

Variasi Bahasa Sosiolek Pada Pedagang Pasar Lembor Kabupaten Manggarai Barat

Yuliana Jetia Moon & Eufronius Burhan

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng

yulianajetiamoon@gmail.com² eufroniusburhan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berkaitan dengan variasi bahasa yang mencakup tentang sosiolek. Sosiolek merupakan variasi bahasa yang hadir dari kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki perbedaan dalam jenjang status sosial, kedudukan, golongan, dan kelas sosial oleh penuturnya sendiri, seperti umur, pekerjaan, tingkat ekonomi, dan tingkat status kedudukan di dalam masyarakat. Perbedaan sosiologis memunculkan terjadinya bahasa sosiolek. Dari penelitian ini ditemukan bentuk-bentuk sosiolek yang dituturkan oleh pedagang Pasar Lembor Kabupaten Manggarai Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk variasi bahasa sosiolek pada pedagang pasar Lembor Kabupaten Manggarai Barat dan faktor yang menyebabkan terjadinya variasi bahasa sosiolek. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif dalam penelitian ini mengarah pada tiga teknik dalam pemerolehan data, yakni teknik observasi, teknik mencatat, dan teknik studi pustaka. pengumpulan data yang digunakan bertujuan untuk mengetahui indikasi tuturan sosiolek. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah mengidentifikasi data yang diperoleh berupa tuturan para pedagang kemudian peneliti mengklasifikasi data dan menyajikan data untuk dianalisis. Langkah yang terakhir adalah peneliti melakukan analisis dan menarik kesimpulan bentuk-bentuk sosiolek pada pedagang dan faktor-faktor penyebab terjadinya variasi bahasa sosiolek. Sumber data dalam penelitian ini adalah 20 orang pedagang dan 16 orang pembeli atau non pembeli. Wujud data dalam penelitian ini adalah percakapan antara pedagang dengan pembeli atau non pembeli. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 18 data yang terdiri dari 8 bentuk variasi bahasa sosiolek yang dituturkan oleh pedagang pasar Lembor yakni 3 Akrolek, 4 Basilek, 1 Vulgar, 1 Slang, 4 Kolokial, 2 jargon, 1 Argot dan 2 Can. Dalam penelitian ini penulis menemukan 3 faktor yang mempengaruhi terjadinya sosiolek pada pedagang pasar Lembor yakni faktor pendidikan, faktor sosial budaya, dan faktor usia dan gender.

Kata Kunci variasi bahasa, sosiolek, pedagang

Abstract

This research deals with language variations which include sociolects. Sociolect is a variation of language that comes from community groups that

have differences in the level of social status, position, class, and social class by the speakers themselves, such as age, occupation, economic level, and level of status in society. Sociological differences give rise to sociolect language. From this research, it was found that the sociolect forms spoken by the traders of Lembor market, West Manggarai Regency. This research aims to describe the forms of sociolect language variation in the market traders of Lembor, West Manggarai Regency and the factors that cause sociolect language variations. This type of research was a qualitative method in this research that leads to three techniques in obtaining data, namely observation techniques, note-taking techniques, and library research techniques. The data collection used aims to determine the indications of sociolect speech. In this research, the data analysis technique used was to identify the data obtained in the form of the speeches of the traders, then the researchers classified the data and presented the data for analysis. The last step is that the researcher analyzes and draws conclusions about the sociolect forms of traders and the factors that cause sociolect language variations. Sources of data in this research were 20 traders and 16 buyers or non-buyers. The form of data in this study is a conversation between traders and buyers or non-buyers. The results showed that there were 18 data consisting of 8 forms of sociolect language variations spoken by Lembor market traders, namely 3 Akrolek, 4 Basilek, 1 Vulgar, 1 Slang, 4 Colloquial, 2 jargon, 1 Argot and 2 Can. In this study, the authors found 3 factors that influence the occurrence of sociolects in Lembor market traders, namely educational factors, socio-cultural factors, and age and gender factors.

