

Perspektif Sociolinguistik tentang Pemilihan Bahasa di Pasar Kemakmuran Kabupaten Kotabaru Provinsi Kalimantan Selatan

Kamal Hasuna

STKIP PGRI Banjarmasin
Pos-el: hkamalhasuna25@gmail.com

ABSTRAK

Pemilihan bahasa dalam masyarakat multibahasa di pasar Kemakmuran Kotabaru merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji dari perspektif sociolinguistik. Fenomena tersebut bertema tidak hanya dengan aspek kebahasaan semata, melainkan juga dengan aspek sosial budaya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap bagaimana perspektif sociolinguistik tentang pemilihan bahasa di pasar Kemakmuran Kabupaten Kotabaru Provinsi Kalimantan Selatan.

Untuk mengungkap akar permasalahan dalam penelitian ini digunakan pendekatan teoritis sociolinguistik. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu: metode simak dan metode cakap. Metode simak yang digunakan adalah teknik simak bebas libat cakap (SBLC), sedangkan metode cakap, yaitu teknik cakap semuka (CS), teknik cakap tidak tatap muka (CTS) dengan teknik rekam dan teknik catat. Adapun yang menjadi informan adalah masyarakat yang sedang menjalankan transaksi jual beli di pasar Kemakmuran Kabupaten Kotabaru. Data yang diambil dibatasi pada interaksi penutur yang berasal dari etnis yang berbeda.

Makalah ini akan mengkaji perspektif sociolinguistik terhadap pemilihan bahasa di Pasar Kemakmuran berdasarkan teori Heymes yang dikenal dengan akronim SPEAKING, yaitu (1) *setting and scene* (latar dan suasana tutur), (2) *participants* (peserta tutur), (3) *ends* (tujuan tutur), (4) *act sequence* (topik/urutan tutur), (5) *keys* (nada tutur), (6) *instrumentalities* (sarana tutur), (7) *norms* (norma-norma tutur), dan (8) *genre* (jenis tutur). Pemilihan bahasa di pasar Kemakmuran Kabupaten Kotabaru dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial dan budaya. Interaksi sosial dalam masyarakat multibahasa ini terdiri dari beberapa bahasa atau ragam bahasa sehingga setiap penutur dituntut untuk mampu memilih secara tepat bahasa atau ragam bahasa yang sesuai dengan situasi komunikasi. Pemilihan bahasa ini tidak bersifat acak melainkan mempertimbangkan berbagai faktor. Pertama, karakteristik situasi kebahasaan ditandai dengan adanya kontak bahasa dan kontak dialek yang menjadikannya sebagai masyarakat bilingual atau multilingual. Sociolinguistik melihat fenomena pemilihan bahasa sebagai fakta sosial dan menempatkannya dalam sistem lambang (kode), sistem tingkah laku budaya, serta sistem pragmatik. Dengan demikian, kajian sociolinguistik menyikapi fenomena pemilihan bahasa sebagai wacana dalam peristiwa komunikasi dan sekaligus menunjukkan identitas sosial dan budaya peserta tutur.

Kata Kunci: perspektif sociolinguistik, pilihan bahasa

PENDAHULUAN

Sesuai dengan namanya, sociolinguistik mengkaji hubungan bahasa dan masyarakat (Wardhaugh, 1986: 4; Holmes, 1993: 1; Hudson, 1996: 2), yang mengaitkan dua bidang yang dapat dikaji secara terpisah, yaitu struktur formal bahasa oleh linguistik dan struktur masyarakat oleh sosiologi. Istilah sociolinguistik itu sendiri baru muncul pada tahun 1952 dalam karya Haver C. Currie (dalam Dittmar 1976: 27) yang menyatakan perlu adanya kajian mengenai hubungan antara perilaku ujaran dengan status sosial. Ia mulai berkembang pada

akhir tahun 60-an, dan diujungtombaki oleh *Committee on Sociolinguistics of the Social Science Research Council (1964)* dan *Research Committee on Sociolinguistics of the International Sociology Association (1967)*. Jurnal baru terbit pada awal tahun 70-an, *Language in Society (1972)* dan *International Journal of the Sociology of Language (1974)*, dan sejumlah buku teks pengantar (Fishman, 1972, Dittmar, 1976). Dari kenyataan itu dapat dimengerti bahwa sosiolinguistik merupakan disiplin yang relatif baru.

