

PENGARUH KETERLIBATAN PEGAWAI PASAR MODERN TERHADAP BAHASA YANG DIPAKAI OLEH PELANGGAN PASAR MODERN DI KOTA PADANG

Yulino Indra

Balai Bahasa Padang
Jalan Simpang Alai, Cupak Tengah, Pauh, Padang
Email: yulinoindra@yahoo.com

ABSTRACT

This paper describes the languages used by the costumers of three modern markets in Padang in communicating with their family's members relating with the existence of sales promotion girls at the time they were communicating. These languages are Minangkabau language (local language) and bahasa Indonesia (the national language). The Minangkabau people in Padang usually use Minangkabau language in communicating with their families. Since the sales promotion girls in modern market use bahasa Indonesia, it is a problem to them to use bahasa Indonesia or Minangkabau language to his families in front of the promotion girls. This research is a descriptive one and use quantitative and qualitative analysis. There are three categories age of people that are observed. These are adults, teenagers, and children. The research shows that in participation of sales promotion girl in their communication, the customers change the language they use to their family's members, from bahasa Minangkabau to bahasa Indonesia. The adult categories is the highest level on this.

Keywords: Customer, Sales promotion girls, Families

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kota Padang adalah ibu kota Provinsi Sumatra Barat dengan sebagian besar penduduknya bersuku Minangkabau. Bagi masyarakat Minangkabau di Kota Padang, bahasa Minangkabau masih dipakai berkomunikasi, baik dalam keluarga maupun antaranggota masyarakat. Selain bahasa Minangkabau, pada tempat-tempat tertentu seperti di perkantoran dan dalam dunia pendidikan penduduk Kota Padang juga menggunakan bahasa Indonesia. Oleh sebab itu, masyarakat Kota Padang umumnya adalah dwibahasawan atau memakai dua bahasa, yaitu bahasa Minangkabau dan bahasa Indonesia.

Bahasa Indonesia juga sering digunakan di tempat umum seperti di pasar modern. Terdapat berbagai macam faktor yang memengaruhi pelanggan memilih memakai bahasa Indonesia

di lokasi perdagangan tersebut. Salah satunya adalah karena pegawai pasar modern menggunakan bahasa Indonesia dalam berinteraksi dengan pembeli/pelanggan. Hal ini mendorong pelanggan pasar modern untuk berbahasa Indonesia. Akan tetapi, memakai bahasa Indonesia di pasar modern bukanlah hal yang mudah bagi pelanggan yang tidak terbiasa berbahasa Indonesia, apalagi dengan anggota keluarga yang ikut berbelanja. Keterlibatan pegawai pasar modern dalam percakapan antaranggota keluarga sering menimbulkan masalah bagi pelanggan pasar modern untuk menentukan bahasa yang akan dipakai terhadap anggota keluarga. Di satu sisi mereka ingin menyesuaikan diri dengan situasi pasar modern, yaitu berbahasa Indonesia. Di sisi lain, mereka terbiasa dan akrab memakai bahasa Minangkabau dengan anggota keluarga yang berbelanja bersama.

Fenomena ini menarik untuk dikaji karena perilaku berbahasa dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar penuturnya. Selain itu, sepanjang studi pustaka, penelitian tentang pengaruh pasar modern terhadap perilaku masyarakat, khususnya di Kota Padang, belum ditemukan.

RUMUSAN MASALAH

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bahasa apakah yang dipakai oleh pelanggan pasar modern terhadap anggota keluarga mereka apabila pegawai pasar modern terlibat dan tidak terlibat dalam percakapan?
2. Bagaimanakah pengaruh keterlibatan pegawai pasar modern terhadap perilaku berbahasa pelanggan pasar modern?
3. Faktor-faktor apa yang memengaruhi perilaku berbahasa pelanggan pasar modern?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan bahasa yang dipakai oleh pelanggan pasar modern terhadap anggota keluarganya apabila pegawai pasar modern terlibat atau tidak terlibat percakapan.
2. Mendeskripsikan pengaruh keterlibatan pegawai pasar modern terhadap perilaku berbahasa pelanggan pasar modern apabila berbicara dengan anggota keluarga mereka.
3. Mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku berbahasa pelanggan pasar modern.