Keywords *language variation, sociolect, traders*

PENDAHULUAN

Bahasa sebagai alat komunikasi yang dapat menunjukkan esensinya dalam interaksi sosial dan budaya. Bahasa sebagai hasil budaya yang mengandung nilai-nilai masyarakat. Bahasa sering dianggap sebagai produk sosial bahkan merupakan bagian tak terpisahkan dari kebudayaan. Sebagai produk sosial atau budaya, bahasa merupakan wadah inspirasi sosial, kegiatan perilaku kemasyarakatan, wadah

penyingkapan budaya termasuk teknologi yang diciptakan oleh masyarakat pemakaian bahasa. Pentingnya peranan bahasa itu antara lain bersumber pada ikrar ketiga sumpah pemuda 1928 yang berbunyi: "kami putra dan putri Indonesia mengaku berbahasa satu, bahasa Indonesia" dan pada undang-undang dasar 1945 kita yang di dalamnya tercantum pasal khusus yang menyatakan "bahasa negara adalah bahasa Indonesia. Pada peraturan pemerintah republik Indonesia

No 57 tahun 2014 tentang pembinaan, pengembangan dan perlindungan bahasa dan sastra serta peningkatan fungsi Bahasa Indonesia terdapat pada pasal 1 ayat 2 menjelaskan tentang pembinaan bahasa adalah upaya meningkatkan mutu penggunaan bahasa bagi masyarakat.

Ciri- ciri yang merupakan hakikat bahasa diungkapkan oleh Chaer (2010: 14) adalah ragam dan manusia. Bahasa beragam artinya, sebuah bahasa mempunyai kaidah atau pola tertentu yang sama, namun bahasa digunakan oleh penutur yang heterogen yang mempunyai latar belakang sosial dan kebiasaan yang berbeda dapat menyebabkan bahasa itu menjadi beragam, baik tataran fonologis, morfologis, sintaksis, maupun pada tataran leksikon. Selain itu, bahasa juga bersifat manusiawi yaitu bahasa sebagai alat komunikasi verbal yang dimiliki manusia.

Dalam kajian sosiolinguistik, bahasa adalah sarana interaksi atau komunikasi di dalam masyarakat. Kridalaksana (1985: 94) mendefinisikan sosiolinguistik sebagai ilmu yang mempelajari ciri dan pelbagai variasi bahasa serta hubungan di antara para penutur di dalam suatu masyarakat. Ditinjau dari nama sosiolinguistik, maka ilmu ini berkaitan dengan sosiologi

dan linguistik, oleh karena itu sosiolinguistik mempunyai kaitan erat dengan kedua kajian tersebut. Sosio yang artinya masyarakat, dan linguistik adalah kajian bahasa. Jadi, sosiolinguistik adalah kajian tentang bahasa yang dikaitkan dengan kondisi kemasyarakatan.

Rokhman (2014: 6) menjelaskan bahwa pengetahuan linguistik dapat dimanfaatkan dalam berkomunikasi dan interaksi sosial. Sosiolinguistik memberikan pedoman kepada kita dalam berinteraksi dengan menunjukkan bahasa. Jika kita berinteraksi, maka ragam bahasa atau gaya bahasa apa yang harus kita lakukan. Misalkan jika kita adalah anak dalam satu keluarga tentu kita harus menggunakan ragam bahasa/gaya bahasa yang berbeda jika lawan bicara kita adalah ayah, ibu, kakak, atau adik. Sosiolinguistik juga menunjukkan bagaimana kita harus berbicara bila berada di dalam sekolah, di rumah, dan di pasar.

Faktor sejarah dan perkembangan masyarakat turut pula berpengaruh pada timbulnya sejumlah ragam bahasa Indonesia. Ragam bahasa yang beraneka macam sangat berpengaruh pada saat melakukan komunikasi antara mitra tutur. Pertama-tama

ragam menurut golongan penutur bahasa dan ragam menurut jenis pemakaian bahasa. Ragam yang ditinjau dari sudut pandang penutur dapat diperinci menurut patokan daerah dan sikap penutur. Ragam bahasa menurut jenis pemakaiannya dapat dirinci menjadi tiga macam: ragam dari sudut pandangan bidang atau pokok persoalan, ragam menurut sarananya, dan ragam mengalami percampuran. Tiap penutur bahasa hidup dan bergerak dalam sejumlah lingkungan masyarakat adat-istiadatnya atau tata cara pergaulannya dapat berbeda-beda. Perbedaan itu terwujud pula dalam penggunaan variasi bahasa. Beberapa contoh variasi penggunaan bahasa yang ditemukan dalam percakapan orang Manggarai dengan pedagang China dan percakapan orang Manggarai dengan orang Jawa penjual bakso.