Bahasa dalam kajian sosiolinguistik tidak didekati sebagai bahasa sebagaimana dalam kajian linguistik teoretis, melainkan didekati sebagai sarana interaksi di dalam masyarakat. Konferensi sosiolinguistik pertama yang berlangsung di University of California, Los Angeles, tahun 1964, telah merumuskan adanya tujuh dimensi dalam penelitian sosiolinguistik. Ketujuh dimensi yang merupakan bidang kajian sosiolinguistik itu adalah (1) identitas sosial penutur, (2) identitas peserta tutur, (3) lingkungan sosial tempat peristiwa tutur, (4) analisis sinkronik dan diakronik dari dialek-dialek sosial, (5) penilaian sosial yang berbeda oleh penutur akan perilaku bentuk-bentuk ujaran, (6) tingkatan variasi linguistik, dan (7) penerapan praktis penelitian sosiolinguistik (Dittmar 1976: 128). Sejalan dengan rumusan itu, Kartomihardjo (1988: 4) mengemukakan gagasan tentang objek kajian sosiolinguistik, sebagai berikut.

Sociolinguistik mempelajari hubungan antara pembicara dan pendengar, berbagai macam bahasa dan variasinya, penggunaannya sesuai dengan berbagai faktor penentu, baik faktor kebahasaan maupun lainnya, serta berbagai bentuk bahasa yang hidup dan dipertahankan di dalam suatu masyarakat.

Gagasan itu mengandung pengertian bahwa sosiolinguistik mencakupi bidang kajian yang luas, bukan hanya menyangkut wujud formal bahasa dan variasi bahasa melainkan juga penggunaan bahasa di masyarakat. Penggunaan bahasa tersebut bertemali dengan berbagai faktor, baik faktor kebahasaan itu sendiri maupun faktor nonkebahasaan, seperti faktor sosial budaya, termasuk tata hubungan antara pembicara dan pendengar. Implikasinya adalah bahwa tiap-tiap kelompok masyarakat mempunyai kekhususan dalam hal nilai-nilai sosialbudaya dan variasi penggunaan bahasa dalam interaksi sosial.

Ada asumsi penting di dalam sosiolinguistik yang menyatakan bahwa bahasa itu tidak pernah monolitik keberadaannya (Bell, 1976). Asumsi ini mengandung pengertian bahwa sosio-linguistik memandang masyarakat yang dikajinya sebagai masyarakat yang beragam setidak-tidaknya dalam hal penggunaan bahasa atau dalam pilihan bahasa mereka. Adanya

fenomena pemakaian variasi bahasa dalam masyarakat tutur dikontrol oleh faktor-faktor sosial, budaya, dan situasional (Fasold, 1984, Hudson, 1996, Wijana, 1997). Dalam kajian pemilihan bahasa, tugas sosiolinguistik adalah berusaha menerangkan hubungan antara gejala pemilihan bahasa dengan faktor-faktor sosial, budaya, dan situasional dalam masyarakat dwibahasa atau multibahasa, baik secara korelasional maupun implikasional.

Pada umumnya, sosiolinguistik mengkaji masyarakat dwibahasa atau multibahasa. Dalam kenyataannya, fenomena pemilihan bahasa juga akan bertemali dengan situasi semacam itu sebab untuk menentukan pemilihan bahasa atau ragam bahasa tertentu, tentu ada bahasa lain atau ragam lain yang ikut digunakan dalam berkomunikasi sehari-hari sebagai pendamping sekaligus pembanding.

Sosiolinguistik melihat fenomena pemilihan bahasa sebagai fakta sosial dan menempatkannya dalam sistem lambang (kode), sistem tingkah laku budaya, serta sistem pragmatik. Dengan demikian, kajian sosiolinguistik menyikapi fenomena pemilihan bahasa sebagai wacana dalam peristiwa komunikasi dan sekaligus menunjukkan identitas sosial dan budaya peserta tutur.