LANDASAN TEORETIS

Menurut Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia¹, kata perilaku memiliki makna 'tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan'. Dalam hubungannya dengan bahasa, perilaku berbahasa bisa diartikan sebagai kelakuan atau tindak tanduk berbahasa manusia atau bahasa yang digunakannya ketika berkomunikasi. Hymes² mengatakan bahwa ada delapan komponen yang memengaruhi bahasa yang digunakan oleh manusia dalam percakapan. Kedelapan komponen tersebut diistilahkan dengan SPEAKING, yaitu *Setting* (waktu dan tempat), *Participants* (pembicara dan pendengar), *Ends* (tujuan), *Act sequences* (bentuk dan susunan

pembicaraan), *Key* (sikap dan naik/tinggi suara), *Instrumentalities* (media), *Norms* (norma), and *Genres* (genre). Selain itu, Fishman³ mengatakan bahwa konteks berbahasa dapat memengaruhi seorang penutur bertukar kode atau beralih bahasa, bergantung kepada siapa berbahasa, tentang apa, dalam situasi yang bagaimana, dengan tujuan apa, dan dengan jalur apa. Rayfield⁴ mengajukan penemuannya bahwa tukar kode terjadi karena dua sebab, yaitu pertama sebagai jawaban terhadap situasi tutur, misalnya masuknya orang luar, penggunaan frasa tertentu pada berbagai macam salam, pergantian topik pembicaraan, dan lain sebagainya.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Nazir⁵, penelitian deskriptif bertujuan untuk menyelidiki secara terperinci aktivitas dan pekerjaan manusia dan hasil penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi untuk keperluan di masa datang.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tiga buah pusat perbelanjaan terbesar di Kota Padang, yaitu: Plaza Andalas, Plaza Matahari, dan Plaza Minang. Ketiga pasar modern tersebut dipilih karena merupakan pusat perbelanjaan terbesar dan ramai dikunjungi oleh masyarakat Kota Padang. Data diambil sebelum ketiga pusat perbelanjaan tersebut ditutup karena gedungnya hancur akibat gempa 30 September 2010 yang melanda Kota Padang.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pelanggan pasar modern di Kota Padang. Jumlah sampel yang dipakai sebanyak 60 orang. Sampel tersebut berasal dari pelanggan ketiga pasar modern tersebut, masing-masing 20 orang.

Dari 20 orang pelanggan tersebut dibagi lagi berdasarkan golongan usia, yaitu dewasa, remaja, dan anak-anak. Sampel yang berumur di atas 25 tahun, menikah dan memiliki anak mewakili golongan dewasa. Sampel yang berumur kira-kira 13 sampai 21 tahun atau berstatus siswa sekolah lanjutan pertama (SLTP), siswa sekolah lanjutan atas (SLTA) atau mahasiswa, dan belum

menikah, mewakili golongan remaja, sedangkan sampel yang berumur 3 sampai 12 tahun atau masih bersekolah di sekolah taman kanak-kanak atau sekolah dasar, mewakili golongan anak-anak.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental random sampling*. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui angket dan observasi. Untuk mempermudah pengolahan data, angket dibagi ke dalam tiga kelompok, yaitu angket untuk pelanggan golongan dewasa, golongan remaja, dan golongan anak-anak. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang jawaban responden. Pengamatan atau observasi dilakukan untuk melihat perilaku berbahasa pelanggan yang sesungguhnya dan bentuk tuturan yang dikeluarkan.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk mencari nilai rata-rata penggunaan bahasa, sedangkan metode kualitatif digunakan untuk menjelaskan angka-angka dan faktor penyebab penggunaan bahasa tersebut. Nilai rata-rata pemakaian bahasa diperoleh dari jawaban yang diberikan sampel terhadap pertanyaan yang diajukan. Dalam setiap pertanyaan tersedia lima pilihan jawaban. Pilihan A, yaitu selalu bahasa Indonesia, diberi nilai 1; pilihan B, yaitu lebih banyak bahasa Indonesia, diberi nilai 2; pilihan C, yaitu sama banyak bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau, diberi nilai 3; pilihan D, yaitu lebih banyak bahasa Minangkabau, diberi nilai 4; dan pilihan E, yaitu selalu bahasa Minangkabau, diberi nilai 5.

