



Ragam Bahasa Penjual Di Pasar Senen Siulak Kabupaten Kerinci Kajian Sociolinguistik

Ocil Citra Bintang¹, Nelvia Susmita², Yoga Karmizi³
^{1,2,3} STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh

Article Info

Article history:

Received Jan 1st, 2025
Revised Jan 8th, 2025
Accepted Jan 16th, 2025

Keyword:

Language Variety, Vendors,
Sociolinguistics

ABSTRACT (10 PT)

Language is a key feature that distinguishes humans from other creatures and serves a social function as a communication tool and a way to identify social groups. This research explores the language varieties and their influencing factors among vendors at the Siulak Senen Market. The study aims to contribute to the development of linguistics, particularly in sociolinguistics, and to expand the terminology related to market language varieties. Using a descriptive qualitative method, the research examines the speech of vendors and buyers, identifying 16 varieties of business language and 7 each for casual and familiar language. The prevalence of business language is due to vendors' efforts to attract customers, while casual and familiar varieties arise from the regional connections between vendors and buyers. The factors influencing these language varieties include situational context, age, familiarity, time, place, and gender.



© 2025 The Authors. Published by STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh.
This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Ocil Citra Bintang
STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh
Email: lsntl@stkipmsungaipenuh.ac.id

Introduction

Bahasa merupakan salah satu ciri khas yang membedakan antara manusia dengan makhluk lainnya. Selain itu, bahasa mempunyai fungsi sosial baik sebagai alat komunikasi maupun sebagai suatu cara mengidentifikasi kelompok sosial. Sebagaimana dijelaskan oleh Chaer dan Agustina (2014:11) bahwa bahasa adalah sebuah sistem, artinya bahasa itu dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat diidentifikasi. Bahasa mempunyai hubungan yang erat dengan masyarakat. Perkembangan bahasa berkembang seiring dengan masyarakat penggunaannya. Masing-masing bahasa memiliki keunikan yang berbeda satu sama lain. Dengan menguasai bahasa, seseorang bisa berkomunikasi dengan siapa pun dan dimana pun serta dalam interaksi seseorang akan mendapatkan informasi-informasi penting dengan mudah untuk memperoleh ilmu pengetahuan. Sociolinguistik berasal dari sosiologi dan linguistik. Sociologi adalah suatu kajian yang objektif mengenai manusia di dalam lingkungan masyarakat, tentang lembaga-lembaga dan tentang proses sosial yang terjadi di dalam masyarakat, sedangkan linguistik adalah bidang ilmu bahasa atau ilmu yang mengkaji tentang bahasa sebagai objek kajiannya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sociolinguistik adalah antar disiplin ilmu yang mempelajari tentang bahasa dalam kaitannya dengan penggunaan bahasa itu sendiri di dalam masyarakat (Chaer dan Agustina, 2014:2). Sociolinguistik berhubungan dengan perincian-

perincian pemakaian bahasa yang sebenarnya, seperti mendeskripsikan pola-pola pemakaian bahasa atau dialek yang terdapat dalam budaya tertentu serta topik dan latar pembicaraan.

Penggunaan bahasa terjadi di dalam aktivitas masyarakat untuk melakukan tukar informasi dalam transaksi jual beli seperti Pasar. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007, Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pembangunan ekonomi masyarakat. Pasar merupakan tempat terjadinya peristiwa interaksi. Pasar identik dengan proses transaksi jual beli secara langsung antara penjual dan pembeli. Dalam interaksi, bahasa yang digunakan di dalam Pasar sangat menggambarkan komunikasi yang terjadi dalam percakapan sehari-hari. Pemakaian bahasa yang digunakan ditandai dengan munculnya bahasa yang khas terhadap sekelompok pengguna bahasa. Bahasa yang digunakan di Pasar sangat beragam, karena Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dari berbagai usia, jenis kelamin, etnis, pekerjaan, pendidikan, dan sebagainya. Suwito dalam (Wulandari, 2021:2) Pemakaian bahasa juga dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional, yakni siapa yang berbicara, dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan, dimana, dan mengenai apa. Dikatakan sebagai alat komunikasi, maka bahasa digunakan sesuai dengan keperluannya, pemakaian bahasa berkaitan kepada fungsi dan situasinya dalam berbagai kegiatan seperti di kantor, di pelabuhan, di bandara, di ruang kuliah, di Pasar dan sebagainya. Keadaan dalam situasi tersebut akan menimbulkan suatu variasi bahasa.

Dalam masyarakat dan kebudayaan tertentu bahasa selalu digunakan sesuai dengan situasi dan kebutuhan. Maksud dan tujuan pemakai bahasa juga dapat dipandang sebagai sosok penentu variasi atau ragam bahasa. Ragam bahasa tersebut dipergunakan oleh masyarakat sesuai kelas sosial masing-masing, salah satunya adalah penggunaan bahasa yang ada di Pasar Senen Siulak. Pasar Senen Siulak merupakan Pasar terbesar yang ada di kecamatan Siulak. Sesuai temuan peneliti pada Senin tanggal 2 Januari 2023 terdapat interaksi penjual dan pembeli. Para penjual Pasar Senen Siulak dituntut untuk menguasai bahasa saat berinteraksi dengan pembeli agar terjadi komunikasi yang memiliki tujuan serta terjalin keakraban dengan pembeli. Para penjual tersebut menunjukkan ciri khusus pada penjual lain agar saat menjajakan barang dagangannya terlihat berbeda. Ciri khusus yang mereka gunakan terlihat pada cara dan strategi mereka berbahasa. Ragam bahasa yang digunakan penjual di Pasar saat mereka menjajakan dagangannya disebut ragam usaha. Menurut Nababan dalam (Wulandari, 2021:2), ragam usaha adalah ragam bahasa yang sesuai dengan pembicaraan-pembicaraan biasa yang berorientasi kepada hasil atau produksi, diartikan sebagai gaya tuturan dalam berdagang dan kelompok kecil yang tidak melibatkan mitra tutur. Sebagaimana yang penulis lihat ketika melakukan observasi awal di Pasar Senen Siulak percakapan antara pembeli dan penjual sayur berikut ini:

Penjual : nalak apo? Ambiklah! (sambil senyum menyapa pembeli)
(cari apa? Ambil aja!)
Pembeli : pucuk ubi ini brapo sikebat?
(daun singkong ini berapa satu ikat?)
Penjual : sikebat duo ribu, po banya nak nda? Ambik lah tigo kebat limo
ribu.
(Satu ikat dua ribu, mau berapa banyak? Ambil tiga ikat lima ribu)
Pembeli : aa yo ambik lah tuk aku tigo kebat.
(oh ambil untuk saya tiga ikat)
Penjual : pilihlah klihi situ nak ndak dengan mano!!
(pilih saja sendiri mau yang mana!!)