Dalam kaitannya dengan situasi kebahasaan di Indonesia, kajian pemilihan bahasa dalam masyarakat di Indonesia bertemali dengan permasalahan pemakaian bahasa dalam masyarakat dwibahasa atau multibahasa karena situasi kebahasaan di dalam masyarakat Indonesia sekurang-kurangnya ditandai oleh pemakaian dua bahasa, yaitu bahasa daerah sebagai bahasa ibu (pada sebagian besar masyarakat Indonesia), bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, dan bahasa asing. Studi pemilihan bahasa dalam masyarakat seperti itu lebih mengutamakan aspek tutur (*speech*) daripada aspek bahasa (*language*). Sebagai aspek tutur, pemakaian bahasa relatif berubah-ubah sesuai dengan perubahan unsur-unsur dalam konteks sosial budaya. Hymes (1972; 1980) merumuskan unsur-unsur itu dalam akronim *SPEAKING*, yang merupakan salah satu topik di dalam etnografi komunikasi (*the ethnography of communication*), yang oleh Fishman (1972: 15) dan Labov (1972: 283) disebut sebagai variabel sosiolinguistik.

Hymes (1980) mengemukakan tujuh belas komponen peristiwa tutur (*components of speech event*) yang bersifat universal. Ketujuh belas komponen itu oleh Hymes diklasifikasikan lagi menjadi delapan komponen yang diakronimkan dengan *SPEAKING*: (1) *setting and scene* (latar dan suasana tutur), (2) *participants* (peserta tutur), (3) *ends* (tujuan tutur), (4) *act sequence* (topik/ urutan tutur), (5) *keys* (nada tutur), (6) *instrumentalities* (sarana tutur), (7) *norms* (norma-norma tutur), dan (8) *genre* (jenis

tutor). Pandangan Hymes di atas dijadikan kerangka konsep pelaksanaan penelitian ini. Kedelapan komponen peristiwa tutur tersebut merupakan faktor luar bahasa yang menentukan pemilihan bahasa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan orientasi teoretisnya sosiolinguistik. Adapun pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Data penelitian ini adalah data dalam bentuk tuturan yang dituturkan oleh masyarakat dalam domain transaksi jual beli di Pasar Kemakmuran pada saat berkomunikasi yaitu berupa kata-kata, kalimat, dan ungkapan-ungkapan untuk mengetahui kondisi pemakaian bahasa. Data ini diperoleh dengan merekam peristiwa tutur.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif-kualitatif dan interpretatif. Artinya penulis mendeskripsikan gejala-gejala dan fakta-fakta pemilihan bahasa pada masyarakat multi bahasa. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Setiap data yang diperoleh dari pengumpulan data, hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikategorikan dalam tema pokok permasalahan yang sesuai. Selanjutnya data dan informasi yang diperoleh dari lapangan disajikan dalam bentuk uraian deskriptif yang didukung oleh tabel data.

Proses analisis data dalam penelitian ini diawali dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yakni teknik simak bebas libat cakap (SLBC), teknik cakap semuka (CS), teknik percakapan tidak tatap muka (CTS). Analisis data dilakukan sejak penelitian berlangsung dengan cara merekam berbagai peristiwa tutur yang terjadi. Melalui CS dan CTS akan ditemukan perpektif sosiolinguistik, kategori pemilihan, dan faktor penentu pilihan bahasa. Data dan informasi yang diperoleh di lapangan yang sesuai dengan masalah penelitian, diseleksi, kemudian dideskripsikan secara kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Kemakmuran berada di Kelurahan Kotabaru Tengah, Kecamatan Pulau Laut Utara, Kabupaten Kotabaru, Kalimantan Selatan. Pasar ini berada di kecamatan Pulau Laut Utara yang merupakan wilayah di Kotabaru dengan jumlah penduduk terbanyak (Badan

