

**ANALISIS RAGAM BAHASA PADA MASYARAKAT MULTILINGUAL  
DI PASAR PRAPATAN KABUPATEN MAJALENGKA: KAJIAN  
SOSIOLINGUISTIK**

**Deyaha Afif<sup>1</sup>**

Universitas Pendidikan Indonesia  
deyahaafif@upi.edu

**Retty Isnendes<sup>2</sup>**

Universitas Pendidikan Indonesia  
retty.isnendes@upi.edu

**Eri Kurniawan<sup>3</sup>**

Universitas Pendidikan Indonesia  
eri\_kurniawan@upi.edu

**ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan kajian sosiolinguistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi ragam bahasa yang muncul dalam interaksi jual-beli pada masyarakat multilingual di pasar *Prapatan*, Kabupaten Majalengka. Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data simak libat cakap, wawancara dan dokumentasi. Teori penelitian yang digunakan yakni Ragam Bahasa berdasarkan tingkat keformalannya menurut Martin Joos (1967) dengan teori faktor munculnya ragam bahasa menurut Holmes (1992). Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada tiga ragam bahasa yang muncul dari interaksi jual-beli tersebut yakni 1) ragam usaha (*consultative*) yang menunjukkan adanya tujuan komunikasi untuk mencapai kesepakatan jual-beli, 2) ragam santai (*casual*) & ragam usaha (*consultative*) menunjukkan komunikasi yang didukung kedekatan personal para penutur dengan tujuan kesepakatan jual-beli, dan 3) ragam akrab (*intimate*) & ragam usaha (*consultative*) menunjukkan komunikasi yang dilatarbelakangi adanya hubungan kekeluargaan antara salah satu penutur dengan tujuan akhir mencapai kesepakatan jual-beli. Sementara faktor pendukung munculnya ragam bahasa yang ditemukan dari penelitian ini yakni berdasarkan 1) status sosial, 2) jenis kelamin, 3) usia, dan 4) etnis.

Kata Kunci: Sosiolinguistik, ragam bahasa, multilingual, pasar tradisional

**A. PENDAHULUAN**

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang memiliki banyak bahasa atau sering dikenal sebagai masyarakat yang multilingual. Multilingual dapat dipahami secara sederhana sebagai beragam bahasa yang berbeda dan digunakan secara bersamaan di suatu lingkup masyarakat tertentu. Keberagaman bahasa disebabkan oleh adanya kegiatan-kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat atau kelompok masyarakat yang sangat beragam yang disebabkan para penuturnya yang tidak homogen (Rikardus Pande, 2021).

Ragam bahasa sendiri sering kali disebut sebagai varian bahasa. Variasi bahasa timbul dari tindak tutur masyarakat yang didukung oleh adanya peristiwa tutur. Variasi bahasa dibagi menjadi 5 jenis yaitu 1) idiolek, 2) dialek, 3) tingkat tutur, 4) ragam bahasa, dan 5) register (Prihandini & Isnendes, 2020). Identitas dari suatu kelompok maupun individu masyarakat dapat tercermin dalam setiap bahasa yang digunakannya. Misalnya saja pada penggunaan aksentuasi dan dialek pada dua kelompok masyarakat tertentu akan tetap terdengar perbedaannya ketika individu dari masyarakat tersebut sama-sama berbicara dalam bahasa Indonesia. Oleh sebab itu, dalam ragam atau variasi bahasa tempat dan identitas dapat menjadi salah satu faktor adanya keberagaman dalam berbahasa.

Indonesia memiliki beragam bahasa sebagaimana data dalam *Ethnologue: Language of The World* (2005) dikemukakan bahwa di Indonesia terdapat 742 bahasa di antaranya merupakan bahasa yang masih hidup atau masih digunakan oleh penuturnya (Fujiastuti, 2014). Berdasarkan data pada tahun 2005 silam tidak menutup kemungkinan bahwa saat ini bahasa di Indonesia bisa saja telah berkurang maupun bertambah dari jumlah sebelumnya. Dalam konteks sosial tentunya sebuah kelompok masyarakat tidak dapat terlepas dengan bahasa. Bahasa yang digunakan dapat berupa bahasa nasional, internasional, maupun bahasa daerah tertentu yang telah disepakati sebagai bagian dari masyarakat bahasa tersebut (Indarti, 2023). Indonesia sendiri memiliki bahasa Indonesia yang digunakan sebagai bahasa nasional, bahasa Inggris yang umum dipelajari sebagai bahasa asing karena dipandang sebagai bahasa internasional serta bahasa daerah yang menjadi ciri khas setiap kedaerahan wilayahnya masing-masing.

