

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa dapat disebut juga media percakapan antarmanusia yang diungkapkan melalui tatanan lisan maupun ungkapan tulisan yang terbentuk secara berurutan agar menjadi satuan yang lebih, seperti morfem lalu kata dan kalimat. Pada kehidupan sehari-hari, umat manusia mengenal kebudayaan dan menciptakan berbagai wujud ide, aktivitas, untuk memenuhi kebutuhannya. Bahasa menjadi unsur yang paling penting untuk mempengaruhi kehidupan maupun kebudayaan umat manusia. Bahasa memiliki peran yang menjadi utama di kehidupan manusia karena bahasa menjadi media komunikasi utama. Sebagai alat komunikasi, bahasa meliputi kalimat, kata, klausa, dan kumpulan kata yang diungkapkan secara lisan maupun tulisan (bahasa” (<https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa/>, Diakses pada 12 Desember 2022, 20:17).

Bahasa dan penggunaannya selalu relevan dengan interaksi antarindividu dalam aktivitas sosial. Bahasa yang digunakan dalam transaksi perdagangan dipengaruhi oleh faktor sosial budaya. Faktor sosial budaya yang mempengaruhi penggunaan bahasa antara lain status sosial, tingkat pendidikan, usia, tingkat ekonomi, dan jenis kelamin. Selain itu, penggunaan bahasa juga dipengaruhi oleh faktor situasional siapa yang berbicara bahasa apa, kapan, di mana, dan dengan siapa, dan topiknya apa.

Variasi Bahasa menurut Abdul Chaer (1995:79) menyatakan bahwa variasi bahasa ditentukan oleh waktu, tempat, sosial budaya, situasi, dan media pengungkapan. Faktor waktu terkadang menyebabkan perbedaan bahasa. Faktor regional membedakan bahasa yang digunakan di satu tempat dari yang lain. Faktor sosiokultural membedakan bahasa yang digunakan di suatu tempat dengan tempat lain. Faktor sosiokultural membentuk bahasa suatu kelompok sosial. Faktor situasional muncul karena pemakai bahasa memilih ciri-ciri bahasa tertentu dalam situasi tertentu. Faktor medial membedakan antara bahasa lisan dan bahasa tulisan. Percakapan merupakan kegiatan bahasa yang pada umumnya melibatkan pasangan. Dalam proses percakapan, kegiatan berkomunikasi terjadi apabila ada pelaku bahasa, adalah pembicara dengan pendengar. Oleh sebab itu, diketahui dalam sebuah percakapan akan terjadinya pertukaran beberapa informasi di antara penutur dengan mitra tutur. Proses Percakapan bukan sekadar kegiatan bertukarnya kabar. Oleh karena itu, apabila seseorang menjadi bagian dari sebuah percakapan, maka mereka masuk ke dalam kegiatan percakapan

tersebut, cara dan tujuan mengenai isi percakapan dan informasi disampaikan yang berpengaruh dalam pen gplikasian percakapan. Percakapan sehari hari merupakan kegiatan yang biasa dilakukan antara sesama umat manusia.

Bahasa lisan adalah bahasa yang diucapkan langsung oleh penutur bahasa kepada pendengar bahasa. Pemahaman makna kata yang diucapkan ditentukan oleh intonasi. Bahasa lisan menggunakan sistem fonetik dengan aturan tertentu. Keadaan penggunaan bahasa lisan lebih dinamis dibandingkan dengan bahasa tulis. Komunikasi bahasa lisan umumnya dilakukan secara efektif dengan berbicara. Bahasa lisan biasanya dimiliki oleh semua bahasa di seluruh dunia. Peran bahasa lisan adalah menjadi sumber informasi utama bagi bahasa. Situasi penggunaan bahasa lisan dapat terjadi dalam situasi percakapan formal, semi formal, atau informal. Namun bagi penyandang disabilitas bahasa, khususnya tunarungu, bahasa lisan menjadi bahasa kedua dan bahasa pertama yang diajarkan adalah bahasa isyarat (bahasa”
(<https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa/>, Diakses pada 12 Desember 2022,).