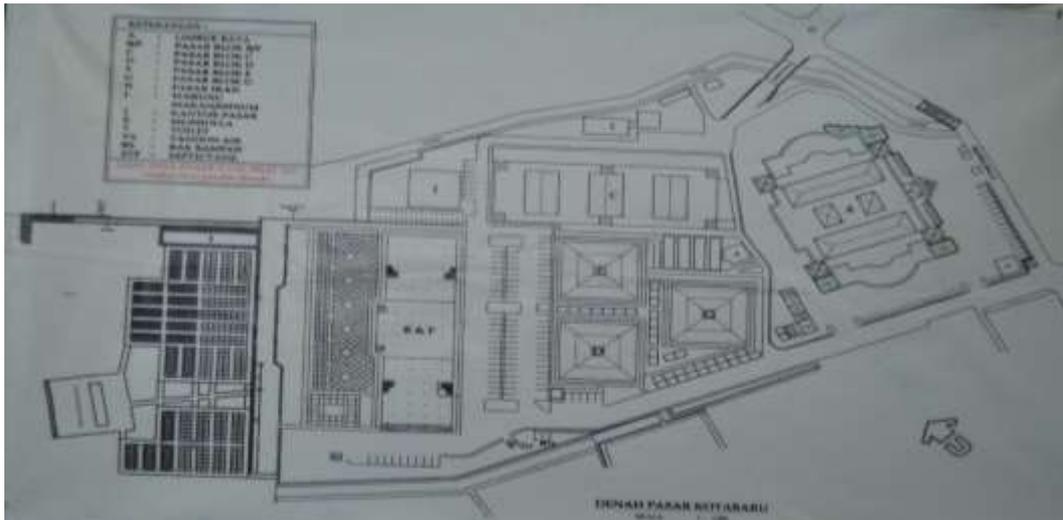
Perencanaan Pembangunan Daerah, 2004: 15). Oleh sebab itu, pasar ini menjadi pusat perdagangan utama masyarakat di kabupaten tersebut. Kotabaru berada pada lintas segitiga atas, antara Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Timur, dan Nusa Tenggara Barat. Hal ini menjadikan wilayah ini dihuni oleh berbagai suku bangsa yang beragam.

Kotabaru memiliki wilayah daratan terluas bila dibandingkan kabupaten lain di Provinsi Kalimantan Selatan, yakni 942.273 ha atau 9.422,73 km². Selain itu, wilayah lautnya juga paling luas dibandingkan kabupaten lain, seperti Banjarmasin, Tanah Laut, Barito Kuala, dan Tanah Bumbu. Kondisi tersebut menjadikan sektor kelautan menjadi salah satu komoditas yang menonjol di wilayah ini. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (2004: 18) menjelaskan bahwa komoditas perikanan mencapai 60.356 ton dengan perikanan laut 57.996 ton dan perikanan darat 2.360 ton. Komoditas ini bahkan menjadi salah satu barang ekspor ke luar negeri, yaitu udang beku dan ikan beku.

Masyarakat Kelurahan Kotabaru Tengah memiliki mata pencaharian yang beragam antara lain sebagai pengrajin, pengelola industri kecil dan rumah tangga, karyawan bank, pedagang, pengelola hotel, jasa angkutan darat dan air, tukang kayu, jahit, bengkel, percetakan, dan sebagainya. Mereka memenuhi kebutuhannya, khususnya kebutuhan rumah tangga dengan mencari di Pasar Kemakmuran.

Pasar Kemakmuran oleh masyarakat di sekitarnya lebih dikenal dengan nama *Pasar Batingkat* atau *Pasar Loteng* yang berarti pasar bertingkat-tingkat. Hal ini disebabkan kondisi bangunan di pasar tersebut bertingkat dua. Hal yang menarik ialah masyarakat memiliki candaan terkait pasar ini dengan mengatakan bahwa pasar ini selalu baru karena hampir setiap tahun selalu terjadi kebakaran. Peristiwa kebakaran terbesar yang pernah tercatat terjadi tahun 1992 karena mencapai hingga pinggir laut dan desa di dekatnya. Kebakaran terbaru terjadi tanggal 29 September 2018 yang terjadi sejak pukul 4 subuh hingga 7 pagi yang menghabiskan sekitar 200 toko atau 90 persen di blok B dan F. Pemerintah setempat selalu memperbaiki dan menata ulang pasar ini karena keberadaannya yang sangat penting bagi masyarakat Kotabaru. Para pedagang di pasar ini terdiri dari berbagai suku bangsa dengan bahasanya masing-masing. Di pasar ini, penelitian ini berhasil mengidentifikasi ada sejumlah suku bangsa, yaitu Banjar, Bugis, Jawa, Mandar, Bajau, Madura, Bima, dan Dayak. Dari delapan suku bangsa tersebut, suku Banjar dan Bugis mendominasi para pedagang di pasar tersebut.

