapan supaya para penutur lebih mudah dalam menyampaikan maksud dan tujuannya kepada mitra tutur.

Deyaha Afif, 2024

RAGAM BAHASA PADA MASYARAKAT MULTILINGUAL DALAM INTERAKSI JUAL-BELI: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK DI PASAR PRAPATAN KABUPATEN MAJALENGKA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Selain bertujuan sebagai alat media komunikasi, ragam bahasa juga dapat muncul sebagai identitas diri para penuturnya. Ragam bahasa yang digunakan penutur dengan mitra tuturnya akan sesuai dengan situasi dan latar belakang dari para peserta tutur. Selain fungsi yang telah disebutkan sebelumnya, ragam bahasa juga dapat berfungsi sebagai media untuk mengekspresikan diri, melakukan kontrol sosial, juga sebagai alat pemersatu bahasa, tradisi, dan budaya yang berbeda-beda di Indonesia.

Setiap daerah memiliki berbagai macam ciri khas dialek daerahnya masing-masing, dalam penelitian ini masyarakat yang dijadikan sebagai objek penelitian merupakan masyarakat penutur bahasa daerah yang sekaligus teridentifikasi sebagai masyarakat multilingual karena berada di wilayah perbatasan Majalengka (berbahasa Sunda) dengan Cirebon (berbahasa Jawa). Dengan adanya ragam bahasa masyarakat menjadi lebih mudah dalam menyampaikan maksud serta tujuannya dalam berkomunikasi meskipun menggunakan tiga jenis bahasa yang berbeda.

Bahasa daerah yang digunakan dalam penelitian inipun tidak luput dari perhatian. Saat ini penggunaan bahasa daerah masih aktif digunakan oleh masyarakat, hal ini sejalan dengan artikel dengan judul “Diglosia antara bahasa Jawa dan Sunda (Study kasus masyarakat bahasa kecamatan Lemah Abang Kabupaten Cirebon)” (Iryani, 2019). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa 1) bahasa Jawa digunakan oleh masyarakat kecamatan Lemah Abang lebih banyak digunakan pada saat transaksi perdagangan dan bisnis lainnya, 2) ada garis teritorial bahasa pada kecamatan Lemah Abang, desa Lemah Abang mayoritas bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa sedangkan Sindang Laut dan Asem bahasa Sunda, 3) masyarakat yang bahasa ibunya adalah bahasa Sunda hampir masyarakatnya mampu menggunakan bahasa Jawa dengan aksent dan intonasi mirip dengan pengguna bahasa Jawa sebagai bahasa ibu, sedangkan masyarakat bahasa Jawa ketika menggunakan bahasa Sunda terkendala dengan aksent dan intonasinya (Iryani, 2019). Artikel tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Jawa dan Sunda

masih aktif dalam mengaplikasikan penggunaan bahasa ibu sebagai bahasa komunikasi sehari-hari. Berdasarkan data temuan di atas terdapat tiga jenis bahasa yang kerap digunakan oleh para penutur, yakni bahasa Indonesia, bahasa Jawa dan bahasa Sunda. Hal ini disebabkan karena tata letak wilayah pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka yang berada diposisi perbatasan antara Majalengka dengan Cirebon. Sehingga bahasa yang digunakan pun multilingual dan tidak bersifat monolingual. Bahasa Indonesia cenderung lebih sering digunakan oleh penutur dengan usia yang masih cukup muda, sementara bahasa Sunda cenderung lebih sering digunakan oleh penutur dengan usia lebih lanjut, namun dalam pengaplikasiannya bahasa Sunda yang digunakan oleh masyarakat sudah mengalami banyak pergeseran kata dan bercampur dengan bahasa Jawa. Hal ini menjadi kekhawatiran dalam usaha pelestarian bahasa Sunda di wilayah Majalengka. Khususnya terhadap bahasa Sunda halus yang seharusnya digunakan oleh masyarakat setempat.