Untuk menghitung nilai rata-rata (*mean*=*m*) pemakaian bahasa, dipakai rumus sebagai berikut.

$$m = \frac{(n1x1)+(n2x2)+(n3x3)+(n4x4)+(n5x5)}{n+n2+n3+n4+n5}$$

Dalam rumus tersebut, *n1* adalah frekuensi pemakaian selalu bahasa Indonesia; *n2* adalah frekuensi pemakaian lebih banyak bahasa Indonesia daripada bahasa Minangkabau; *n3* adalah frekuensi pemakaian bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau yang sama banyak; *n4* adalah frekuensi pemakaian lebih banyak bahasa

Minangkabau daripada bahasa Indonesia; dan *n5* adalah frekuensi pemakaian selalu bahasa Minangkabau. Skala Likert digunakan untuk menentukan kategori bahasa yang mereka pakai.

Pengaruh keterlibatan pegawai pasar modern terhadap perilaku berbahasa pelanggan pasar modern dapat diketahui dari selisih nilai rata-rata penggunaan bahasa pelanggan sebelum dan sesudah pegawai pasar modern terlibat percakapan. Rasio angka tersebut diberi kategori dengan menggunakan suatu skala. Rasio 0–0,80 menunjukkan tingkat pengaruh sangat sedikit, 0,81–1,60 menunjukkan tingkat pengaruh sangat sedikit, 1,61–2,40 menunjukkan tingkat pengaruh sedang, 2,41–3,20 menunjukkan tingkat pengaruh besar, dan 3,21–4,00 menunjukkan tingkat pengaruh yang sangat besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelanggan pasar modern pada penelitian ini dibagi ke dalam tiga golongan, yaitu golongan dewasa, remaja, dan anak-anak. Kelompok itu dipilih karena ketiga golongan itulah yang paling banyak dan sering ditemui dipasar. Karakteristik sampel dapat dilihat pada Tabel 1.

Perilaku Pelanggan Golongan Dewasa

Sebagian besar pelanggan golongan dewasa yang mengunjungi pasar modern bersuku Minangkabau. Mereka memakai bahasa Minangkabau sebagai bahasa sehari-hari. Selain menjadi pegawai negeri sipil, ada juga yang bekerja sebagai pegawai swasta, pedagang, dan lain-lain.

Kehidupan perkonomian mereka umumnya cukup mapan. Tempat tinggal mereka ada yang di dalam Kota Padang dan ada juga yang di pinggiran Kota Padang seperti dari Lubuk Buaya, Balai Baru, Indarung, dan Limau Manis.

Perilaku berbahasa pelanggan golongan dewasa manakala pegawai pasar modern terlibat atau tidak terlibat dalam percakapan dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan data penelitian, keterlibatan pegawai pasar modern dalam percakapan pelanggan golongan dewasa ketika berbicara dengan suami/istri memberikan dampak yang berarti terhadap bahasa yang dipakai oleh golongan dewasa tersebut. Bila tidak dihadiri pegawai pasar modern, mereka rata-rata lebih banyak memakai bahasa Minangkabau daripada

Tabel 1. Karakteristik Sampel

KARAKTERISTIK SAMPEL	JUMLAH	JENIS KELAMIN	
		L	P
Golongan Pelanggan			
Dewasa	24	9	15
Remaja	21	7	14
Anak-Anak	15	5	10
Jumlah	60	21	39
Pendidikan			
TK	5	2	3
SD	10	4	6
SMP	3	1	2
SMA	19	11	8
Perguruan tinggi	23	6	17
Jumlah	60	24	36
Pekerjaan (khusus golongan dewasa)			
PNS	10	3	7
Swasta	5	3	2
Ibu Rumah Tangga	9	0	9
Jumlah	24	6	18