Dari percakapan antara pembeli dan penjual tersebut, terlihat menggunakan ragam bahasa santai, ragam usaha dan juga ragam sosial. Pertama, penjual menyapa pembeli dan menanyakan apa yang sedang dicari oleh pembeli, hal ini menunjukkan bahwa sedang terjadi ragam sosial antara penjual dan pembeli. Kedua, pembicaraan bisa mengalir tanpa ada perencanaan terlebih dahulu sehingga dalam ragam santai pembicara dalam berkomunikasi verbal tidak ada kekakuan dalam berbicara. Para penjual menggunakan bahasa yang dipakai sehari-hari untuk berkomunikasi. Ketiga, ragam Usaha ini terlihat dari cara penjual menawarkan dagangannya kepada pembeli. Hal ini terjadi disebabkan karena tindak tutur yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh penjual. Adapun tujuan yang hendak dicapai sesuai dengan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut. Untuk mengetahui ragam bahasa apa saja yang digunakan oleh para penjual Pasar Senen Siulak dan untuk mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya ragam bahasa penjual Pasar Senen Siulak.

beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Darmianti (2017), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makasar, dengan judul Ragam Bahasa Penjual Pasar Mare Kabupaten Bone (Kajian Sociolinguistik). Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan adanya ragam bahasa penjual Pasar Mare dan faktor apa saja yang memengaruhi ragam



bahasa di Pasar Mare Kabupaten Bone. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Data yang dianalisis dengan teknik analisis menyimak tanpa partisipasi dan merekam. Data yang dianalisis dengan teknik analisis deskriptif dengan langkah pengklasifikasian. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian yang dikemukakan meliputi ragam bahasa yang ada di Pasar Mare Kabupaten Bone yaitu ragam bahasa sosial, ragam dialek, ragam santai dan ragam usaha. Sedangkan faktor yang memengaruhi ragam bahasa di Pasar Mare adalah faktor waktu, faktor tempat, faktor sosiokultural, Faktor menarik perhatian pembeli, faktor situasi, faktor usia dan faktor gender, faktor sosial dan faktor pendidikan. Perbedaan dengan peneliti lain adalah waktu dan tempat penelitian. Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama mengkaji tentang sosiolinguistik.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wulandari (2021), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan judul Analisis Pemakaian Ragam Bahasa Penjual Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Kamis Desa Saentis: Kajian Sosiolinguistik. Tujuan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan pemakaian ragam bahasa penjual yang ditinjau melalui kajian Sosiolinguistik dengan menggunakan Teori Martin Joos. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menyajikan kajian serta analisis data secara langsung yang berhubungan antara peneliti dengan informan yang telah terkumpul dan sumber data yang terpilih serta analisis berdasarkan data yang diperoleh. Instrumen pada penelitian ini yaitu, Observasi dan Dokumentasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian yang dikemukakan meliputi pemakaian ragam bahasa yang ada di Pasar Kamis Desa Saentis lebih dominan menggunakan ragam bahasa santai dan ragam bahasa usaha, sedangkan ragam bahasa akrab hanya digunakan untuk penjual dan pembeli yang sudah memiliki hubungan karib. Faktor yang mempengaruhi ragam bahasa di Pasar Kamis Jalan Kaliserayu Desa Saentis adalah faktor situasi, faktor usia, faktor keakraban dan faktor sosiokultural

Chaer dan Agustina (2014:3), mengemukakan bahwa sosiolinguistik adalah kajian tentang ciri khas variasi bahasa, fungsi variasi bahasa, dan penggunaan bahasa karena ketiga unsur ini berinteraksi dalam dan saling mengubah satu sama lain dalam satu masyarakat tutur, identitas sosial dari penutur, lingkungan sosial tempat peristiwa tutur terjadi serta tingkatan variasi dan ragam linguistik. Sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang bersifat interdisipliner dengan ilmu sosiologi, dengan objek penelitian hubungan antara bahasa dengan faktor sosial di dalam suatu masyarakat tutur (Chaer dan Agustina, 2014: 4). Darmianti (2017: 7) Sosiolinguistik memfokuskan penelitian pada variasi ujaran dan mengkaji dalam suatu konteks sosial. Sosiolinguistik meneliti korelasi antara faktor-faktor sosial itu dengan variasi bahasa. Sumarsono (2007:2) mendefinisikan sosiolinguistik sebagai linguistik institusional yang berkaitan dengan pertautan bahasa dengan orang-orang yang memakai bahasa itu. Rafiek dalam (Darmianti 2017: 8) mendefinisikan sosiolinguistik sebagai studi bahasa dalam pelaksanaannya, itu bertujuan untuk mempelajari bagaimana konvensi-konvensi tentang relasi penggunaan bahasa untuk aspek-aspek lain tentang perilaku sosial, dan sebagai cabang linguistik yang mempelajari faktor-faktor sosial yang berperan dalam pemakaian bahasa dan yang berperan dalam pergaulan.

Sumarsono (2007:2), menyebut sosiolinguistik sebagai linguistik, berkaitan dengan pertautan dengan orang-orang yang memakai bahasa itu. Appel dan Greus Meijer dalam (Chaer & Agustina, 2014 :4), mengemukakan bahwa sosiolinguistik adalah kajian mengenai bahasa dan pemakaiannya dalam konteks sosial dan kebudayaan, dan merupakan kajian bahasa dalam penggunaannya, dengan tujuan untuk meneliti bagaimana konvensi pemakaian bahasa berhubungan dengan aspek-aspek lain dari tingkah laku sosial. Sosiolinguistik adalah pengembangan subbidang linguistik yang memfokuskan penelitian pada variasi ujaran serta mengkajinya dalam suatu konteks sosial. Nancy Parrot Hickerson dalam (Chaer & Agustina, 2014 : 4), sosiolinguistik meneliti korelasi antara faktor-faktor sosial itu dengan variasi bahasa. Menurut Pride & Holmes dalam (Sumarsono 2007: 2) Sosiolinguistik adalah kajian bahasa sebagai bagian dari kebudayaan dan masyarakat. Menurut pandangan sosiolinguistik, bahasa mengandung berbagai macam variasi sosial yang tidak dapat dipecahkan oleh kerangka teori struktural, dan terlalu naif bila variasi bahasa itu dengan faktor-faktor sosial, baik secara situasional maupun implikasional. Menurut konsepsi sosiolinguistik struktur masyarakat yang selalu bersifat heterogen yang memengaruhi struktur bahasa (Dewa Putu Wijaya, 2010 :5).