Bahasa Sunda sendiri memiliki beberapa jenis dialek yang digunakan oleh masyarakat. Diketahui bahwa dialek yang digunakan oleh masyarakat Sunda sekitar Majalengka dan Indramayu masuk ke dalam jenis dialek tengah timur, sedangkan dialek timur laut digunakan oleh wilayah sekitar Cirebon dan Kuningan. Bahasa Sunda yang digunakan kurang memperhatikan *undak-usuk* (tatakrama) bahasa. Sementara bahasa Jawa yang digunakan oleh masyarakat Cirebon yang terlibat interaksi penjualan di pasar *Prapatan* sendiri di dominasi oleh bahasa Jawa dialek Jawareh (Jawa Sawareh), dialek ini biasanya digunakan oleh masyarakat Cirebon yang tinggal di daerah sekitar perbatasan Majalengka dan Indramayu.

Temuan data pada penelitian ini menunjukkan masih adanya masyarakat yang menggunakan bahasa daerah untuk berkomunikasi sehari-hari meskipun dengan kondisi perbedaan bahasa yang terjadi antara penutur yang satu dengan penutur lainnya, namun hal tersebut tidak menjadi penghalang untuk tersampainya informasi yang dimaksud oleh para penutur kepada mitra tuturnya

dengan baik. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa daerah masih diminati oleh masyarakat lokal sekitar. Namun dengan kondisi penutur bahasa daerah (Sunda) didominasi oleh penutur dengan usia lanjut.

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan penggunaan bahasa daerah dapat lebih diperhatikan lagi pelestariannya. Masyarakat yang berada di wilayah-wilayah perbatasan teridentifikasi masih sangat meminati penggunaan bahasa daerah sebagai bahasa komunikasi sehari-hari. Hal tersebut juga menunjukkan adanya tingkat sikap positif terhadap penggunaan bahasa daerah yang digunakan masyarakat setempat, terutama masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan.

Dengan demikian, usaha pelestarian bahasa Sunda perlu dilakukan dengan cara digunakan sebagai bahasa pengantar dalam dunia pendidikan baik jenjang SD, SMP, maupun SMA selain bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Sehingga generasi muda tidak akan lupa dengan bahasa daerahnya sendiri. Pada temuan data bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional biasanya hanya digunakan sebagai bahasa formal dalam pendidikan, ataupun digunakan oleh orang-orang tertentu, misalnya pada seseorang yang berbeda etnis dari masyarakat sekitar (misalnya pada pedagang yang terdapat pada data temuan 3 yang berasal dari daerah Sumatera). Dengan demikian berdasarkan uraian hasil penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi pemicu positif untuk penelitian-penelitian selanjutnya guna melestarikan serta sebagai media untuk mendokumentasikan keberagaman bahasa-bahasa daerah. Penelitian ini juga diharapkan akan menjadi salah satu daya tarik untuk dilakukannya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam mengenai penggunaan bahasa daerah di wilayah-wilayah perbatasan yang jarang terjamah dan kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah setempat maupun pemerintah pusat.

Uraian deskripsi data serta penjelasan-penjelasan sebelumnya menjelaskan secara gamblang bahwasannya penelitian ini dilakukan pada 13 kios pedagang dengan proses komunikasi interaksi jual-beli yang berbeda-beda. Hasil temuan data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan teori ragam bahasa menurut Joos

(1967) dan faktor pendorong munculnya ragam bahasa menurut Holmes (1992).

Dengan demikian secara keseluruhan data yang dianalisis menunjukkan adanya presentase ragam bahasa terbesar yakni pada ragam usaha (*consultative*), urutan berikutnya ada pada ragam akrab (*intimate*) yang dibarengi munculnya ragam usaha (*consultative*), kemudian pada urutan terakhir yakni ditemukan ragam santai (*casual*) yang diikuti ragam usaha (*consultative*). Ketiga ragam tersebut muncul sebagai fenomena bahasa yang terjadi dari hasil interaksi masyarakat multilingual pada proses jual-beli di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka. Adanya fenomena gejala kebahasaan tersebut selalu di dorong dan disebabkan karena faktor-faktor yang melatarbelakangi para penutur dengan mitra tuturnya ketika melakukan tuturan.