Pasar ini memiliki luas 41.386,42 M² dengan enam blok, yaitu blok B/F, blok C, blok D, blok E, blok G, dan pasar ikan. Pasar ini tergolong pasar tradisional karena barang-barang yang diperjualbelikan masih murah dan belum dikemas dengan cara modern. Namun, di bagian depannya berdiri bangunan yang lebih modern, yakni Pasar Limbur Raya. Meskipun bangunannya lebih besar, bagian dalam pasar ini tidak seramai, pasar Kemakmuran karena barang-barang yang dijual kurang bervariasi. Selain itu, lantai dua hanya diisi oleh para pedagang emas.



Gambar 1 (Peta pasar Kemakmuran Kabupaten Kotabaru)

Waktu transaksi yang paling ramai terjadi antara jam 6 hingga 7.30 pagi yang sering disebut *pasar subuh*. Lokasinya berada di pelataran gedung blok B & F dan blok I yang menjual sayur, ikan, dan kue-kue basah. Para pembeli memadati waktu ini sebelum mereka mulai beraktivitas pagi harinya. Keuntungannya bagi ibu-ibu rumah tangga ialah mereka akan punya waktu untuk mempersiapkan makanan baik ikan, sayur, maupun sekadar membeli kue-kue basah untuk keluarganya. Adapun bagi pedagang yang mengelola warung makan, mereka bisa membeli bahan-bahan mentah dengan lebih murah agar bisa diolah untuk dijual kembali. Barang-barang yang dijual juga masih segar dan banyak sehingga waktu yang paling tepat untuk berbelanja ialah waktu ini.

Namun, pada sore hari di blok I pasar ini kembali dipadati pembeli, yakni tempat jual beli ikan. Pada waktu ini, para nelayan mengantarkan hasil tangkapannya kepada para pedagang di blok tersebut. Ikan-ikan yang dijual masih segar dan banyak sehingga dapat dipastikan kualitas barang yang dijual lebih baik dibandingkan waktu-waktu yang lain. Di samping itu, para pembeli yang bekerja dari pagi hingga sore hari juga bisa mampir ke lokasi ini sebelum pulang untuk membawa ikan yang akan dimakan pada malam harinya.

Pedagang ikan di blok I terdiri dari dua suku bangsa utama, yaitu Bugis dan Bajau. Suku Bugis cenderung memiliki tingkat ekonomi yang lebih tinggi karena kapal nelayan yang mereka miliki lebih besar sehingga ikan-ikan yang mereka tangkap sangat beragam, seperti tongkol, kerapu, tenggiri, dan sebagainya. Adapun suku Bajau, umumnya masih rendah tingkat ekonominya sehingga ikan-ikan yang dijual hanya yang hidup di wilayah pesisir. Namun, terkadang mereka juga menjual ikan-ikan laut perairan dalam dengan membeli kepada penjual lain, meskipun dalam jumlah yang sedikit.

Selain dua waktu tersebut, hari Jumat dan Minggu juga merupakan waktu transaksi yang paling ramai. Hari Jumat berlangsung dari pagi hari hingga sekitar pukul 10.00 WITA. Hari Jumat memang telah menjadi kebiasaan masyarakat di nusantara untuk bertransaksi jual beli sehingga seringkali disebut juga *hari pasar*. Selain itu, hari Minggu pagi juga menjadi waktu transaksi yang selalu dipadati oleh pembeli. Para pegawai baik pemerintahan maupun swasta tidak bekerja pada hari ini sehingga mereka memanfaatkannya untuk membeli berbagai kebutuhan pokok untuk diolah kembali bagi keluarganya.

Penelitian ini dilaksanakan dalam dua tahap. Tahap pertama, peneliti terlebih dahulu melakukan observasi untuk mengamati situasi secara umum dan menentukan strategi untuk pengumpulan data. Peneliti juga berkoordinasi dengan pengelola pasar untuk menemukan para pedagang yang akan dijadikan informan. Penentuan informan didasarkan pada suku bangsa yang ada di pasar ini. Informan mengambil perwakilan beberapa orang dari setiap suku bangsa, yaitu Banjar, Bugis, Jawa, Mandar, Bajau, Madura, Bima, dan Dayak.

Peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu metode simak, yakni teknik simak bebas libat cakap (SBLC) dan metode cakap, yaitu teknik cakap semuka (CS), teknik cakap tidak tatap muka (CTS), teknik rekam dan teknik catat. Peneliti mewawancarai informan dengan pertanyaan terstruktur untuk mengetahui gambaran umum bahasa yang mereka gunakan saat bertransaksi jual beli. Pada hari selanjutnya, peneliti merekam percakapan para informan tersebut sebagai data percakapan.

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan transkripsi data agar analisis dapat lebih mudah dilakukan. Data tersebut akan diklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, yaitu perspektif sosiolinguistik, kategori, dan faktor penentu pemilihan bahasa. Data ini masih memerlukan validasi dari penutur dan ahli untuk memastikan kebenaran data. Analisis data akan mengalami perbaikan ketika terjadi ketidaksesuaian antara deskripsi peneliti dan data yang sebenarnya.

Perspektif Sociolinguistik Pemilihan Bahasa di Pasar Kemakmuran Kotabaru

Perspektif sociolinguistik pemilihan bahasa yang digunakan dalam pemilihan bahasa di pasar Kemakmuran Kabupaten Kotabaru mengacu pada pandangan Hymes yang mengidentifikasi faktor luar bahasa berdasarkan delapan komponen peristiwa tutur. Pandangan ini dikenal dengan akronim *SPEAKING* yang merupakan singkatan dari *Setting and scene* (latar dan suasana tutur), (2) *participants* (peserta tutur), (3) *ends* (tujuan tutur), (4) *act sequence* (topik/ urutan tutur), (5) *keys* (nada tutur), (6) *instrumentalities* (sarana tutur), (7) *norms* (norma-norma tutur), dan (8) *genre* (jenis tutur). Pembahasannya adalah sebagai berikut.

***Setting and scene* (latar dan suasana tutur)**

Latar dan suasana tutur menentukan bagaimana percakapan terjadi. Waktu, tempat dan situasi tuturan yang berbeda dapat menyebabkan penggunaan variasi bahasa yang berbeda. Sebagai contoh berbicara di lapangan sepak bola pada waktu ada pertandingan dalam situasi ramai tentu berbeda dengan pembicaraan di ruang perpustakaan pada waktu orang banyak membaca dan dalam keadaan sunyi. Demikian pula halnya dalam penelitian ini data yang diambil dalam penelitian ini berasal dari percakapan penjual dan pembeli di pasar. Situasi tersebut sangat menentukan variasi bahasa yang digunakan oleh penjual maupun pembeli saat bertransaksi.

Situasi pembicaraan dengan latar di pasar lebih dominan dengan variasi bahasa ragam santai. Percakapan yang terjadi tidak terkesan formal, bahkan lebih menunjukkan keakraban bagi penutur yang sudah saling akrab. Seringkali, seorang penjual memiliki pelanggan tetap yang sering membeli di tempatnya. Situasi ini akan membuat tuturan yang diucapkan semakin santai. Apalagi percakapan antara pedagang satu sama lain karena setiap hari mereka bertemu di tempat yang sama. Hal ini semakin memudahkan batas-batas formal di antara mereka.

Hal yang sama juga terjadi antara penjual dan pembeli yang baru saja bertemu. Keduanya tidak menunjukkan tuturan yang bersifat terlalu formal. Tuturan mereka tidak menggunakan ragam formal yang biasanya disalurkan dengan bahasa Indonesia. Siapapun yang memulai mereka tetap menggunakan bahasa daerah, khususnya bahasa Banjar yang menjadi bahasa perhubungan di lokasi tersebut. Kecuali, mereka mengetahui latar belakang suku bangsa masing-masing. Bahasa daerah suku bangsanya akan lebih dipilih karena keakraban akan lebih mudah terjalin dengan media tersebut. Situasi pasar ini mendorong para penutur untuk meningkatkan keakraban agar tujuan dapat diperoleh dengan lebih mudah.