Hal lainnya yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini ialah adanya fenomena penggunaan ragam bahasa pada masyarakat multilingual, di mana masyarakat multilingual dinilai mampu menggunakan beberapa bahasa secara bersamaan dalam interaksi komunikasi sehari-hari. Penggunaan beberapa bahasa dalam satu lingkup masyarakat ini jugalah yang menjadikan kekhawatiran banyak pengamat bahasa terhadap kelangsungan bahasa ibu. Bahasa ibu saat ini dirasa semakin berkurang penggunaannya. Semakin diamati masyarakat semakin jarang mengajarkan atau menerapkan penggunaan bahasa ibu untuk komunikasi sehari-hari, masyarakat terutama kaum muda lebih suka menggunakan bahasa gaul atau bahasa Indonesia sebagai media dalam berkomunikasi.

Hal ini menjadi salah satu pemicu masyarakat mulai mengurangi mengajarkan bahasa daerah kepada anak-anaknya dan lebih memilih mengajarkan bahasa Indonesia, sebab di sekolah anak-anak dituntut untuk bisa menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar. Hal ini semakin didukung juga dengan hasil validasi vitalitas bahasa daerah pada tahun 2019 yang telah dilakukan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa menunjukkan bahwa dari 98 bahasa daerah yang telah divalidasi vitalitasnya, sebanyak 37% berstatus aman, 19% stabil tetapi terancam punah, 3% mengalami kemunduran, 25% terancam punah, 5% kritis, dan 11% sudah punah. Bahasa daerah yang masih berstatus aman memang memiliki nilai presentase yang paling tinggi dibandingkan dengan status yang lain. Namun, jika diamati, jumlah ini relatif kecil karena sebesar 52% atau setara dengan 51 bahasa daerah yang tersebar diberbagai daerah statusnya merujuk pada kepunahan yang artinya bahasa-bahasa daerah tersebut perlu ditindaklanjuti lebih jauh agar tidak menjadi punah (Rana, 2022).

Selain itu, beberapa penyebab yang menjadi pendorong dilakukannya penelitian ini yakni karena adanya keunikan yang ditemukan di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka, yakni dari tata letak wilayahnya yang berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Cirebon. Perbedaan dari kedua wilayah ini sangat mencolok dari segi bahasa daerah yang digunakannya, di mana masyarakat Kabupaten Cirebon menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa ibu sementara masyarakat Kabupaten Majalengka yang menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa ibu.

## **B. METODOLOGI PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yakni pendekatan kajian sosiolinguistik dengan tujuan untuk mengungkap ragam bahasa apa yang muncul dari suatu peristiwa tutur. Hal ini sesuai seperti yang dipaparkan bahwa sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik berkenaan dengan hubungan dan saling pengaruh antara perilaku bahasa dan perilaku sosial. Dapat diartikan pula bahwa sosiolinguistik merupakan ilmu tentang bahasa yang digunakan di dalam interaksi sosial (Nurmala dkk., 2022). Interaksi sosial di dalam penelitian ini berbentuk peristiwa tutur yang menghasilkan keberagaman dalam berbahasa.