Bram & Dickey dalam (Sri Wulandari 2021: 7) menyatakan bahwa sosiolinguistik mengkhususkan kajiannya pada bagaimana bahasa berfungsi di tengah masyarakat dengan berupaya menjelaskan kemampuan manusia menggunakan aturan-aturan berbahasa secara tepat dalam situasi-situasi yang bervariasi. Berdasarkan beberapa pengertian menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik adalah cabang ilmu linguistik yang erat kaitannya dengan sosiologi, hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor sosial di dalam suatu masyarakat tutur serta mengkaji tentang ragam dan variasi bahasa. Selanjutnya ada tujuh dimensi yang merupakan penelitian sosiolinguistik yaitu: (1) identitas sosial dari penutur, (2) identitas sosial dari pendengar yang terlibat dalam proses komunikasi, (3) lingkungan sosial tempat peristiwa tutur terjadi (4) analisis sinkronik dan diakronik dari dialek-dialek sosial, (5) penilaian sosial yang berbeda oleh penutur akan perilaku bentuk-bentuk

ujaran, (6) tingkatan variasi dan ragam linguistik, (7) penerapan praktis dari penelitian sosiolinguistik (Chaer dan Agustina, 2014:5). Dalam penggunaannya, sosiolinguistik memberikan pengetahuan bagaimana manusia mempergunakan bahasanya. Sosiolinguistik bermanfaat dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Dengan adanya sosiolinguistik akan memberikan panduan kepada kita dalam berkomunikasi dengan menunjukkan bahasa yang digunakan, baik ragam bahasa maupun gaya bahasa apa yang harus kita gunakan jika kita berbicara dengan orang tertentu (Chaer dan Agustina, 2014:7)

Chaer dan Agustina (2014: 7) menyatakan kegunaan sosiolinguistik bagi kehidupan praktis sangat banyak, sebab bahasa sebagai alat komunikasi verbal manusia, tentunya mempunyai aturan-aturan tertentu. Dalam penggunaannya sosiolinguistik memberikan pengetahuan bagaimana cara menggunakan bahasa. Sosiolinguistik memberikan pedoman untuk berkomunikasi dengan menunjukkan bahasa, ragam bahasa atau gaya bahasa apa yang harus kita gunakan jika berbicara dengan orang tertentu. Sosiolinguistik mempunyai berbagai kegunaan bagi kehidupan praktis, sebab bahasa sebagai alat komunikasi verbal manusia, tentunya mempunyai aturan-aturan tertentu. Dalam penggunaannya sosiolinguistik memberikan pengetahuan bagaimana cara menggunakan bahasa. Sosiolinguistik menjelaskan bagaimana menggunakan bahasa itu dalam aspek atau segi sosial tertentu, seperti dirumuskan Fishman (Chaer & Agustina, 2014 :7), bahwa yang dipersoalkan dalam sosiolinguistik adalah, “who speak, what language, to whom, when, and to what end”. Sosiolinguistik dapat kita manfaatkan dalam komunikasi atau berinteraksi. Sosiolinguistik akan memberikan pedoman kepada kita dalam berkomunikasi dengan menunjukkan bahasa, ragam bahasa atau gaya bahasa apa yang harus kita gunakan jika kita berbicara dengan orang tertentu.

Chaer dan Agustina (2014: 7) mengungkapkan bahwa dalam pengajaran bahasa di sekolah, sosiolinguistik juga mempunyai peranan besar. Kajian bahasa secara internal akan menghasilkan varian bahasa secara objektif deskriptif dalam wujud berbentuk sebuah buku tata bahasa. Kalau kajian secara internal itu dilakukan secara deskriptif maka akan menghasilkan sebuah buku tata bahasa deskriptif. Jika kajian itu dilakukan secara normatif, maka akan menghasilkan sebuah buku tata bahasa normatif. Kedua buku tata bahasa ini akan menghasilkan varian bahasa yang berbeda. Motivasi awal berkembangnya sosiolinguistik sudah jelas dikatakan hampir sepuluh tahun lampau, “untuk menunjukkan adanya kovarian linguistik yang sistematis dan struktur sosial, bahkan barangkali juga menunjukkan adanya hubungan kausal dalam satu atau lain arah” Bright dalam (Sri Wahyuni, 2017: 12). Tujuan semacam itu mengarah pada satu pendekatan korelasional yang berasumsi bahwa struktur linguistik dan struktur sosial memang terpisah dan merupakan kesatuan yang berbeda-beda, yang sebagian telah dideskripsikan oleh induk linguistik dan sosiologi. Pendekatan pertama, semua yang berpredikat sosiolinguistik tujuannya mencakup data-data sosial semacam itu agar bisa menjadikan model linguistik tersebut lebih bersifat umum dan kuat; antara lain pendekatan itu sebenarnya bersifat linguistik dan dipakai untuk memperluas wawasan linguistik yang keluar dari pengkajian tentang kalimat tapi ke arah grammar interaksi „pembicara pendengar“ (Sri Wahyuni, 2017: 13).

Bahasa adalah suatu sistem lambang berupa bunyi, bersifat arbitrer, digunakan oleh suatu masyarakat tutur untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri (Chaer, 2014:11). Hal ini memberi gambaran bahwa bahasa adalah berupa bunyi yang digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi. Edward Sapir dalam (Chaer, 2014:17), mengatakan bahwa bahasa mempengaruhi kebudayaan, dan bahasa itu mempengaruhi cara berfikir dan bertindak anggota masyarakat penuturnya. Sapir dalam (Chaer, 2014:17) mengatakan bahwa bahasa adalah metode atau alat penyampaian ide, perasaan, dan keinginan yang sungguh manusia dan noninstingtif dengan mempergunakan sistem simbol- simbol yang dihasilkan dengan sengaja dan suka rela. Sedangkan menurut Sibarani, bahasa sebagai sistem tanda atau sistem lambang, sebagai alat komunikasi, dan digunakan oleh kelompok manusia atau masyarakat. Menurut pendapat beberapa Ahli diatas dapat disimpulkan bahwa bahasa merupakan bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap berupa bentuk dan makna, sistem tanda atau sistem lambang, sebagai alat komunikasi, dan digunakan oleh kelompok manusia atau masyarakat untuk mengidentifikasi diri dalam makna yang berkaitan dengan penggunaan bahasa yang terdapat dalam kata yang diucapkan.