Pembeli 1: (*koko mau beli rokok satu bungkus*).

Pembeli 2: (*mas beli bakso telur yang pedas*)

Kedua contoh di atas menunjukkan bagaimana penutur menggunakan ragam bahasa yang sesuai dengan etnis penutur. Kata **koko** digunakan untuk panggilan pedagang laki-

laki dari China. Sedangkan kata **mas** digunakan untuk panggilan pedagang laki-laki dari Jawa. Kedua kata tersebut berbeda walau berada pada tempat yang sama yaitu di pasar Lembor namun karena berasal dari etnis atau suku yang berbeda menyebabkan perbedaan dalam pengucapan kata-kata, sehingga terjadilah variasi bahasa berdasarkan status golongan. Dilihat dari sosiolek kata *koko* dan kata *mas* merupakan contoh variasi bahasa sosiolek tipe jargon. Jargon merupakan wujud bahasa yang pemakaiannya terbatas pada kelompok-kelompok sosial tertentu. Dilihat dari pengertian jargon bahwa kata *koko* dan kata *mas* termasuk tipe jargon yang pemakaiannya terbatas pada kelompok-kelompok tertentu yaitu kata *mas* berasal dari kelompok Jawa dan kata *koko* dari kelompok China.

Dalam penggunaan variasi bahasa, penutur harus memilih salah satu ragam yang dikuasai dan yang sesuai dengan kebudayaan dan status sosial. Jumlah ragam yang dimilikinya bergantung pada tingkat pergaulan, pendidikan, profesi, kegemaran, dan pengalamannya. Status sosial dengan bidangnya misalnya, agama, politik, ilmu teknologi, pertukangan, perekonomian,

seni rupa dan seni sastra, dan olahraga. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan ragam bahasa digunakan oleh masyarakat kelas sosial masing-masing.

Variasi atau ragam bahasa merupakan bahasa pokok dalam sosiolinguistik, sehingga Kridalaksana dalam (Chaer, 2010:61) mendefinisikan sosiolinguistik sebagai cabang linguistik yang berusaha menjelaskan ciri-ciri bahasa dan menetapkan korelasi ciri-ciri variasi bahasa tersebut dengan ciri-ciri sosial kemasyarakatan. Terjadi keragaman atau variasi bahasa bukan hanya disebabkan oleh penutur yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam. Setiap kegiatan memerlukan atau menyebabkan terjadinya keberagaman bahasa.

Dalam linguistik, Achmad dan Abdulah (2012:175) menjelaskan variasi sosiolek atau dialek sosial, yakni variasi bahasa yang berkenaan dengan status, golongan, dan kelas sosial para penuturnya.

Peneliti menilai bahwa dalam percakapan sehari-hari di pasar lembor terdapat Variasi sosiolek karena pada umumnya, pedagang di pasar ini berasal dari berbagai daerah dengan bahasa yang berbeda dan latar belakang budaya yang berbeda.

Perbedaan ini yang mempengaruhi cara berbahasa antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain pun dengan pembeli.

Tujuan dari penelitian ini adalah Mendeskripsikan variasi bahasa sosiolek yang digunakan masyarakat di pasar Lembor dan faktor yang menyebabkan terjadinya variasi bahasa sosiolek pada masyarakat pasar Lembor Kabupaten Manggarai Barat