Jenis metode penelitian yang digunakan untuk dilakukan dalam penelitian ini yakni menggunakan jenis metode deskriptif kualitatif dengan dasar kajian yang diterapkan yakni teori sosiolinguistik. Dalam jenis penelitian kualitatif lebih memiliki sifat deskriptif dan cenderung

menggunakan analisis. Secara umum, penelitian kualitatif memperoleh data utama dari wawancara dan observasi (Ramdhan, 2021).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode observasi partisipan dengan teknik simak libat cakap, komunikasi langsung melalui proses wawancara dan dokumentasi (Hasanah, dalam Ainunnisa; Maulana, 2021) mendefinisikan observasi partisipan adalah observasi yang melibatkan peneliti atau pengamat turut ambil bagian dalam hal yang diteliti. Dalam hal ini penelitian akan dilakukan melalui observasi secara langsung pada objek penelitian yaitu pasar tradisional *Prapatan* Kabupaten Majalengka dengan memperhatikan kaidah-kaidah pedoman observasi. Teknik observasi partisipan ini pun dibarengi dengan teknik simak libat cakap.

### C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer berupa studi lapangan. Hasil data yang ditemukan kemudian diolah menggunakan teori ragam bahasa berdasarkan tingkat keformalannya terdapat lima bentuk tingkat keformalan dalam gaya bahasa yakni 1) ragam beku (*frozen*), 2) ragam resmi (*formal*), 3) ragam santai (*casual*), 4) ragam usaha (*consultative*), dan 5) ragam akrab (*intimate*). Berdasarkan studi lapangan yang telah dilakukan ditemukan 13 data temuan yang dapat dianalisis lebih dalam untuk dijadikan data penelitian diantaranya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 1. Temuan Penelitian**

No.	Transkrip Percakapan Penjual dan Pembeli	Identitas Subjek	Jenis Ragam bahasa
1.	Data 1	<b>Penjual:</b> Bapak-bapak paruh baya (59 tahun) – Jawa, Indonesia (Indramayu) <b>Pembeli:</b> Ibu-ibu paruh baya (52 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha ( <i>consultative</i> )
2.	Data 2	<b>Penjual:</b> Ibu-ibu paruh baya (51 tahun) – Jawa (Indramayu) <b>Pembeli:</b> Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha ( <i>consultative</i> )
3.	Data 3	<b>Penjual:</b> Laki-laki (36 tahun) – Jawa, Indonesia (Sumatera) <b>Pembeli:</b> Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha ( <i>consultative</i> )
4.	Data 4	<b>Penjual:</b> Wanita (28 tahun) – Jawa (Cirebon) <b>Pembeli 1:</b> Ibu-ibu paruh baya (47 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha ( <i>consultative</i> )