Participants (peserta tutur)

Peserta tutur pada percakapan ini melibatkan pembeli dengan penjual, pembeli dengan pembeli, dan penjual dengan penjual. Mitra tutur sangat menentukan bahasa yang digunakan oleh penutur. Posisi sosial yang tinggi akan membuat seseorang lebih berhati-hati dalam memilih variasi, bahkan bahasa tertentu.

Penelitian ini berlokasi di pasar Kemakmuran Kotabaru yang lebih didominasi bahasa Banjar sebagai bahasa penghubung. Hal ini ditunjukkan berdasarkan pengamatan peneliti terhadap percakapan penjual dan pembeli. Berdasarkan hasil wawancara, para pedagang menyatakan bahwa walaupun di pasar terdapat beragam etnis tetapi untuk menyapa lawan tutur atau pembeli yang belum dikenal mereka lebih nyaman menggunakan bahasa Banjar dengan alasan bahasa Banjar dari segi penguasaan banyak dikuasi orang walaupun notabennya bukan berasal dari etnis Banjar itu sendiri. Bahasa daerah masing-masing baru digunakan bila kedua penutur berasal dari suku bangsa yang sama dan telah terjalin keakraban satu sama lain. Bahasa tersebut menjadi media perekat kebersamaan atas suku bangsa yang sama.

Ends (tujuan tutur)

Tujuan tutur antara para partisipan ialah mendapatkan komoditas yang mereka inginkan. Bagi pembeli, tentu mereka menginginkan barang dengan kualitas bagus dengan harga yang murah, sedangkan penjual, mereka menginginkan barang yang dijual memiliki nilai yang tinggi dan laku dalam jumlah yang besar. Dari tujuan tutur antara pedagang dan pembeli tentu akan terjadi percakapan tawar menawar barang yang pada akhirnya akan terjadi transaksi jual beli kalau pedagang dan pembeli tersebut sudah mempunyai kesepakatan yang sama masalah harga dan barang yang diperjualbelikan.

Tujuan tersebut menjadikan percakapan tidak menghasilkan kelas sosial yang mencolok karena mereka saling menghargai satu sama lain. Tanpa saling menghormati, tujuan mereka akan lebih sulit tercapai. Pembeli tidak mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang sesuai, sedangkan penjual ditinggalkan para pembelinya karena tidak dilayani dengan sesuai.

Act sequence (topik/urutan tutur)

Mengacu pada bentuk ujaran dan isi ujaran. Bentuk ujaran berkenaan dengan kata yang digunakan, bagaimana penggunaannya. Dalam hal ini kata yang digunakan tentunya lebih banyak didominasi oleh kata-kata dari register perdagangan. Isi Ujaran berkenaan

dengan hubungan antara apa yang dikatakan dengan topik pembicaraan hal ini bergantung pada kebutuhan pembeli terhadap barang yang mau dibeli.

Topik yang muncul antara penjual dan pembeli umumnya berhubungan dengan harga barang yang diperjualbelikan. Percakapan juga seringkali melibatkan tawar-menawar harga hingga tercapai kesepakatan keduanya. Namun, bila keduanya telah saling mengenal sebelumnya, topik yang muncul menjadi lebih beragam, seperti keluarga, kondisi ekonomi, sosial, dan sebagainya. Adapun percakapan antara sesama penjual umumnya lebih bervariasi bukan sebatas persoalan barang yang dijual.

Keys (nada tutur)

Setiap penjual atau pembeli yang berbeda suku bangsa umumnya menggunakan bahasa Banjar sebagai alat komunikasi di pasar Kemakmuran Kotabaru. Meskipun demikian, logat atau aksen mereka tidak bisa dihilangkan dan jelas terlihat pada nada tuturannya. Hal tersebut menunjukkan identitas kesukuan penutur itu sendiri.

Penjual dengan latar belakang suku Bajau, Mandar, dan Bugis cenderung agak tinggi nada tuturnya saat berbicara. Sebagian besar dari mereka menjual barang-barang kebutuhan rumah tangga, seperti ikan dan sayur-sayuran. Sebaliknya, penjual dengan latar belakang suku Jawa terkesan lebih rendah ketika bertutur.