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Data penelitian ini merupakan bentuk percakapan baik antara pedagang dengan pedagang, pedagang dengan pembeli maupun antara pedagang dengan non pembeli saat berada di pasar Lembor Manggarai Barat. misalnya, dari referensi lain seperti buku, artikel-artikel jurnal. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah 18 bentuk percakapan yang terjadi di pasar lembor. Dari 18 bentuk percakapan tersebut yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah 36 orang yang terdiri dari 20 pedagang dan 16 (pembeli/ non pembeli). Data dalam penelitian ini adalah bentuk percakapan yang menunjukkan gejala sosiolek. standar data yang dité tapkan.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode observasi yang dibantu oleh teknik simak, rekaman, pencatatan, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan melalui tahap identifikasi, klasifikasi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang variasi bahasa yang digunakan oleh pedagang pasar Lembor kabupaten Manggarai Barat selama dua minggu, dapat disajikan. Penjual atau pedagang yang ada di pasar Lembor berasal dari berbagai suku yang berbeda dari penjuru Indonesia, seperti Manggarai, Jawa, Makassar, Bima, Bugis, dan beberapa minoritas suku lainnya. Untuk itu dalam berkomunikasi sehari-hari mereka menggunakan bahasa yang beragam sesuai dengan identitas dirinya. Bahasa yang digunakan di lingkungan sosial masyarakat antara satu dengan yang lainnya berbeda-beda. Kelompok-kelompok sosial yang berbeda menyebabkan bahasa yang digunakan beragam. Keragaman bahasa tersebut merupakan akibat dari penutur yang menggunakan bahasa agar sesuai dengan situasi sosialnya.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka pada bab ini penulis akan menguraikan tuturan variasi bahasa sosiolek yang diujarkan oleh pedagang pasar Lembor Kelurahan Tange Kecamatan Lembor Kabupaten Manggarai Barat. Soeparno (2013 :50) menjelaskan variasi sosiolek disebabkan oleh perbedaan sosiologis. Realisasi sosial ini berupa sosiolek. Soeparno menjelaskan macam-macam sosiolek antara lain sebagai berikut:

Akrolek: Realisasi bahasa yang dipandang lebih bergengsi atau lebih tinggi dari varietas-varietas yang lain.

Data VRSP (P1, AKL)

Pedagang : *tambahan apa dité nonfood ga?* (kamu tambahan apa, noon food?)

Lawan tutur : *eng ew* (Iya)

Percakapan 1 di atas terdapat pada data VRSP (P1, AKL) pedagang menggunakan bahasa asing dalam menjajakan barang dagangannya. Bahasa asing tersebut adalah bahasa Inggris. Dilihat dari tingkatan bahasa, bahwa bahasa inggris merupakan bahasa dunia. Bahasa Inggris tidak hanya digunakan oleh orang inggris saja tetapi juga seluruh negara didunia contohnya Indonesia juga belajar bahasa Inggris menjadi suatu mata pelajaran khusus. Penggunaan bahasa

inggris juga tidak hanya dikalangan pelajar saja tetapi juga didunia bisnis. Dilihat dari pengertian Akrolek merupakan realisasi bahasa yang dipandang lebih bergensi atau lebih tinggi dari varietas-varietas yang lain (Soeparno (2013 :50).

Dilihat dari data VRSP (P1, AKL) pedagang menggunakan kosakata inggris dalam berjualan dengan menggunakan kata, *nonfood'* kepada pembeli ketika menjual dagangannya. kata „*nonfood'* yang artinya barang yang tidak bisa dimakan. Pedagang menggunakan kosakata bahasa Inggris terhadap lawan tutur (pembeli). Lawan tutur (pembeli) menilai bahasa yang digunakan oleh pedagang dianggap sebagai realisasi bahasa tinggi karena merupakan bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh lawan tutur.

Basilek: Realisasi variasi bahasa yang dipandang kurang bergensi atau bahkan dipandang rendah.

Data VRSP (P1, BSL)

Pembeli : ada sikat kaki?
Pedagang : yang kayu?
Pembeli : ia, berapa satu?
Pedagang : Cuman lima ribu aja

Penggunaan kata *cuman* dan *aja* dianggap sebagai sesuatu yang bukan luar biasa atau dipandang sangat rendah.

Pedagang mendefinisikan *lima ribu* itu sebagai sesuatu yang sedikit dan tidak membebani. Dengan menggunakan kata *cuman* dan *aja* yang dituturkan pedagang tahu isi. Dengan tuturan tersebut pedagang menganggap bahwa lawan tutur hanya mampu membeli sesuatu yang harga nya lima ribu. Berdasarkan bentuk- bentuk variasi sosiolek, maka tuturan yang digunakan oleh pedagang pasar Lembor di atas termasuk dalam bentuk basilek.

Vulgar: Wujud variasi bahasa yang ciri-cirinya menunjukkan pemakaian bahasa oleh penutur yang kurang terpelajar atau dari kalangan orang -orang bodoh.