Menurut Chaer dan Agustina (2014: 15) Fungsi bahasa dilihat dari sudut penutur berfugsi personal atau pribadi, maksudnya sipenutur menyatakan sikap terhadap apa yang dituturkannya. Sipenutur bukan hanya mengungkapkan emosi lewat bahasa, tetapi juga memperlihatkan emosi itu sewaktu menyampaikan tuturannya. Dilihat dari segi pendengar, bahasa berfungsi direktif, yaitu mengatur tingkah laku pendengar. Disini bahasa itu tidak hanya membuat si pendengar melakukan sesuatu, tetapi juga melakukan kegiatan yang sesuai dengan dimaksudkan si pembicara. Hal ini dapat dilakukan si penutur dengan menggunakan kalimat-kalimat yang menyatakan perintah, himbauan, permintaan, maupun rayuan (Chaer dan Agustina, 2014: 15). Sesungguhnya, bahasa itu dapat digunakan untuk menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan, baik yang sebenarnya maupun yang khayalan atau rekaan saja (Chaer dan Agustina, 2014:

Menurut Kridalaksana dalam (Rohani dan Pujiati, 2017: 2) Ragam bahasa adalah suatu bentuk varian atau ragam menurut topik yang dibicarakan dan menurut media pembicaraannya. Keragaman bahasa timbul sebagai kebutuhan penutur yang memilih bahasa yang dipakai agar sesuai dengan situasi konteks sosialnya. Oleh karena itu, ragam bahasa timbul bukan karena kaidah kebahasaan, namun disebabkan oleh kaidah-kaidah sosial yang beraneka ragam. Menurut Sumarsono (2014:72-76) menyatakan bahwa hubungan antara bahasa dan etnik merupakan hubungan yang sederhana yang bersifat kebiasaan yang ditandai dengan sosial antarkelompok, dengan bahasa sebagai ciri pengenal utama. Suatu masyarakat yang beraneka bahasa atau masyarakat multilingual mempunyai beberapa bahasa yang dipakai. Hal tersebut terjadi karena beberapa etnik yang membentuk masyarakat, sehingga dari segi etnik bisa dikatakan sebagai masyarakat yang majemuk. Dalam studi sosiolinguistik ragam atau variasi bahasa merupakan bahasa pokok, sehingga menurut Kridalaksana (dalam Chaer dan Leonie, 2004:61) mendefinisikan sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang menjelaskan ciri-ciri variasi bahasa dan menetapkan korelasi ciri-ciri bahasa dengan ciri sosial kemasyarakatan. Ragam atau variasi bahasa terjadi karena penuturnya yang heterogen dan dalam kegiatan interaksi sosial penuturnya sangat beragam. Variasi atau ragam bahasa dibedakan menjadi empat segi. Pertama variasi bahasa dari segi penuturnya.

Dari segi penutur biasa disebut dengan idiolek yakni setiap orang mempunyai variasi bahasanya masing-masing. Pertama variasi idiolek berkenaan dengan warna suara, pilihan kata, gaya bahasa, susunan kalimat, dan sebagainya. Namun dalam interaksi yang paling dominan adalah warna suara, karena hanya dengan mendengar suara kita bisa mengenal tanpa melihat orangnya. Kedua variasi dialek, yakni variasi bahasa yang jumlah kelompok penuturnya relatif, berada dalam satu tempat, wilayah, atau area tertentu. Ketiga variasi kronolek atau dialek temporal, yaitu variasi yang digunakan oleh kelompok sosial pada masa tertentu. Keempat variasi sosiolek atau dialek sosial, yakni variasi yang berkenaan dengan status, golongan, dan kelas sosial. Variasi ini biasanya menyangkut dengan masalah pribadi penutur seperti, seks, pekerjaan, tingkat kebangsawanan, keadaan sosial ekonomi, dan sebagainya (Chaer dan Leonie, 2004:62-64). Sebagai gejala sosial, pemakaian bahasa tidak hanya ditemukan oleh faktor-faktor linguistik, tetapi ditemukan pada faktor-faktor sosial. Faktor yang memengaruhi pemakaian bahasa misalnya, status sosial, tingkat pendidikan, kehidupan ekonomi, usia, etnis, jenis kelamin, dan sebagainya. Menurut Fishman (dalam Novalia, 2011:10) gejala kebahasaan yang berkembang dalam masyarakat dapat menggambarkan suatu fenomena yang terjadi. Alat komunikasi bahasa mempunyai fungsi masing-masing untuk berinteraksi, dengan demikian komunikasi disini merupakan kegiatan sosial. Agar setiap komunikasi dapat berjalan lancar, setiap pemakaian bahasa harus mampu menggunakan bahasa itu sedemikian rupa sehingga terdapat pengertian arti yang sama antara mitra tuturnya.

Menurut Darmianti (2017: 16) Ragam bahasa adalah variasi bahasa menurut penggunaannya yang dibedakan menurut topik, hubungan pelaku, dan medium pengungkapan. Jadi ragam bahasa adalah variasi bahasa menurut penggunaannya, yang timbul menurut situasi dan fungsi yang memungkinkan adanya variasi tersebut. Ragam bahasa menurut topik pembicaraan mengacu pada penggunaan bahasa dalam bidang tertentu, seperti, bidang jurnalistik, kesusastraan, dan pemerintahan. Ragam bahasa menurut hubungan pelaku dalam pembicaraan atau gaya penuturan menunjuk pada situasi formal atau informal. Medium pengungkapan dapat berupa sarana atau cara penggunaan bahasa, misalnya bahasa lisan dan bahasa tulis, masing-masing ragam bahasa memiliki ciri-ciri tertentu, sehingga ragam yang satu berbeda dengan ragam yang lain. Menurut Darmianti (2017: 16-17) Penggunaan ragam bahasa perlu penyesuaian antara situasi dan fungsi penggunaannya. Hal ini mengidentifikasikan bahwa kebutuhan manusia terhadap sarana komunikasi juga bermacam-macam. Untuk itu, kebutuhan sarana komunikasi bergantung pada situasi pembicaraan yang berlangsung. Dengan adanya keanekaragaman bahasa di dalam masyarakat dapat diketahui, misalnya berdasarkan jenis pendidikan atau jenis pekerjaan seseorang, bahasa yang digunakan memperlihatkan perbedaan. Sebuah komunikasi dikatakan efektif apabila setiap penutur menguasai perbedaan ragam bahasa. Dengan penguasaan ragam bahasa, penutur bahasa dapat dengan mudah mengungkapkan gagasannya melalui pemilihan ragam bahasa yang ada sesuai dengan kebutuhannya.

Bahasa Indonesia memiliki berbagai ragam berdasarkan topik pembicaraan, yang mencerminkan fungsi dan konteks penggunaannya. Ragam politik, misalnya, memainkan peran penting dalam penyampaian kebijakan oleh penguasa, yang secara langsung mempengaruhi perkembangan bahasa di masyarakat. Sementara itu, ragam hukum dikenal dengan struktur kalimat yang panjang dan kompleks, dirancang untuk memberikan kejelasan dalam norma-norma hukum, meskipun sering dipengaruhi oleh sejarah hukum kolonial. Ragam sosial dan fungsional menunjukkan fleksibilitas bahasa dalam menyesuaikan diri dengan norma-norma sosial dan kebutuhan profesional tertentu, seperti dalam lingkungan keluarga atau profesi medis. Ragam jurnalistik, yang digunakan dalam media massa, menunjukkan sifat ringkas dan mudah dipahami, memastikan pesan dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Semua ragam ini menunjukkan bahwa bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga cerminan dari kompleksitas sosial dan fungsional dalam kehidupan sehari-hari.