Instrumentalities (sarana tutur)

Sarana tutur yang digunakan oleh para partisipan di pasar ialah lisan. Konsekuensi yang muncul ialah percakapan akan berlangsung dalam kalimat-kalimat yang singkat dan cepat, tetapi yang terpenting dapat dipahami oleh penjual dan pembeli karena komunikasi dalam hal ini tidak terlepas dari register perdagangan. Bentuk tersebut telah menjadi karakteristik yang lazim dalam percakapan lisan. Kondisi ini membuat data-data yang terkumpul berupa tuturan-tuturan pendek. Oleh sebab itu, interpretasi data harus menyertakan konteks percakapan agar lebih tepat.

Norms (norma-norma tutur)

Setiap suku bangsa umumnya memiliki norma tuturnya masing-masing. Akan tetapi, norma tutur tersebut tidak terlalu signifikan ketika diterapkan dalam percakapan pada transaksi jual beli. Selain itu, setiap penutur umumnya dapat memaklumi gaya tutur mitra tuturnya ketika di pasar. Terlebih dalam ranah transaksi jual beli di pasar, bahasa yang digunakan untuk kepentingan transaksi jual beli. Masalah norma-norma tutur tidak terlalu dominan muncul dalam wacana percakapan karena mereka sebagian menggunakan bahasa yang berbeda dari bahasa asal mereka, sedangkan masyarakat Banjar sendiri tidak

menggunakan norma tutur yang terlalu ketat. Di pasar Kemakmuran antar penjual dan pembeli, mereka saling memahami kebiasaan antara satu dengan yang lainnya walaupun di sini terdapat beragam suku.

Genre (jenis tutur)

Jenis tutur yang dimaksud di sini mengacu pada jenis bentuk penyampaian. Karena percakapannya bertempat di pasar maka jenis tutur yang digunakan dalam penelitian ini lebih banyak bersifat dialog antara penjual dan pembeli, penjual dan penjual, serta pembeli dan pembeli. Dialog menghasilkan pergantian tutur yang disertai stimulus respon, dan feedback di antara mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menemukan tiga simpulan perspektif sosiolinguistik terhadap pemilihan bahasa di Pasar Kemakmuran terdiri dari delapan komponen peristiwa tutur, yaitu *Setting and scene* (latar dan suasana tutur), (2) *participants* (peserta tutur), (3) *ends* (tujuan tutur), (4) *act sequence* (topik/ urutan tutur), (5) *keys* (nada tutur), (6) *instrumentalities* (sarana tutur), (7) *norms* (norma-norma tutur), dan (8) *genre* (jenis tutur).

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Pemerintah Kabupaten Kotabaru. 2004. *Monografi Desa/Kelurahan Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan*. Kotabaru.
- Bell, R.T. 1976 *Sociolinguistics: Goals, Approaches, and Problems*. London: Bastford.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dittmar, Norbert. 1976 *Sociolinguistics*. London: Edwar Arnold
- Fasold, Ralph. 1984 *The Sociolinguistics of Society*. Oxford: Basil Blackwell.
- _____. 1990 *The Sociolinguistics of Language*. Oxford: Basil Blackwell.
- Fishman, Joshua A. 1972 *The Sociology of Language*. Rowley: Newbury House.
- Grosjean, Francois. 1982. *Life with Two Languages*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gumperz, John dan Hymes, Dell (eds.). 1972. *Direction in Sociolinguistics*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.

- Holmes, Janet. 1992 *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Longman.
- Hudson, R.A. 1996 *Sociolinguistics (Second Edition)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hymes, Dell, ed. 1980. *Foundations in Sociolinguistics An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Kartomihardjo, Soeseno. 1988. *Bahasa Cermin Kehidupan Masyarakat*. Jakarta: Depdikbud.
- Labov, Williams 1972. *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Nababan, P.W.J. 1993. *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia.
- Nasucha, Yakub dkk. 2013. *Bahasa Indonesia Untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: Media Perkasa.
- Sumarsono. 2007. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Wardhaugh, Ronald. 1986. *An Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: Basil Blackwell.
- Wijana, I Dewa Putu. 1997. *Linguistik, Sosiolinguistik, dan Pragmatik. Makalah dalam Temu Ilmiah Bahasa dan Sastra di Balai Penelitian Bahasa, Yogyakarta*.