		<b>Pembeli 2:</b> Bapak-bapak paruh baya (52 tahun) – Jawa (Cirebon)	
5.	Data 5	<b>Penjual:</b> Laki-laki (36 tahun) – Jawa (Cirebon) <b>Pembeli:</b> Ibu-ibu paruh baya (57 tahun) – Sunda (Majalengka)	Ragam usaha ( <i>consultative</i> )
6.	Data 6	<b>Penjual:</b> Wanita (36 tahun) – Jawa (Cirebon) <b>Pembeli 1:</b> Ibu-ibu paruh baya (52 tahun) – Jawa (Indramayu) <b>Pembeli 2:</b> Wanita (25 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam usaha ( <i>consultative</i> )
7.	Data 7	<b>Penjual:</b> Ibu-ibu paruh baya (61 tahun) – Jawa, Sunda (Cirebon) <b>Pembeli:</b> Ibu-ibu paruh baya (58 tahun) – Sunda (Majalengka)	Ragam usaha ( <i>consultative</i> )
8.	Data 8	<b>Penjual:</b> Laki-laki (36 tahun) – Jawa (Cirebon) <b>Pembeli:</b> Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa (Cirebon)	Ragam santai ( <i>casual</i> ) + ragam usaha ( <i>consultative</i> )
9.	Data 9	<b>Penjual:</b> Laki-laki (34 tahun) – Jawa (Indramayu) <b>Pembeli 1:</b> Ibu-ibu paruh baya (48 tahun) – Jawa (Cirebon) <b>Pembeli 2:</b> Ibu-ibu paruh baya (55 tahun) – Sunda (Majalengka)	Ragam santai ( <i>casual</i> ) + ragam usaha ( <i>consultative</i> )
10.	Data 10	<b>Penjual:</b> Bapak-bapak paruh baya (48 tahun) – Jawa (Cirebon) <b>Pembeli 1:</b> Bapak-bapak paruh baya (52 tahun) – Sunda (Majalengka) <b>Pembeli 2:</b> Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Sunda (Majalengka)	Ragam akrab ( <i>intimate</i> ) + ragam usaha ( <i>consultative</i> )
11.	Data 11	<b>Penjual:</b> Laki-laki (38 tahun) – Jawa (Cirebon) <b>Pembeli 1:</b> Ibu-ibu paruh baya (47 tahun) – Jawa, Sunda (Majalengka) <b>Pembeli 2:</b> Wanita (24 tahun) – Jawa, Sunda, Indonesia (Majalengka)	Ragam akrab ( <i>intimate</i> ) + ragam usaha ( <i>consultative</i> )
12.	Data 12	<b>Penjual:</b> Laki-laki (36 tahun) – Sunda (Majalengka) <b>Pembeli 1:</b> Wanita (34 tahun) – Sunda (Majalengka) <b>Pembeli 2:</b> Ibu-ibu paruh baya (59 tahun) – Sunda (Majalengka)	Ragam akrab ( <i>intimate</i> ) + ragam usaha ( <i>consultative</i> )
13.	Data 13	<b>Penjual:</b> Ibu-ibu paruh baya (43 tahun) – Jawa, Sunda, Indonesia (Majalengka) <b>Pembeli 1:</b> Wanita (23 tahun) – Sunda (Majalengka) <b>Pembeli 2:</b> Ibu-ibu paruh baya (46 tahun) – Jawa, Sunda, Indonesia (Majalengka)	Ragam akrab ( <i>intimate</i> ) + ragam usaha ( <i>consultative</i> )

Berdasarkan data tersebut, penelusuran data dilakukan dengan cara observasi secara langsung di pasar tradisional *Prapatan* Kabupaten Majalengka. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memilih secara acak pedagang yang tengah melakukan interaksi jual-beli. Ragam *Ragam Bahasa Pada Masyarakat Multilingual dalam Interaksi Jual-Beli di Pasar Prapatan Kabupaten Majalengka: Kajian Sociolinguistik*

bahasa yang ditemukan dalam penelitian ini diklasifikasikan menggunakan teori ragam bahasa berdasarkan tingkat keformalannya menurut Martin Joos (1967) yang mengemukakan ada lima ragam bahasa, yakni 1) Ragam beku (*frozen*), 2). Ragam resmi (*formal*), 3). Ragam santai (*casual*), 4). Ragam usaha (*consultative*), dan 5). Ragam akrab (*intimate*). Data penelitian yang ditemukan di lapangan hanya menunjukkan tiga ragam bahasa saja yang terklasifikasi. Lebih terperinci ketiga ragam tersebut dapat dilihat pada proses deskripsi data sebagai berikut.

### 1. Ragam Usaha (*consultative*)

#### a. Deskripsi Data 1

Pembeli:	“ <i>kudu delapan puluh bae?</i> ” (harus delapan puluh saja?)
Penjual :	“ <i>iya bu, tujuh lima mah ongkosnya aja</i> ” (iya bu, tujuh lima hanya ongkosnya saja)
Pembeli:	“ <i>ya wis</i> ” (iya sudah)

Berdasarkan temuan data 1 tersebut, terdapat satu orang penjual dengan satu orang pembeli yang berkomunikasi menggunakan bahasa Jawa. Dari hasil proses interaksi jual-beli tersebut dapat terlihat bahwa ragam bahasa yang muncul yakni ragam usaha (*consultative style*). Hal tersebut diketahui 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 ditetapkan oleh penjual.

#### b. Deskripsi Data 2

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 dan penjual yang merupakan ibu-ibu paruh baya. Penjual tersebut menanggapi tuturan dari pembeli menggunakan bahasa Jawa dialek Indramayu sedangkan pembeli terdengar menggunakan bahasa Jawa dialek Cirebon. Dari uraian data tersebut dapat terlihat ragam bahasa yang muncul yakni ragam usaha (*consultative*) hal tersebut disebabkan karena pada penggalan dialog tersebut pembeli berusaha menawar harga yang ditawarkan oleh penjual.