Ragam dialek dalam bahasa Indonesia mencerminkan variasi bahasa yang digunakan oleh kelompok penutur di wilayah tertentu. Variasi ini, yang dalam istilah lama disebut logat, paling menonjol terlihat dalam pelafalan kata-kata. Sebagai contoh, logat bahasa Indonesia orang Jawa dapat diamati pada pelafalan konsonan /b/ di awal nama-nama kota seperti mBandung dan mBayuwangi, atau dalam realisasi pelafalan kata-kata seperti "pendidi'an," "tabra'an," "kenai'an," dan "gera'an." Logat daerah menjadi sangat kentara karena karakteristik bunyi yang khas. Misalnya, logat Indonesia yang diucapkan oleh penutur asal Tapanuli dikenali dari tekanan kata yang sangat jelas; sedangkan logat penutur asal Bali dan Jawa dapat dikenali dari pelafalan bunyi /t/ dan /d/. Ciri-ciri seperti tekanan, intonasi, dan panjang-pendeknya bunyi bahasa berkontribusi dalam membentuk aksan yang berbeda-beda di setiap daerah.

Selain ragam dialek, tingkat pendidikan penutur juga berpengaruh terhadap penggunaan bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia yang digunakan oleh kelompok penutur dengan tingkat pendidikan tinggi terlihat berbeda dari bahasa yang digunakan oleh penutur yang tidak berpendidikan.

Kemudian, ada juga perbedaan antara ragam resmi dan tak resmi. Ragam resmi digunakan dalam situasi formal seperti pertemuan, peraturan, dan undangan, di mana bahasa yang digunakan cenderung lebih baku dan terstruktur. Sebaliknya, ragam tak resmi digunakan dalam situasi yang lebih santai seperti dalam percakapan sehari-hari atau pergaulan pribadi, di mana bahasa yang digunakan cenderung lebih luwes dan informal. Tingkat formalitas bahasa ini sangat menentukan apakah suatu ragam bahasa dianggap resmi atau tidak. Semakin tinggi kebakuan suatu bahasa, semakin resmi bahasa tersebut; demikian pula sebaliknya, semakin rendah tingkat kebakuaannya, semakin informal bahasa yang digunakan.

Ragam Bahasa disebabkan oleh adanya kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat atau kelompok yang sangat beragam atau para penuturnya yang heterogen, baik itu dilihat dari segi waktu, tempat, situasi, dan cara penggunaannya. Hal tersebut menyebabkan jenis ragam bahasa apakah yang cocok dipakai di masyarakat. Berdasarkan dari segi keformalannya, Marti Joos (Chaer dan Agustina, 2010:7) membagi ragam bahasa menjadi lima kelompok, yaitu: ragam beku (frozen style), ragam resmi, ragam usaha (consultative style), ragam santai (casual style), dan ragam akrab (intimate style). Ragam beku adalah variasi bahasa yang paling formal, yang digunakan dalam situasi-situasi khidmad, upacara-upacara resmi, dan dokumen-dokumen resmi bersejarah seperti: undang-undang dasar dan dokumen-dokumen penting lainnya. Ragam beku disebut ragam baku karena pola dan kaidahnya sudah ditetapkan secara tetap dan tidak dapat diubah. Gleason (Aslinda dan Syafyaha, 2007:20) Menyatakan membatasi ragam bahasa frozen ini sebagai ragam bahasa prosa tertulis dan gaya bahasa orang yang tidak dikenal. Sementara itu juga di kenal ragam resmi yang merupakan variasi bahasa yang digunakan pada pidato kenegaraan, rapat dinas, surat menyurat, ceramah keagamaan, buku-buku pelajaran, dan sebagainya. Pola dan kaidah resmi sudah ditetapkan sebagai suatu standar. Ragam resmi ini pada dasarnya sama dengan ragam bahasa baku yang hanya digunakan dalam situasi resmi dan tidak resmi. Misalnya percakapan antar teman yang sudah akrab atau percakapan dalam keluarga tidak menggunakan ragam resmi ini. Tetapi, ragam resmi digunakan dalam pembicaraan peminangan, pembicaraan dengan seorang dosen dikantornya, atau diskusi dalam ruang kuliah.

Ragam usaha adalah ragam bahasa yang sesuai dengan pembicaraan-pembicaraan di sekolah dan rapat-rapat atau pembicaraan yang berorientasi kepada produksi dan hasil seperti halnya penjual asongan yang menginginkan hasil saat menjajakan barang dagangannya. Jadi ragam bahasa penjual di Pasar masuk kedalamnya, sebab seorang penjual dalam menjajakan barang dagangannya jelas tidak menggunakan bahasa formal, tetapi menggunakan bahasa yang cukup dimengerti oleh penjual dan pembeli. Saat menjajakan barang dagangannya bermacam-macam kata mereka ucapkan sehingga timbul beraneka ragam bahasa dengan tujuan timbul suatu proses interaksi antara penjual dan pembeli. Ragam Santai (Casual Style) Ragam santai adalah variasi bahasa yang digunakan dalam situasi tidak resmi untuk berbicara-bincang dengan keluarga atau teman karib pada waktu istirahat, berolahraga, berekreasi, dan sebagainya. pembicaraannya tidak terikat oleh aturan-aturan berbicara yang baik. Pembicaraan bisa mengalir tanpa ada perencanaan terlebih dahulu sehingga dalam ragam santai pembicara dalam berkomunikasi verbal tidak ada kekakuan dalam berbicara. Mereka menggunakan bahasa yang dipakai sehari-hari untuk berkomunikasi.