Masyarakat di beberapa daerah menggunakan bahasa yang berbeda dengan masyarakat lainnya. Setiap masyarakat memiliki bahasa lisannya masing-masing, terdiri dari bahasa Indonesia, bahasa daerah maupun bahasa asing yang masing-masing memiliki bahasa lisan yang berbeda di setiap daerahnya. Slang berbeda dengan bahasa gaul atau slang pada umumnya. Ketika bahasa gaul berubah dan menciptakan bahasa baru yang tidak pernah ada sebelumnya dan menghancurkan tatanan bahasa, bahasa sehari-hari tidak. Bahasa sehari-hari hanya mempersingkat pengucapannya, dan urutannya masih dalam bahasa ibu yang sebenarnya.

Suatu percakapan dengan tujuan informasi dapat diterima, biasanya pembicara mengungkapkan informasi tersebut secara langsung dengan menggunakan bahasa yang dapat diterima. Selain untuk bertukar informasi, percakapan kadang kadang dilakukan untuk memuji, menyindir, mengkritik, bahkan memancing emosi dari lawan bicara. Akan tetapi, tanpa disadari oleh penutur penyampaian informasi yang tujuannya seperti itu menjadikan informasi yang seperti itu menjadi sangat menarik untuk dibahas. Makna yang tersirat dalam percakapan disebut implikatur percakapan. Dengan kata lain, implikatur percakapan adalah proposisi atau ujaran implikatif, yaitu dengan kata lain disiratkan, dimaksudkan, ataupun diartikan oleh penutur berbeda dengan yang sebenarnya dikatakan oleh penutur dalam suatu proses percakapan. Bahasa sebagai sistem komunikasi haruslah dimengerti oleh pembicara dan mitranya agar tidak terjadi adanya kesalahpahaman antara penutur dan mitranya. Pesan yang

diucapkan oleh seorang penutur bahasa kepada mitranya bisa berproses bahasa dengan baik jika keduanya saling memahami makna dari tuturan mereka masing masing.

Menurut Indriati dan Arif Widiyatmoko (2008) di pasar tradisional sering dijumpai aktivitas perdagangan masih dilakukan dengan cara tradisional. Seperti halnya jual beli antara penjual dan pembeli langsung, ada proses negosiasi yang disadari atau tidak menciptakan proses interaktif. Interaksi jual beli terjadi karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Orang membutuhkan orang lain untuk menjalani hidup mereka atau untuk saling membantu. Di pasar tradisional, proses jual beli interaktif lebih menarik karena terjadi komunikasi antara pedagang dan pembeli yang memiliki strategi berbeda. Strategi komunikasi ini merupakan cara yang digunakan pedagang untuk mempengaruhi pembeli agar mencapai kesepakatan harga.

Proses jual beli di pasar tradisional perlu adanya proses negosiasi interaktif yang baik antara penjual dan pembeli agar hasil transaksi menguntungkan kedua belah pihak. Dalam interaksi jual beli, pedagang sering menggunakan strategi yang berbeda untuk mempengaruhi "pembeli" dan "non-pelanggan" untuk mencapai kesepakatan harga. Cara yang digunakan pedagang untuk mempengaruhi pelanggan agar membeli adalah dengan mengidentifikasi barang yang mereka jual kepada calon pembeli. Selain itu, pedagang sering menggunakan lelucon atau lelucon untuk mengajukan pertanyaan yang tidak terkait dengan interaksi jual beli. Kemudian, cara penjual berurusan dengan pembeli non-pelanggan sama dengan cara yang digunakan dengan pembeli non-pelanggan, tetapi untuk pembeli non-pelanggan diakhiri dengan kalimat lelucon tambahan mereka dan tips membeli untuk disimpan calon pembeli tertarik untuk membeli barang dagangannya.

Pasar Beringharjo merupakan pasar yang berdiri tahun 1758. Pasar ini terletak di jalan Pabringan nomer 1 Yogyakarta, pasar ini terkenal karena menjual segala macam hal, mulai dari batik, jejaman, hingga pernak Pernik yang bertemakan jogja dan harganya terjangkau. Pasar ini juga terkenal karena letaknya berada dalam satu Kawasan dengan Kawasan pedestrian jalan Malioboro. Pasar Beringharjo menampilkan perpaduan arsitektur kolonial Belanda dan arsitektur tradisional Jawa. Bentuk struktural bangunan ini adalah bangunan megah karena memiliki 2 lantai dan 3 lantai terpisah. Bangunan dengan 2 lantai yang terletak di sisi barat merupakan bangunan utama. Arsitektur bangunan ini memiliki 3 lantai yang terletak di sisi timur (Kemedikbud, 2018).