#### c. Deskripsi Data 3

Pembeli:	<i>“kien sih abang muda ya?, bli bisa kurang toli Mas?”</i> (ini 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, sementara penjual merupakan seorang laki-laki yang masih cukup muda. Pada saat melakukan interaksi jual-beli pembeli secara konsisten menggunakan bahasa Jawa dialek 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 style*). Hal tersebut 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 hal ini bertujuan untuk mencapai hasil kesepakatan dalam proses jual-beli tersebut.

#### d. Deskripsi Data 4

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 gajian”</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?)

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, pembeli 2 merupakan seorang bapak-bapak paruh baya. Sedangkan penjual merupakan seorang wanita muda. 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 santai (*casual*). Hal ini dapat terlihat dari penggunaan bahasa yang digunakan oleh kedua pembeli maupun penjual dalam melakukan interaksi jual-beli di mana kedua belah pihak sama-sama menggunakan bahasa daerah dalam tuturannya serta menggunakan bahasa yang santai dalam interaksi tersebut. Selain ragam santai (*casual*) ditemukan juga ragam usaha (*consultative*) hal ini disebabkan karena tujuan dari dilakukannya proses interaksi jual-beli tersebut adalah untuk mencapai kesepakatan akhir perdagangan.

e. Deskripsi Data 5

Pembeli:	“ <i>meuli bawang bodas</i> ” (beli bawang putih)
Penjual :	“ <i>sepuluh ewu seprapat</i> ” (sepuluh ribu se perempat)
Pembeli:	“ <i>ieu bawang baé</i> ” (ini bawang saja)
Penjual :	“ <i>suwun Bu</i> ” (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, sedangkan penjual merupakan seorang laki-laki masih cukup muda. 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 santai (*casual*). Hal ini disebabkan karena ketika percakapan tersebut berlangsung penjual serta pembeli menggunakan bahasa daerahnya masing-masing dan tidak berbicara dengan bahasa yang formal. Namun dalam data temuan tersebut tidak hanya ditemukan satu ragam bahasa saja. Pada data tersebut turut ditemukan juga adanya ragam usaha (*consultative*) hal ini ditunjukkan dengan adanya proses pembelian yang dilakukan oleh *costumer* kepada penjual.

f. Deskripsi Data 6

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)
Pembeli 2:	“ <i>ana hoodie warna putih Mbak?</i> ” (ada hoodie warna putih Mbak?)
Penjual :	“ <i>langka Teh</i> ” (tidak ada Teh)

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 yang masih cukup muda. Sedangkan pembeli 1 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya dan pembeli 2 merupakan seorang wanita muda. Dalam percakapannya penjual dan pembeli secara konsisten menggunakan bahasa Jawa. Ragam bahasa yang terdeteksi dari interaksi tersebut yakni ragam usaha (*consultative style*). Hal ini disebabkan karena dalam interaksi penjualan tersebut penjual berusaha menjual barang dagangannya dengan harga yang telah ditetapkan namun pembeli berusaha menawar harga tersebut untuk mendapatkan harga beli yang lebih murah.

g. Deskripsi Data 7

Pembeli:	“ <i>aya baju persib?</i> ” (ada baju Persib?)
Penjual :	“ <i>ieu nu tilu puluh jeep lih, nu bodas nu hideng</i> ” (ini yang tiga puluh jeep nih, yang putih yang hitam)
Pembeli:	“ <i>ukuran naon éta? L? anu nomor dua puluh atuh ganti</i> ” (ukuran apa itu? L? yang nomor dua puluh saja ganti)
Penjual :	“ <i>anu nomer dua puluh iwal kien lih dua delapan hargane, haah kuen tinggal siji</i> ” (yang nomor dua puluh hanya ini saja nih dua delapan harganya, haah itu tinggal satu)

Berdasarkan hasil transkrip data tersebut bahwa terjadi interaksi jual-beli antara satu orang pembeli dengan satu orang penjual. Pembeli dan penjual merupakan seorang ibu-ibu paruh baya. 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 style*). Ragam ini terlihat dari proses interaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli berupa diskusi dalam memilih barang serta menawar harga yang akan disepakati oleh kedua belah pihak (penjual maupun pembeli).