Ragam Akrab (Intimate Style) Ragam akrab atau ragam intim adalah variasi bahasa yang biasa digunakan oleh para penutur yang hubungannya sudah akrab. Seperti, antar anggota keluarga atau antar teman yang sudah karib. Ragam ini ditandai dengan penggunaan bahasa yang tidak lengkap, pendek-pendek, dan dengan artikulasi yang sering tidak jelas. Hal ini terjadi karena di antara partisipan sudah ada saling pengertian dan memiliki pengetahuan yang sama



Method

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Bogdan dan Taylor (melalui Moleong, 2007:4) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dan juga menurut Sugiyono (2020:17) penelitian Kualitatif lebih bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk berupa kata-kata atau gambar. Penelitian deskriptif hanya menggambarkan berdasarkan fakta tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari para penjual dan pembeli di Pasar Senen Siulak. Penutur merupakan orang yang menuturkan dalam hal ini penjual di Pasar yang, dan biasanya disebut narasumber. Data Primer dalam penelitian ini adalah tuturan penjual dan pembeli di Pasar Senen Siulak. Sedangkan Data Sekunder dalam penelitian ini berupa dokumentas. Lokasi penelitian yang dipilih adalah di Pasar Senen Siulak yang beralamat di Desa Pasar Senen, Kecamatan Siulak, Kabupaten Kerinci. Alasan dipilihnya lokasi tersebut karena lokasi tersebut menurut peneliti sangat strategis, dan tempat berkumpulnya para penjual dari berbagai daerah dan berbagai latar belakang yang berbeda yang memungkinkan terjadi ragam bahasa. Penelitian dilakukan setiap kegiatan Pasar Senen Dilakukan yaitu setiap hari Senin dalam rentan waktu 8 kali kunjungan atau 2 bulan. Narasumber adalah seseorang yang paham terkait dengan objek penelitian serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian yang di angkat. Informan dalam penelitian ini adalah penjual dan pembeli di Pasar Senen Siulak. Informan diambil secara acak pada wanita ataupun laki-laki yang berusia minimal 17 tahun dan maksimal 60 tahun. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Adapun alat bantu dalam penelitian ini terdiri dari bolpoint dan buku catatan. Sedangkan alat bantu elektronik berupa alat perekam dan kamera.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode observasi dengan beberapa teknik yang spesifik. Pertama, teknik inventarisasi digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data terkait penggunaan ragam bahasa di lingkungan Pasar Senen Siulak, Kabupaten Kerinci. Selanjutnya, teknik simak diterapkan tidak hanya pada penggunaan bahasa lisan tetapi juga tertulis, di mana peneliti menyimak tuturan ragam bahasa yang digunakan oleh pembeli dan penjual di pasar. Setelah itu, teknik catat dilakukan sebagai langkah lanjutan, di mana peneliti mencatat hasil pengamatan dalam kartu data. Terakhir, metode observasi dan dokumentasi digunakan untuk mempelajari perilaku manusia dan proses interaksi yang terjadi di lingkungan pasar tersebut, memastikan data yang diperoleh komprehensif dan mendalam.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi, yang mencakup tahap identifikasi, klasifikasi, analisis, dan deskripsi. Pertama, data yang terkumpul diidentifikasi dengan membaca secara kritis untuk mengenali ragam bahasa, konteks, situasi penggunaan, dan gejala bahasa yang terdapat dalam tuturan penjual di Pasar. Setelah itu, data diklasifikasi berdasarkan hasil identifikasi tersebut, yaitu ragam bahasa, konteks dan situasi penggunaan, serta gejala bahasa. Selanjutnya, data yang telah diklasifikasi dianalisis dengan menghubungkannya pada kajian sosiolinguistik untuk memahami lebih dalam fenomena bahasa yang terjadi. Terakhir, hasil analisis disusun secara sistematis dalam bentuk deskripsi yang jelas, sehingga memudahkan untuk menggambarkan penggunaan ragam bahasa di lingkungan Pasar dari perspektif sosiolinguistik. Pengecekan keabsahan data sangat penting dalam penelitian, karena melalui pengujian keabsahan data, data penelitian dapat diuji kebenarannya dan bisa dipertanggung jawabkan dari segala segi. Pada penelitian ini pengujian keabsahan data menggunakan teknik ketekunan pengamatan (intrater).

Results and Discussions

Hasil penelitian dideskripsikan dalam bentuk tabel yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Penjabaran dalam pembahasan dilakukan berdasarkan hasil penelitian tersebut.

Table 1 Hasil Analisis Ragam Bahasa

No	Kode Tutran	Macam Ragam Bahasa Dari Segi Keformalan				
		Ragam Beku	Ragam Resmi	Ragam Usaha	Ragam Santai	Ragam Akrab
1	Tuturan 1			√		
2	Tuturan 2			√		
3	Tuturan 3			√		
4	Tuturan 4				√	
5	Tuturan 5				√	
6	Tuturan 6			√		
7	Tuturan 7					√



8	Tuturan 8			√		
9	Tuturan 9			√		
10	Tuturan 10					√
11	Tuturan 11					√
12	Tuturan 12			√		
13	Tuturan 13			√		
14	Tuturan 14				√	
15	Tuturan 15				√	
16	Tuturan 16			√		
17	Tuturan 17			√		
18	Tuturan 18			√		
19	Tuturan 19				√	
20	Tuturan 20			√		
21	Tuturan 21			√		
22	Tuturan 22				√	
23	Tuturan 23					√
24	Tuturan 24			√		
25	Tuturan 25			√		
26	Tuturan 26				√	
27	Tuturan 27					√
28	Tuturan 28					√
29	Tuturan 29			√		
30	Tuturan 30					√

Berdasarkan tabel diatas, macam ragam bahasa yang ditemukan di Pasar Senen Siulak tidak sama dan bahkan satu diantaranya tidak ditemukan sama sekali, yaitu Ragam Beku dan Ragam Resmi = 0. Namun macam ragam yang lainnya ditemukan tidak begitu signifikan, berikut ragam macam yang dimaksud, Ragam Usaha = 16, Ragam Santai = 7, dan Ragam Akrah = 7.

Ragam Usaha:

Beberapa contoh tuturan pada ragam usaha sebagai berikut:

Tuturan 1

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual penjual pakaian

Penjual : Cari apa buk?

Pembeli : Cari baju bang

Tuturan 2

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual sayuran

Pembeli : Mbak.. Wortel berapa setengah? (Mbak.. Wortel setengah kilonya berapa?)

Penjual : Setengah enam, kemarenkan delapan (setengah enam ribu, kamerankan delapan ribu)

Pembeli : Sayur Sawi?

Penjual : Tiga, Lima Ribu

Tuturan 3

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual tahu

Pembeli : Berapa Tahu tek? (berapa tahu satu buk?)