Sumber: data primer

Tabel 2. Perilaku Berbahasa Pelanggan Golongan Dewasa Ketika Pegawai Pasar Modern Terlibat dan Tidak Terlibat dalam Percakapan

No.	Lawan Bicara	Pegawai Pasar Modern Tidak Terlibat		Pegawai Pasar Modern Terlibat		Pengaruh	
		mean	Kategori Pemakaian Bahasa	mean	Kategori Pemakaian Bahasa	rasio	Tingkat Pengaruh
1	Suami/istri	4,20	Lebih banyak BM	2,54	BI dan BM sama banyak	1,66	Sedang
2	Anak-Anak	2,79	BI dan BM sama banyak	1,54	Lebih banyak BI	1,25	Sedikit
3	Saudara	4,37	Lebih banyak BM	2,95	BI dan BM sama banyak	1,42	Sedikit

Sumber: data primer

bahasa Indonesia. Dengan memakai bahasa Minangkabau mereka bebas menyampaikan pendapat. Akan tetapi, apabila pegawai pasar modern terlibat dalam percakapan tersebut, mereka memakai bahasa Minangkabau dan bahasa Indonesia sama banyak. Dari rasio pemakaian bahasa tersebut dapat dilihat hanya sedikit keterlibatan pegawai pasar modern terhadap perubahan bahasa yang digunakan pelanggan golongan dewasa apabila berbicara dengan pasangannya.

Bagi golongan pelanggan dewasa, memakai bahasa Indonesia kepada pasangannya ketika pegawai pasar modern ikut terlibat dalam percakapan bertujuan untuk menunjukkan bahwa

mereka mengetahui bahwa pasar modern adalah tempat yang resmi, tempat seharusnya orang-orang memakai bahasa Indonesia. Selain itu, meningkatnya jumlah pemakaian bahasa Indonesia juga bertujuan untuk menunjukkan bahwa mereka adalah orang modern dan terpelajar. Bahasa Indonesia yang mereka gunakan kadang-kadang berdialek dan berstruktur bahasa Minangkabau. Walaupun terdengar agak janggal, komunikasi tetap berjalan lancar.

Ketika berbicara dengan anak-anak tanpa keterlibatan pegawai pasar modern, golongan pelanggan dewasa di Kota Padang kadang-kadang memakai bahasa Indonesia dan kadang-kadang memakai bahasa Minangkabau.

Pemakaian bahasa yang sama banyak itu disebabkan juga karena faktor kebiasaan berbahasa di rumah. Sewaktu anak masih kecil orang tua mengajarnya memakai bahasa Indonesia. Akan tetapi, ketika anak mulai bisa berkomunikasi dengan orang lain di luar rumah, anak tersebut tidak lagi mengenal satu bahasa, tetapi juga mengenal bahasa lingkungannya, yaitu bahasa Minangkabau. Semenjak itulah anak-anak mengenal dua bahasa dan memakai kedua bahasa tersebut. Seiring dengan perkembangan bahasa anak, orang tua pun tidak konsisten lagi memakai bahasa Indonesia di rumah. Mereka mulai mencampur kedua bahasa tersebut bila berbicara dengan anak-anak. Ketika terjadi percakapan pribadi antara orang tua dan anak-anak di pasar modern, kebiasaan berbicara dalam dua bahasa tersebut secara tidak sengaja ikut terbawa.

Akan tetapi, ketika pegawai pasar modern terlibat dalam percakapan antara golongan dewasa (orang tua) dan anak-anak, pemakaian bahasa golongan dewasa tersebut terhadap anak-anak mulai berubah. Mereka lebih banyak memakai bahasa Indonesia daripada bahasa Minangkabau. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kehadiran pegawai pasar modern memberikan pengaruh yang cukup berarti bagi golongan dewasa ketika berbicara dengan anak-anak di pasar modern. Dengan hadirnya pegawai pasar modern, pemakaian bahasa golongan dewasa akan berubah dari sama banyak bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau menjadi lebih banyak bahasa Indonesia. Tentu saja dalam hal ini pemakaian bahasa Minangkabau dikurangi. Peningkatan pemakaian lebih banyak bahasa Indonesia bertujuan untuk menghormati, pegawai pasar modern yang berbahasa Indonesia. Selain itu, secara tidak langsung golongan dewasa ini juga menginginkan anaknya terbiasa memakai bahasa Indonesia terhadap orang lain di tempat umum.