**2. Ragam Santai (*casual*) & Ragam Usaha (*consultative*)**

a. Deskripsi Data 8

Pembeli:	“ <i>bagen bli 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 bli di kreseki gah luh</i> ” (iya, tidak papa tidak di wadah plastik juga tuh)
Penjual :	“ <i>dari pada nenem ewu kresek bae ya</i> [tertawa]” (dari pada enam ribu plastik saja ya [tertawa])
Pembeli:	“ <i>iya, bati nenem ewu kresek bae</i> [tertawa]” (iya, dari pada enam ribu plastik saja [tertawa])

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, sementara penjual merupakan seorang laki-laki masih cukup muda. 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. 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 guna mencapai kesepakatan akhir penjualan. Berdasarkan hal tersebut selain ragam santai (*casual*) juga ditemukan ragam usaha (*consultative*) dalam proses interaksi yang terjadi.

b. Deskripsi Data 9

Penjual :	“ <i>sepuluh ribu, sepuluh ewu gah mangsa entoka seminggu kuh Bu</i> [tersenyum]” (sepuluh ribu, sepuluh ribu juga tidak akan habis seminggu Bu [tersenyum])
Pembeli 1:	“ <i>heueuh, kongkon di plototi bae</i> [tertawa], <i>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, sementara pembeli 1 merupakan ibu-ibu paruh baya dan pembeli 2 yang juga merupakan seorang ibu-ibu paruh baya. Dalam melakukan interaksi jual-beli penjual terdengar menggunakan bahasa yang berubah-ubah yakni bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Sedangkan pembeli 1 dan 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 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.

### 3. Ragam Akrab (*intimate*) & Ragam Usaha (*consultative*)

#### a. Deskripsi Data 10

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> " (tidak 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)

Berdasarkan data 2 tersebut, terlihat adanya interaksi jual-beli antara dua orang pembeli dengan seorang penjual. Pembeli 1 merupakan seorang bapak-bapak paruh baya. Sementara pembeli 2 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya. Sedangkan penjual merupakan seorang bapak-bapak paruh baya. Dalam proses interaksi jual-beli yang terjadi tersebut terlihat bahwasannya pembeli 1 dan pembeli 2 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 santai (*casual*) yang di mana ketika tuturan berlangsung penutur cenderung menggunakan bahasa non formal dan menggunakan bahasa daerahnya masing-masing yang disebabkan karena adanya kedekatan secara personal antara pembeli 1 dan pembeli 2 dengan penjual. Selain ragam santai (*casual*) secara bersamaan

proses interaksi tersebut juga memiliki tujuan akhir yakni untuk mendapatkan kesepakatan dalam proses penjualan hal ini masuk dalam kategori ragam usaha (*consultative*).

b. Deskripsi Data 11

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)

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 masih cukup muda, sementara pembeli 1 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya dan pembeli 2 yang merupakan wanita muda. 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.

c. Deskripsi Data 12

Pembeli 2:	“ <i>nomor sabaraha atuh?</i> ” (nomor berapa?)
Pembeli 1:	“ <i>cobaan tah nu éta, 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 tersebut terlihat bahwa terdapat tiga orang penutur yang terlibat di dalam interaksi jual-beli tersebut, yakni dua orang pembeli dengan satu orang penjual. Pembeli 1 merupakan seorang wanita dan pembeli 2 merupakan seorang ibu-ibu paruh baya sedangkan penjual merupakan seorang laki-laki. Dalam interaksi tersebut terdeteksi bahwa ketiganya sama-sama menggunakan bahasa Sunda. Ragam bahasa yang terlihat 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) 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 kesepakatan akhir berupa pembelian barang yang dilakukan oleh pihak pembeli.

d. Deskripsi Data 13

Pembeli 1:	“ <i>kajeun teuing rada gedéan Mah</i> ” (lebih baik agak besaran Mah)
Pembeli 2:	“enggak bisa kurang Téh?”
Penjual :	“enggak, harga jualnya segitu Bu”

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 muda dan pembeli 2 dengan penjual merupakan ibu-ibu paruh baya. 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.