Penjual :Seribu suah. Enam, Limo ribu. (seribu satu. Enam, Lima Ribu)

Tuturan 1 ke dalam Ragam Usaha, karena dari kata “cari apa buk” merupakan usaha penjual dalam menawarkan dagangannya untuk menarik pelanggan. Dengan kata “cari apa” penjual mencoba mencari perhatian pembeli untuk melihat barang dagangannya. Ragam usaha pada tuturan tersebut adalah salah satu pembicaraan yang umum dilakukan didalam situasi pasar dalam menawarkan barang terhadap konsumen. Kata “cari apa buk” juga mempermudah dan membantu konsumen ketika mencari bahan atau barang yang diperlukannya. Tuturan 2 tersebut tergolong kedalam ragam usaha. karena kata “kemarenkan Delapan” merupakan usaha yang dilakukan oleh penjual untuk mempromosikan dagangannya, dimana kata



“kemarenkan delapan” merupakan kalimat penjelas dari kalimat sebelum yang diucapkan penjual kepada pembeli yang menanyakan harga dagangannya. Kata tersebut juga menjelaskan bahwa harga dari yang sebelumnya lebih tinggi dari pada sekarang, sehingga menimbulkan asumsi konsumen bahwa harga tersebut bisa merosot atau lebih tinggi dalam jangka waktu yang tidak menentu. Dari asumsi tersebut target penjual membuat konsumen membeli dagangannya lebih dari satu sebelum harga jual barang naik. Tuturan 3 termasuk ke dalam ragam usaha, karena dari kata “enam, lima ribu” berorientasi pada barang yang dijual oleh penjual. Dari kata “enam, lima ribu” penjual secara tidak langsung berusaha mempromosikan dagangannya untuk menarik minat calon pembeli, dan dalam kata “seribu satu. Enam lima ribu” juga merupakan usaha penjual terhadap konsumen dalam konteks potongan harga atau discount jika membeli barang tersebut lebih dari satu, dan cara ini juga mempercepat terjualnya barang tanpa merugikan penjual

Tuturan 6

Konteks : peristiwa yang terjadi pada penjual Perabotan Rumah tangga

Penjual : tigo sapuluh kak... tigo sapuluh.... (Tiga Sepuluh ribu kak, Tiga Sepuluh ribu)

Pembeli : Tabung ini berapa? (Celengan berapa?)

Penjual : Tabung limo ribu kak (Celengan Lima ribu kak)

Tuturan 8

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual kue

Pembeli : iko bara ? (ini berapa)

Penjual : kue talua 5 ribu, ambillah (kue telur 5 ribu, ambil lah)

Pembeli : iko se ciek (yang ini aja satu)

Tuturan 9

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual aksesoris

Penjual : lima ribu,, lima ribu,, lima ribu,, (sambil teriak)

Tuturan 6 termasuk ke dalam Ragam Usaha, karena kalimat “tiga sepuluh ribu” mengandung makna penjual sedang melakukan promosi terhadap barang dagangannya, dengan tujuan agar barang dagangannya dilirik oleh pengunjung pasar. Selain itu, pedagang mengucapkan kalimat “tiga sepuluh ribu” sambil teriak-teriak untuk menarik perhatian pembeli. Cara ini juga sering kita temui di pasar dalam mempromosikan dagangannya, cara ini juga membutuhkan tenaga untuk teriak-teriak dengan mengatakan “tiga sepuluh” dengan tujuan menarik minat beli konsumen dengan harga yang murah dan kualitas yang bagus. Tuturan 8 termasuk ke dalam Ragam Usaha, karena dari kata “Ambillah” merupakan usaha penjual dalam mempromosikan dagangannya untuk menarik minat konsumen. Dari peristiwa di atas yang peneliti temui, kata “ambillah” yang disebutkan oleh ibu penjual kue tersebut merupakan cara penawaran dagangan nya yang memungkinkan konsumen untuk mencobanya, dan membuat konsumen yakin bahwa kue yang di jual oleh penjual tersebut memiliki rasa yang enak, karena penjual berani menawarkan dagangan nya dengan mengatakan “Ambillah”. Tuturan 9 termasuk ke dalam Ragam Usaha, karena dari kata “lima ribu” sambil teriak-teriak merupakan usaha penjual dalam mempromosikan dagangannya untuk menarik minat konsumen. Tuturan ini tidak beda jauh atau memiliki kesamaan dengan tuturan 9, namun bedanya pada tuturan tersebut menawarkan haraga yang murah dengan barang dagangan lebih dari satu, namun pada tuturan ini menawarkan haraga yang murah dengan kualitas barang yang dijualnya bagus, dan cara penawarannya juga sama dengan tuturan 9, dimana menawarkan harga murah secara teriak-teriak menyebutkan nominal harga dan membuat konsumen tidak lagi menawar, melainkan memilih barang yang akan di konsumsinya

Ragam Akrab

Beberapa contoh tuturan pada ragam usaha sebagai berikut:

Tuturan 7

Konteks : peristiwa yang terjadi pada penjual Kerupuk

Pembeli : Kerupuk ini brapo bang ? (kerupuk ini berapa bang ?)

Penjual : 5 ribu Ca (5 ribu Ca)

Pembeli : ini samon ? (yang ini juga ?)

Penjual : samo (iya / sama)



Pembeli : samon galo ? dengan ini bae (sama semua ? yang ini saja)

Tuturan 10

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual keripik pisang

Penjual : ado tibo ? (ada datang) ?

Pembeli : ado, keripik pisang berpo bli nyo ? (ada, keripik pisang berapa haraganya) ?

Penjual : 10 ribu bli nyo (10 ribu harga nya)

Pembeli : idak 2, 15 ribu ? (nggak 2 lima belas ?)

Penjual : idak, jangan nyan (tidak, jangan ya)

Tuturan tersebut tergolong ke dalam Ragam Akrab, karena kalimat “Brapo Bang” menunjukkan Keakraban antara penjual dan pembeli di mana si penjual menjawab dengan kalimat “limo ribu Ca”. Pada tuturan tersebut terlihat jelas keakraban antara pembeli dan penjual, dimana sipenjual sudah mengetahui nama sipembeli. Tuturan 10 termasuk ke dalam Ragam Akrab, karena kalimat “Ado tibo” yang menyatakan bahwa pembeli menanyakan keberadaan penjual, sehingga terlihat bahwa pembeli sudah sering berinteraksi dengan penjual dan terlihat mereka memiliki hubungan yang akrab. Pada tuturan ini jelas terlihat ragam akrab dari kata “ado tibo”, kata ini menunjukkan bahwa keakraban dari penjual dan pembeli, dengan menanyakan hal diluar dari pertanyaan jual beli, sehingga kata tersebut menunjukkan hubungan yang akrab antara penjual dan pembeli.

Tuturan 11

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual sembako

Pembeli : pemasak ini brapo no ? (bumbu ini berapa nek ?)

Penjual : tigo ribu cung (tiga ribu cu)

Pembeli : cabe bulat brapo stengah ? (cabe berapa setengah kilo)

Penjual : 9 ribu (9 ribu)

Pembeli : ambik bae pemasak suah (ambil aja bumbu satu)

Tuturan 23

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual penjual sembako

Pembeli : Ado kayo tibo? Uhang ngato kayo pgi nyingok anak kayo (ada ibu jualan? Orng bilang ibu pergi besuk anak.

Penjual : ado a, dak ku ado jadi pgi, nyo nak balik ugo. Apo nak ati ambik lah! (ada nih, gak jadi berangkat, dia mau pulang juga.