Kehadiran pegawai pasar modern juga memengaruhi perilaku berbahasa pelanggan golongan dewasa terhadap saudara kandung mereka di pasar modern. Dari tabel dapat dilihat bahwa apabila pegawai pasar modern tidak terlibat percakapan, bahasa rata-rata yang dipakai oleh pelanggan golongan dewasa terhadap saudara kandung adalah lebih banyak bahasa Minangkabau. Pemakaian lebih banyak bahasa Minangkabau itu sebenarnya juga tidak terlepas dari kebiasaan memakai bahasa Minangkabau

sehari-hari di rumah. Mereka lebih akrab bila berbicara dalam bahasa Minangkabau daripada memakai bahasa Indonesia. Hal itu disebabkan karena sewaktu kecil sampai dewasa mereka dibesarkan dalam bahasa Minangkabau. Dengan memakai bahasa Minangkabau mereka merasa senasib dan sepenanggungan. Tiada kelas sosial yang membedakan mereka karena mereka adalah saudara kandung. Ikatan batin persaudaraan itu akan tetap erat bila mereka tetap memakai bahasa Minangkabau secara pribadi di mana pun mereka berada.

Sebaliknya, apabila pegawai pasar modern ikut terlibat dalam percakapan antarsaudara kandung tersebut, secara spontan bahasa yang mereka gunakan mulai berubah. Golongan pelanggan dewasa tersebut lebih menyukai memakai dua bahasa, yaitu bahasa Minangkabau dan bahasa Indonesia. Jumlah pemakaian kedua bahasa itu pun sama banyak. Pemakaian bahasa Indonesia bertujuan untuk menunjukkan bahwa mereka adalah orang yang tahu situasi berbahasa. Oleh sebab itu, mereka berusaha untuk berbahasa Indonesia walaupun kadang-kadang bahasa Indonesia mereka terdengar ganjil karena memakai struktur bahasa Minangkabau.

Perilaku Berbahasa Pelanggan Golongan Remaja

Selain remaja yang orang tuanya menetap di Kota Padang, remaja-remaja pendatang juga termasuk ke dalam golongan remaja Kota Padang. Remaja pendatang tersebut ada yang berasal dari kota-kota kecil di Sumatra Barat seperti Bukittinggi, Padang Panjang, Solok, Payakumbuh atau bahkan berasal dari pelosok-pelosok daerah di Sumatera Barat seperti Agam, Pasaman, Padang Pariaman.

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa keterlibatan pegawai pasar modern dalam percakapan sangat sedikit memengaruhi perilaku bahasa pelanggan golongan remaja terhadap orang tua. Ketika pelanggan golongan remaja berbicara dengan orang tua tanpa keterlibatan pegawai pasar modern, pemakaian bahasa Minangkabau sama banyaknya dengan pemakaian bahasa Indonesia. Ketika pegawai pasar modern hadir jumlah pemakaian bahasa Minangkabau juga sama dengan jumlah pemakaian bahasa Indonesia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa perbedaan angka rata-rata antara terlibat dan tidak terlibatnya pegawai pasar modern tidak

Tabel 3. Perilaku berbahasa pelanggan remaja apabila pegawai pasar modern terlibat dan tidak terlibat dalam percakapan

No.	Lawan Bicara	Pegawai Pasar Modern Tidak Terlibat		Pegawai Pasar Modern Terlibat		Pengaruh	
		mean	Kategori Pemakaian Bahasa	mean	Kategori Pemakaian Bahasa	Rasio	Tingkat Pengaruh
1	Orang Tua	3,19	Sama banyak BI dan BM	2,95	Sama banyak BI dan BM	0,24	Sangat sedikit
2	SaudaraKandung	3,23	Sama banyak BI dan BM	2,76	Sama banyak BI dan BM	0,47	Sangat sedikit
3	Teman	3,00	Sama banyak BI dan BM	2,09	Lebih banyak BI	0,91	Sedikit