Pintu utama bangunan ini berada di sisi barat. Gerbang utama pasar tertua ini memiliki ciri zaman penjajahan Belanda dan dipadukan dengan ejaan nama Pasar Beringharjo menggunakan aksara Jawa dan Latin. Bentuk bangunan dan aktivitas yang berlangsung di sana

membuatnya semakin menjadi pusat komersial, situs sejarah, dan tujuan wisata. Jalan utama yang diperkenalkan di pasar ini berukuran 2 meter dan berbentuk kios terbuka di sisi kanan dan kiri. Gerbang utama menuju jalan utama bahkan ukurannya berbeda dengan gerbang lainnya. Anda bahkan dapat melihat bentuk pintu lain seperti pintu timur, utara dan selatan dalam ukuran yang lebih kecil. Pasar Beringharjo juga memiliki tempat terkenal yang biasa dikenal dengan sebutan kawasan lor pasar atau kampung pecinan. Tempat ini memiliki kaset-kaset lawas yang dirilis oleh musisi tahun 1950-an, bahkan Anda bisa menemukan benda logam patung Buddha di berbagai lokasi. Kamu juga bisa mendapatkan koin lama dari berbagai negara di sini (Kemedikbud 2018).

Peneliti tertarik meneliti karakteristik bahasa dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo, karena peneliti merasa objek ini dirasa cocok untuk melakukan penelitian bidang kebahasaan karena di objek ini terdapat banyak sekali peristiwa kebahasaan yang bisa diteliti. Selanjutnya untuk objek ini merupakan objek wisata yang dapat dikunjungi oleh semua orang dari semua kalangan dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Penjual yang berjualan di Pasar Beringharjo dituntut untuk bisa beradaptasi dengan bahasa yang digunakan oleh wisatawan yang datang ke lapaknya. Sebagian besar wisatawan yang berlibur ke Yogyakarta mereka akan membeli oleh-oleh atau buah tangan untuk orang yang mereka senangi, mulai dari alasan itu para wisatawan akan mencari oleh-oleh atau buah tangan sebanyak banyaknya dengan syarat harganya ramah di kantong atau murah meriah, untuk oleh-oleh berharga murah biasanya berupa pernak pernik atau aksesoris, dan pakaian yang berada di Pasar Beringharjo karena barang di tempat itu terkenal ramah di kantong. Makna teks negosiasi pada dasarnya berasal dari kata negosiasi. Negosiasi secara semantik merupakan proses negosiasi yang dilakukan oleh dua pihak dengan berunding untuk mencapai kesepakatan bersama antara satu pihak dengan pihak lainnya.

Kaitannya dengan teks negosiasi masuk ke dalam KD. 3.11 yaitu analisis isi, lalu struktur (orientasi, pengajuan, penawaran, persetujuan, penutup) dan kebahasaan teks negosiasi, Kompetensi Dasar ini mengharapakan siswa untuk memiliki kemampuan memahami teks negosiasi secara keseluruhan, menganalisis bagaimana teks tersebut dibangun, dan merespons dengan memperhatikan elemen-elemen kebahasaan yang digunakan. Penerapan pada siswa akan belajar mengidentifikasi teks negosiasi, menganalisis struktur teks, mengidentifikasi tujuan komunikatif, memahami makna tersirat, menilai keefektifan langkah-langkah retorika yang digunakan, dan merespons secara tepat sesuai konteks. Selanjutnya KD. 4.11, Mengkonstruksikan teks negosiasi dengan memperhatikan isi, struktur (orientasi, pengajuan, penawaran, persetujuan, penutup) dan kebahasaan, yang dapat digunakan untuk