Mau apa ambil aja!

Pembeli : ambik ku nyok sabun mandi suah, minyak manih skilo, pepsoden suah, rinso serenteng. (ambilkan saya sabun mandi satu, minyak goreng satu, pasta gigi satu, sama deterjen satu

Tuturan 11 tersebut termasuk ke dalam Ragam Akrab, karena kata “No” artinya “Nek/Nenek” dan “Cung” artinya “Cucu” yang menunjukkan keakraban diantara mereka.. Pada tuturan ini, penyebutan “no” yang berarti “nek” atau nenek” adalah kata yang sering diucapkan seorang cucu kepada neneknya. Tuturan 23 pada uraian tersebut termasuk ke dalam Ragam Akrab, karena kalimat “Mau apa ambil aja ” yang menyatakan bahwa penjual membebaskan pembeli untuk mengambil apa yang dia mau, sehingga terlihat bahwa mereka memiliki hubungan yang akrab. Pada tuturan kali ini tidak beda jauh pada tuturan sebelumnya, yang menunjukkan keakraban dari penjual dan pembeli. Kata ini “Ado kayo tibo” menunjukkan bahwa kehadiran penjual itu sudah di tunggu dan pembeli biasa membeli dagangan dari penjual tersebut. Lalu pada kata “apo nak ati ambik lah” menunjukkan bahwa kedekatan penjual dan pembeli yang membebaskan pembeli untuk mengambil dan memilih apa yang dibutuhkan pembeli.

Ragam Santai

Tuturan 4

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual Bawang

Pembeli : Bawang berapa tek? (Bawang Berapa buk?)

Penjual : Seper Empat limo ribu, setengah Sembilan ribu. (Satu per Empat Lima ribu, Setengah Kilo Sembilan ribu)



Pembeli : yang di ungguk ini berapa? (yang di onggok ini berapa?)
Penjual : yang alem pinggan limo ribu. (yang dalam piring lima ribu)

Tuturan 14

Konteks : Peristiwa yang terjadi pada penjual udang
Pembeli : udang berapa ini ¼ da ? (udang berapa ¼ bang ?)
Penjual : ¼ 20
Pembeli : ¼ 20 ? bisa kurang ? (¼ 20 ? bisa kurang)
Penjual : idak (tidak)
Pembeli : ambik ¼ (ambil ¼)

Tuturan 4 tersebut tergolong ke dalam Ragam Santai, karena kata “Bawang berapa tek” dan penjual Menjawab dengan kata “Seper Empat limo ribu, setengah Sembilan ribu” merupakan ucapan yang digunakan dalam bahasa sehari-hari dalam kegiatan jual beli. Dialog diatas pada tuturan 4 masuk kedalam ragam santai dikarenakan tidak terjadinya percakapan yang menonjol atau yang signifikan, percakapan tersebut biasa saja terjadi tanpa adanya keakraban atau usaha khusus yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen. Tuturan 14 tersebut termasuk ke dalam Ragam Santai, karena dari kata yang digunakan dalam percakapan diatas merupakan percakapan yang biasa di temui dan dialog ini sering terjadi pada penjual di dalam bahasa yang digunakan untuk percakapan sehari-hari. Pada tuturan kali ini juga tidak beda jauh dengan tuturan sebelumnya, dimana tidak terjadi percakapan yang mononjol. Kata-kata yang diucapkan biasa terjadi dalam proses jual beli dimana kata pertama sipembeli menanyakan harga dan penjual menjawab harga sesuai dengan pertanyaan pembeli, begitupun dengan kata yang diucapkan selanjutnya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi ragam bahasa dalam tuturan mencakup waktu, situasi, tempat, gender, dan usia. Dari analisis 30 tuturan, dapat dilihat bahwa banyak tuturan dipengaruhi oleh beberapa faktor secara bersamaan. Misalnya, tuturan dalam ragam usaha sering dipengaruhi oleh waktu, situasi, dan tempat, sementara tuturan dalam ragam santai lebih dipengaruhi oleh waktu dan situasi. Ragam dialeg umumnya dipengaruhi oleh waktu dan tempat, sedangkan ragam akrab sering dipengaruhi oleh gender dan usia. Dengan demikian, ragam bahasa yang digunakan dalam komunikasi dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor kontekstual yang berbeda.

Conclusions

Berdasarkan data analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dikemukakan meliputi pemakaian ragam bahasa yang ada di Pasar Senen Siulak Kabupaten Kerinci lebih dominan menggunakan ragam bahasa Usaha, ragam bahasa Santai dan ragam bahasa Akrab, sesuai dengan hasil penelitian bahwa terdapat 16 Ragam bahasa Usaha dan 7 untuk masing-masing ragam Santai dan ragam Akrab. Ragam usaha banyak ditemui karena setiap pedagang memang berusaha untuk menarik minat konsumen dan melariskan dagangannya, sedangkan ragam bahasa Santai dan Akrab banyak ditemui di Pasar senen ini dikarenakan penjual dan pembeli yang merupakan satu daerah. Faktor yang mempengaruhi ragam bahasa di Pasar Senen Jalan Raya Siulak Desa Pasar Senen adalah faktor situasi, faktor usia, faktor akrab, faktor waktu, faktor tempat dan faktor gender.

Acknowledgments

Terimakasih kepada pembimbing skripsi yang telah membimbing sehingga akhirnya dari skripsi tersebut dapat dibuat artikel ini

References

- Angin, Toras Barito Bayo. 2021. Ragam Bahasa Lisan Penjual Dan Pembeli Di Pasar Pargarutan Kecamatan Angkola Timur Kabupaten Tapanuli Selatan Dalam Kajian Sociolinguistik. Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia BASASASINDO. Vol.1 No.2 Edisi Oktober 2021 – Januari 2022
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Barlian, Eri. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Padang: Sukabina Press.
- Chaer. Abdul. 2004. Linguistik Umum. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2010. Kesantunan Berbahasa. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer. Abdul dan Leonie Agustina. 2014. Sociolinguistik Perkenalan Awal: Jakarta: Rineka Cipta..



-
- Nababan.1993. Sosiolinguistik Suatu Pengantar.Jakarta.Gramedia.
- Rohani, Yunisa Rayni & Tri Pujiarti. 2018. Ragam Bahasa Lisan Penjual Dan Pembeli Di Pasar Serpong Kota Tangerang Selatan (Kajian Sosiolinguistik). Jurnal of Language, Vol. 2 tahun 2018.
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development. Bandung: AlfaBeta
- Sumarsono.2002. Sosiolinguistik: Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Suwito. 1983. Pengantar Awal Sosiolingistik Teori dan Problema. Surakarta : KenariOffset Solo.