Data VRSP (P1, VGR)

Penjual es : toe weli es ité om?
(Tidak beli es om?)
Pembeli : Pisa si? (sambil ketawa
(Berapa sih?)
Penjual es : de acu dát háu (maki
teman yang mengejeknya) (Dasar
anjing kau)

Penggunaan kata "*de acu dát háu*" digunakan oleh pedagang ikan yang berjenis kelamin perempuan sekitar umur 12 tahun pada saat berkomunikasi dengan teman dagangnya yang seumuran. Dalam menjajakan barang dagangannya anak tersebut mengeluarkan kata makian dalam bahasa Manggarai dengan kata "*de acu da*"*at háu*", dasar kamu anjing. Kalimat

tersebut memiliki makna yang artinya manusia yang bertingkah laku seperti seekor anjing. Dengan demikian bahwa penggunaan variasi bahasa yang dilakukan oleh pedagang ikan tersebut termasuk sosiolek tipe vulgar.

d.Slang: wujud atau realisasi bahasa yang bersifat khusus dan rahasia. Bersifat khusus berarti dipakai oleh kalangan tertentu yang sangat terbatas. Bersifat rahasia berarti orang di luar kelompoknya tidak diperbolehkan mengerti.

Data VRSP (P1, SG)

Pedagang : kawé apa ew bro? (Cari apa bro?)

Pembeli : lelo sandal ta bro (Lihat sandal bro)

Pedagang : masuk bro.

Pada data tersebut pedagang menggunakan kata yang merupakan wujud bahasa slang yaitu kata *bro*. penggunaan kata *bro* dilakukan pedagang untuk menyapa teman yang mau membeli barangnya. Dalam hal ini bahwa penggunaan kata *bro* tersebut hanya terbatas digunakan oleh anak muda dan jarang digunakan oleh orang di luar kelompoknya khususnya orang dewasa atau orang tua

Kolokial: mengacu pada variasi bahasa yang digunakan dalam situasi informal atau santai, yang sering kali mencerminkan cara berbicara

sehari-hari dari kelompok sosial tertentu.

Data VRSP (P1, KK)

Pembeli : (memberikan uang untuk barang yang akan dibeli)

Pedagang : Makaci (terima kasih)

Data tersebut merupakan variasi bahasa sosial kolokial. Pedagang mengucapkan kata “makaci” dengan mengatakan “makaci” yang merupakan kata yang sering dipakai dalam percakapan sehari-hari. Kata-kata ini muncul dalam konteks informal.

Data VRSP (P2, KK)

Pembeli : *pisa so?* (sambil menunjukkan baju yang akan dibeli)
Berapa ini?

Pedagang : *ta murah de enem lima se, ata momang kraéng hitu ge.* (Ini murah sudah enam puluh lima ribu yang itu. Saya kasihan kamu sudah)

Data tersebut adalah data variasi sosial kolokial. Tuturan yang merupakan variasi bahasa variasi sosial kolokial yaitu pada kata “*enem lima*.” Kata tersebut merupakan kata yang dituturkan oleh pedagang di pasar Lembor yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pembeli. Data tersebut digunakan untuk menyebutkan harga “65,000” kepada pembeli dengan mengatakan “*enem lima*.”

Jargon: Wujud variasi bahasa yang pemakaiannya terbatas pada kelompok- kelompok sosial tertentu. Istilah-istilah yang

dipakai sering tidak dimengerti oleh masyarakat umum dan masyarakat di luar kelompoknya.

Data VRSP (P1, JG)

Pembeli : ada ban motor bebek?
Pedagang ban cor : ukuran B kah
Pembeli : inikah mas motor vega (sambil menunjukkan motornya)

Tuturan yang dilakukan oleh pedagang ban cor dalam melakukan jualan ia menggunakan bahasa montir. hal ini terjadi Ketika seorang ingin pembeli ban cor. Percakapan yang dilakukan oleh pedagang ban cor menggunakan wujud variasi bahasa yang digunakan oleh montir. Ditandai dengan kata *ukuran B kah*. Pedagang menanyakan kepada lawan tuturnya dengan kalimat *ukuran B kah?* dengan kalimat tersebut lawan tutur sangat membingungkan atau tidak dimengerti maksud dari pertanyaan itu. dilihat dari contoh wujud bahasa yang digunakan oleh pedagang di atas termasuk jargon. Karena istilah yang dipakai oleh pedagang sering tidak dimengerti oleh masyarakat umum dan masyarakat di luar kelompoknya.