Adapun faktor munculnya ragam bahasa yakni 1) faktor jaringan sosial, 2) status sosial, 3) jenis kelamin, 4) usia, dan 5) etnis. Namun, dalam penelitian ini digunakan empat faktor ragam bahasa sebagai berikut.

### 1. Status Sosial

#### a. Deskripsi Data 4

Pembeli:	“ <i>pase bae pira Mas? Jejeg bae patang puluh</i> ” (pas nya saja berapa Mas? Pas saja empat puluh)
Penjual :	“yang murah banyak <b>Bu Haji</b> , jahitannya beda, bahannya juga beda”
Pembeli:	“ <i>kang kien bae</i> ” (yang ini saja)

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 dan dapat dilihat dari cara pembeli tersebut berpakaian yang dianggap cukup berada dikalangan masyarakat.

### 2. Jenis Kelamin

#### a. Deskripsi Data 2

Pembeli 1:	“ <i>euweuh</i> ” (tidak 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** dan **Bu** yang digunakan oleh penjual maupun pembeli sebagai penanda adanya perbedaan penyebutan sesuai gender (jenis kelamin) di dalam peristiwa tutur yang terjadi tersebut.

### 3. Usia

#### a. Deskripsi Data 11

Pembeli 1:	“ <i>cobaan tah nu éta, 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 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 **Ceu** untuk subjek yang dimaksud oleh pembeli 1 kepada pembeli 2 karena usia pembeli 2 di atas pembeli 1. Sementara penjual menggunakan sapaan **Téh** kepada pembeli 1 sebab dapat dilihat bahwa pembeli 1 masih dalam usia yang cukup muda. Selain itu, pembeli 2

menggunakan sapaan *Mang* kepada penjual karena dapat dilihat bahwa penjual berusia lebih muda dari pada pembeli 2.

#### 4. Etnis

##### a. Deskripsi Data 4

Pembeli:	“ <i>bagus kien ta bagus abang Pak?</i> ” (bagus yang ini atau bagus merah Pak?)
Penjual :	“ <i>kien warnanya</i> ” (ini warnanya)
Pembeli:	“ <i>abang, abang tua</i> ” (merah, merah tua)

Berdasarkan data temuan tersebut diketahui bahwasannya pembeli merupakan wanita paruh baya yang berasal dari Cirebon dan secara konsisten menggunakan bahasa **Jawa**, sementara penjual merupakan seorang laki-laki perantau dari daerah Sumatera sehingga bahasa Jawa yang digunakannya pun masih bercampur dengan bahasa Indonesia sebagai contoh kalimat yang diucapkan oleh penjual yang mengucapkan “*kien warnanya*” yang berarti “**ini warnanya**”. Kata “*kien*” sendiri merupakan kata dalam bahasa Jawa yang artinya “**ini**” sementara kata “**warnanya**” yang berasal dari bahasa Indonesia. Sehingga dalam data temuan tersebut dapat dilihat adanya dua perbedaan bahasa yang digunakan disebabkan perbedaan etnis antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan uraian data di atas, dapat ditemukan bahwasannya terdapat tiga ragam bahasa yang muncul yakni ragam usaha (*consultative*) ditemukan sebanyak 7 data, ragam santai (*casual*) + ragam usaha (*consultative*) sebanyak 2 data, kemudian ragam akrab (*intimate*) + ragam usaha (*consultative*) sebanyak 4 data. Sementara itu, faktor-faktor pendukung munculnya ragam bahasa yang digunakan dalam penelitian ini ada empat faktor, diantaranya yakni status sosial, jenis kelamin, usia, dan etnis. Penggunaan bahasa daerah pada masyarakat multilingual di pasar *Prapatan* Kabupaten Majalengka pun masih banyak digunakan baik oleh penjual maupun pembeli. Namun, orang yang lebih muda usianya cenderung menggunakan bahasa campuran antara bahasa Indonesia dengan bahasa daerah yang dimilikinya dalam berinteraksi.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengolahan data temuan. Dilakukan pengambilan data terhadap 13 pedagang berbeda yang tengah melakukan interaksi penjualan.