menyelesaikan masalah dan dapat menemukan solusi dari masalah yang dihadapi para oknum-oknum yang sedang bernegosiasi. Kompetensi Dasar ini menekankan pada kemampuan siswa untuk memahami teks negosiasi yang melibatkan interaksi antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses negosiasi. Siswa diharapkan dapat memahami peran serta langkah-langkah yang terjadi dalam negosiasi. Penerapan pada siswa akan belajar bagaimana melakukan negosiasi secara efektif, termasuk dalam situasi yang melibatkan permintaan, pemberian, dan penolakan. Mereka juga akan memahami bagaimana keputusan diambil dalam proses negosiasi serta bagaimana penggunaan bahasa dan retorika dapat memengaruhi hasil dari negosiasi tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah diperlukan pada setiap penelitian karena terdapat berbagai masalah-masalah yang timbul dan menarik untuk dilakukan penelitian. Beberapa masalah tersebut ada hal yang perlu diidentifikasi masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Belum diketahui secara rinci karakteristik bahasa dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.
2. Belum diketahui secara rinci adanya istilah-istilah yang digunakan dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.
3. Belum diketahui secara rinci kaitan antara karakteristik bahasa yang dipakai dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo dengan teks negosiasi.
4. Belum diketahui ragam bahasa dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.
5. Belum diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan pembatasan dari permasalahan yang berhubungan dengan topik penelitian, Untuk masalah dalam penelitian kali ini dibatasi pada.

1. Karakteristik bahasa dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.
2. Faktor-faktor yang sering digunakan dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan untuk mempermudah percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.

3. Kaitannya teks negosiasi dengan percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana karakteristik ragam bahasa dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo?.
2. Bagaimakah faktor yang mempengaruhi dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo?
3. Bagaimana keterkaitannya karakteristik antara ragam bahasa yang dipakai dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo dengan teks negosiasi?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui ada tidaknya karakteristik bahasa dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya faktor-faktor yang digunakan dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya kaitan karakteristik bahasa yang dipakai dalam percakapan antara penjual pakaian dengan wisatawan di Pasar Beringharjo dengan teks negosiasi.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari Penelitian ini secara teoretis maupun praktis sebagai berikut.

1. Secara teoretis hasil dari penelitian ini diharap mampu menambah ilmu pengetahuan terhadap pembelajaran di sekolah, mengenai karakteristik bahasa untuk pelajaran bahasa Indonesia .
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat untuk guru bahasa Indonesia, adanya penelitian karakteristik bahasa dapat digunakan sebagai evaluasi bagi guru untuk meningkatkan mutu pembelajaran, mengenai dalam pembelajaran negosiasi di SMA.
 - b. Manfaat untuk peserta didik dapat memberikan pengetahuan kepada peserta didik mengenai karakteristik bahasa, mengenai dalam pembelajaran negosiasi di SMA.

G. Definisi Istilah

Definisi istilah yang diketahui dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI 2008), karakteristik adalah tanda, ciri, atau fitur yang bisa digunakan sebagai identifikasi. Karakteristik juga bisa diartikan sebagai sesuatu yang bisa membedakan satu hal dengan lainnya.
2. Percakapan adalah salah satu kegiatan bahasa dengan peserta. Dalam sebuah percakapan, proses komunikasi terjadi ketika ada dua orang, seorang pembicara dan seorang pendengar. Dengan cara ini, Anda dapat melihat bahwa informasi sedang dipertukarkan antara pembicara dan pendengar selama percakapan, (wikipedia). Penjual dalam penelitian ini merupakan penjual baju atau kain batik yang ada di Pasar Beringharjo dan pembeli yang di maksud dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pasar Beringharjo Yogyakarta.
3. Pasar Beringharjo telah menjadi ikon wisata belanja di Jogja dan wajib dikunjungi saat berkunjung ke kota pelajar tersebut. Di balik popularitasnya yang sudah lama berdiri, Pasar Beringharjo memiliki banyak implikasi filosofis. Salah satunya adalah di mana pasar tersebut telah menjadi bukti pertumbuhan ekonomi selama ratusan tahun, sejak pertama kali dibuka pada tahun 1758, (*cagarbudaya kemendikbud, 2022*).
4. Teks negosiasi merupakan suatu bentuk interaksi sosial yang biasanya menjadi media untuk mencapai kesepakatan bersama antara pihak-pihak yang berbeda kepentingan. Para pihak akan berusaha menyelesaikan setiap perbedaan yang timbul melalui interaksi dan mencari solusi tanpa merugikan salah satu pihak.