Argot: Wujud bahasa yang pemakaiannya terbatas pada profesi- profesi tertentu yang

bersifat rahasia. Dengan kata lain, argot dapat diartikan sebagai slang profesi.

Data VRSP (P1, AG)

Pedagang 1 : Pisa angka e.. 24 daku e.. ba deko e.. (Berapa angka, saya punya 24. bawa celana)
Pedagang 2 : Ocong e... 54 (kosong.. 54)
Pedagang 1 : Sial e.. (sial)

Dalam percakapan, pedagang kaki lima menggunakan istilah untuk perjudian online. Pedagang 1 bertanya, berapa angka undian yang keluar, karena ia mengisi angka 24, karena ia bermimpi membawa cela. Pedagang 2 menjawab bahwa yang isinya tidak benar, angka undian yang benar adalah 54. Percakapan ini adalah bentuk argot.

Ken (cant): Wujud variasi bahasa yang dipakai oleh kelompok sosial tertentu yang dibuat-buat supaya lebih menimbulkan kesan “memelas” hal ini tampak pemakaian bahasa oleh para pedagang.

Data VRSP (P1, CN)

Pedagang : “*Weli ke ta Mori*” (Beli ka Tuan)
Lawan tutur : *Iyo ende* (Iya nenek)

Dalam percakapan, pedagang kaki lima menggunakan istilah yang digunakan oleh kelompoknya. Data di atas pedagang menggunakan istilah *mori* untuk menyapa orang. Istilah *mori* hanya digunakan

oleh orang Manggarai dalam menyapa orang lain dengan kata yang santun dan bijaksana. *Mori* dalam bahasa Manggarai yang artinya Tuan, Tuhan yang maha besar dan bijaksana. Tujuan penggunaannya agar pembeli bersedia membeli.

Aslinda dan Syafyahi (2007: 16) menjelaskan pemakaian bahasa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor linguistik, tetapi juga dipengaruhi juga oleh faktor-faktor non linguistik. Faktor-faktor non linguistik yang dimaksud yaitu faktor sosial dan faktor situasional. Faktor sosial yang mempengaruhi pemakaian bahasa terdiri atas status sosial, tingkat pendidikan, umur jenis kelamin, dan lainnya. Berdasarkan teori diatas faktor – faktor yang mempengaruhi terjadinya variasi sosiolek di pasar lembor adalah Faktor pendidikan, Faktor Sosial Budaya dan Faktor Usia dan Gender.

a. Faktor pendidikan

Dari sisi pendidikan, sosiolek terjadi karena penutur tidak mengenyam pendidikan yang tinggi. berdasarkan penelitian, para pedagang tidak mempunyai kesempatan untuk sekolah karena tingkat ekonomi yang tidak memungkinkan. Dengan tidak menempuh pendidikan, para penutur tidak memiliki

kesadaran bahasa dan pengetahuan bahasa yang cukup. Dengan demikian kontrol bahasa tidak terjadi. Padahal, apabila para penutur pernah menempuh pendidikan, pemahaman bahasa lebih baik, terarah, dan terkontrol, serta dapat meminimalisir penggunaan ciri kedaerahan atau interferensi bahasa ibu yang berlebihan (mantiri 2017). Berikut adalah data variasi bahasa sosiolek yang dipengaruhi oleh faktor pendidikan

Pedagang : “*mori mai ce ité bo ko*” Tuan datang kemari tadi?

Pedagang : “*Tuáng ngúru toe weli ikan ko*”? guru tidak beli ikan.