Data yang telah dikumpulkan kemudian ditranskrip ke dalam teks. Berdasarkan data teks transkrip tersebut lalu dianalisis menggunakan teori ragam bahasa berdasarkan tingkat keformalannya. Terdapat tiga jenis yang digunakan dalam penelitian ini yakni, data ragam usaha (*consultative*) ditemukan sebanyak 7 data yang menunjukkan proses komunikasi yang terjadi bertujuan hanya untuk mencapai kesepakatan dalam proses jual-beli, ragam santai (*casual*) + ragam usaha (*consultative*) sebanyak 2 data menunjukkan adanya faktor kedekatan personal antara para penutur yang terlibat dalam interaksi penjualan dengan tujuan akhir untuk mencapai kesepakatan dalam proses jual-beli, kemudian ragam akrab (*intimate*) + ragam usaha (*consultative*) sebanyak 4 data ini menunjukkan adanya hubungan akrab baik itu karena dilatar belakangi oleh faktor adanya hubungan kekeluargaan antara partisipan dalam peristiwa tutur tersebut dengan tujuan akhir untuk mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam bernegosiasi penjualan. Pada data tersebut terdapat dua ragam bahasa yang digunakan secara bersamaan. Hal ini dikarenakan tujuan dari dilakukannya interaksi yang terjadi di pasar tradisional antara penjual dan pembeli adalah untuk mencapai kesepakatan pembelian produk yang dijual oleh pedagang. Namun, disamping itu para penutur yang terlibat dalam peristiwa tutur tersebut beberapa memiliki kedekatan secara personal, baik antara pedagang dengan pembeli, maupun pembeli yang satu dengan pembeli lainnya. Hal ini dapat terjadi karena ada faktor pendukung lainnya diluar interaksi penjualan yang mendorong munculnya ragam bahasa.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Ainunnisa, Astari; Maulana, R. (2021). Bahasa dalam pondok Pesantren (Kajian sosiolinguistik terhadap variasi bahasa di pondok pesantren Ar-Ridwa Bekasi). *METABAHASA: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4. <http://journal.stkipyasika.ac.id/index.php/metabahasa/article/view/114/89>
- Fujiastuti, A. (2014). Ragam bahasa transaksi jual beli. *Jurnal Bahastra*, 32(1), 15–32.
- Indarti, A. W. F. R. P. R. T. (2023). Masyarakat Desa Sembung Parengan Tuban Sebagai Masyarakat Bahasa (Kajian Sosiolinguistik). *METAMORFOSIS / Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia Dan Pengajarannya*, 16(April), 25–32.
- Nurmala, S. A., Setia, T., & Naida, W. (2022). Ragam bahasa gaul dan implikasinya terhadap pendengar ( *Kajian Sosiolinguistik pada Penyiar Radio REKS FM Garut* ). 27–34.
- Prihandini, A., & Isnendes, R. (2020). Variasi Bahasa Pada Tuturan Seorang Anak Di Masyarakat Multibahasa ( Studi Kasus Pada Anak Usia 12 Tahun Di Sebuah Keluarga Di Kota Bandung ) Language Variation on a Child ' S Speech in Multilingual Society ( Case Study of 12 Years Old Child in a Family I. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (Semantiks)*, 553–559.

- Rana, A. Z. (2022). Kumpulan opini terpilih: Generasi muda dan masa depan bahasa daerah sebagai bahasa ibu (1st ed.). Masyarakat Linguistik Indonesia.
- Rikardus Pande. (2021). Fungsi Ragam Bahasa Penjual Ikan di Pasar Oka Lamawalang, Kecamatan Larantuka, Kabupaten Flores Timur. 8, 40–57.