Pada data yang diperoleh peneliti, terlihat bahwa ada pengaruh pendidikan dalam aktivitas jual beli barang. Bagi pelanggan yang sudah dikenal profesinya seperti guru, bidan, dan sebagainya penjual umumnya memanggil mereka dengan kata *mori*, *Tuáng*.

b. Faktor Sosial Budaya

Faktor penyebab yang terjadi sosiolek yang kedua adalah faktor sosial budaya. Masyarakat Lembor khususnya pedagang - pedagang memiliki kekerabatan yang kuat dan erat sehingga durasi penggunaan bahasa daerah mereka lebih banyak, sedangkan, sedangkan durasi

penggunaan bahasa Indonesia lebih sedikit. Faktor ini memunculkan interferensi pada saat penutur beralih kode dari bahasa daerah ke bahasa Indonesia dan bercampur kode, yang mengarah pada kebiasaan berbahasa. Apabila penutur telah terbiasa menggunakan bahasa dengan ciri seperti sebelumnya, maka sulit diubah apalagi dikendalikan. Namun di sisi lain, ciri kebahasaan dapat menggambarkan identitas diri penutur. Contoh panggilan untuk saudara orang Manggarai terdapat perbedaan yang menunjukkan ciri identitas penutur seperti panggilan *ikéng* untuk daerah kolang, panggilan unik untuk daerah kempo, dan panggilan *énu* untuk daerah Lembor. Berdasarkan contoh tersebut bahwa perbedaan identitas diri sosial budaya dapat menyebabkan terjadinya sosiolek.

c. Faktor Usia dan Gender

Perbedaan usia mempengaruhi pemilihan ragam bahasa yang digunakan. Terlihat perbedaan cara bicara dari anak kecil, remaja dan orang tua. pada anak-anak masih terdapat tata bahasa yang sederhana dan kurang rapi. Misalnya memanggil teman dengan *makian*. Para remaja umumnya menggunakan bahasa gaul dan mengikuti trend.

Misalnya ketika mengajak teman untuk minum kopi maka kata yang sering mereka gunakan adalah kata *cikop* (ciu kopi). Sedangkan, bahasa yang digunakan orang tua sudah lebih sopan dan rapi. Misalnya ketika mengajak pembeli untuk membeli dagangan mereka sering menggunakan kata *nana, enu, ité* agar lebih sopan. Contoh kalimatnya yaitu: *nana kawé apa ité ? Énutoé weli ikan ité ? háu*. Kedua contoh tersebut merupakan bentuk bahasa manggarai. Isi dari tuturan yang pertama tersebut seorang pedagang menawarkan kepada pembeli apakah tidak membeli ikan dengan menggunakan kata sopan dalam bahasa Manggarai sedangkan isi dari tuturan contoh kedua merupakan bentuk *reis* (menyampaikan ucapan selamat datang) dalam budaya manggarai, jika *reis* tersebut diucapkan oleh seorang adik kepada seorang kakak, maka makna dari *reis* tersebut menjadi tidak sopan dalam bahasa Manggarai karena *reis* tersebut memandang rendah orang lebih tua. seharusnya kalimat tersebut diucapkan seorang yang usia sudah dewasa kepada orang muda. berdasarkan kedua contohnya dapat disimpulkan perbedaan usia atau gender dapat menyebabkan terjadi sosiolek

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variasi sosiolek pada pedagang pasar Lembor Kabupaten Manggarai Barat terdiri dari 8 bentuk variasi sosiolek yaitu akrolek (AKL) sebanyak 3 data, basilek (BS) sebanyak 4 data, vulgar (VGR) sebanyak 1 data, slang (SLG) 1 data, kolokial (kk) 4 data, jargon (JG) 2 data, argot (AG) 1, dan can (CN) 2 data. Dalam penelitian ini penulis menemukan 3 faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya sosiolek atau dialek sosial pada pedagang dan pembeli yang terjadi di pasar Lembor yakni faktor pendidikan, faktor sosial budaya, dan faktor usia dan gender.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad dan Abdullah Alek.2012.
Linguistik Umum. Jakarta:
Erlangga

Rokman.2014. *studi dan pengkajian sastra: pengenalan awal terhadap ilmu sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Aslinda dan Leni Syafyahya.2007.
Pengantar Linguistik. Bandung: Refika Adita.

Chaer Abdul dan Leonie Agustina.2010.
Sosiolinguistik: Perkenalan Awal edisi revisi. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaer, Abdul. 2010. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta

Kridalaksana, Harimurti. 1985. *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Edisi II, Cet. I. Ende: Nusa Indah.

Soeparno. 2013. *Dasar-dasar Linguistik Umum, Edisi Kedua*.Yogyakarta: Tiara Wacana