Sumber: data primer

membedakan kategori pemakaian mereka. Jadi, dapat diketahui bahwa terlibat atau tidaknya pegawai pasar modern dalam percakapan, remaja menunjukkan perilaku berbahasa yang sama terhadap orang tua. Mereka lebih suka memakai kedua bahasa itu, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau. Kehadiran pegawai pasar modern bukanlah penghalang bagi mereka untuk terus memakai kebiasaan mereka itu. Selain itu, remaja juga yakin bahwa pegawai modern yang ikut hadir dalam percakapan itu memahami pembicaraan mereka. Hal ini diperkuat oleh kenyataan bahwa hampir 90% pegawai pasar modern yang diteliti bersuku Minangkabau dan memakai bahasa Minangkabau sebagai bahasa sehari-hari.

Perilaku berbahasa golongan remaja terhadap saudara kandung mereka ketika pegawai pasar modern terlibat atau tidak terlibat percakapan adalah sama. Berdasarkan Tabel 3, diperoleh data bahwa ketika berbicara dengan saudara kandung mereka di pasar modern, ada dua bahasa yang dipakai, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau. Pemakaian kedua bahasa tersebut sama banyak. Dengan kata lain, ketika berbicara dengan saudara kandung kadang-kadang mereka memakai bahasa Indonesia dan kadang-kadang memakai bahasa Minangkabau. Penyebab bercampurnya kedua bahasa tersebut sejalan dengan perkembangan usia remaja dan pengaruh orang-orang yang berada di lingkungan remaja tersebut. Di rumah, remaja biasanya lebih banyak memakai bahasa Minangkabau terhadap saudara kandung. Akan tetapi, di luar rumah dan di sekolah mereka lebih banyak memakai bahasa Indonesia. Dengan bertambahnya pergaulan,

keadaan menuntut mereka untuk bisa elastis memakai kedua bahasa itu sesuai dengan tempat, lawan bicara, dan waktu. Situasi demikian membawa pengaruh terhadap perilaku berbahasa mereka terhadap saudara kandung, yaitu mereka memakai kedua bahasa tersebut ketika berbicara.

Ketika bersama teman seusia tanpa keterlibatan pegawai pasar modern di pasar modern, remaja sama banyak memakai bahasa Minangkabau dan bahasa Indonesia. Ketika pegawai pasar modern hadir dalam percakapan tersebut, mereka lebih banyak memakai bahasa Indonesia daripada bahasa Minangkabau. Jadi, dapat diketahui bahwa apabila pegawai pasar modern hadir dalam percakapan mereka, remaja mengubah pemakaian bahasanya, yaitu menjadi lebih banyak memakai bahasa Indonesia.

Terhadap teman seusia, remaja lebih elastis mengubah bahasa mereka sesuai dengan keinginan. Jika mereka mengubah bahasa, tidak ada ikatan yang renggang dan tidak ada kejanggalan dalam percakapan. Perubahan perilaku dari pemakaian yang sama banyak antara bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau dikarenakan keinginan mereka untuk memakai bahasa yang sama dengan bahasa yang dipakai oleh pegawai pasar modern. Perubahan itu tidak terlalu menjadi masalah karena sebagai pelanggan di pasar modern, remaja tersebutlah yang harus menyesuaikan diri. Selain terdengar lebih sopan, pemakaian bahasa Indonesia terhadap teman seusia bertujuan untuk memperlihatkan bahwa mereka adalah orang yang modern dan terdidik. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kehadiran pegawai pasar modern memengaruhi perilaku bahasa remaja ketika berbicara dengan teman seusia.

Perilaku Berbahasa Pelanggan Golongan Anak-Anak

Saat ini, di Kota Padang ada kecenderungan orang tua berkomunikasi dengan anak-anak dalam bahasa Indonesia. Perilaku seperti ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan perilaku bahasa anak-anak. Anak-anak zaman sekarang lebih banyak memakai bahasa Indonesia baik dalam keluarga maupun di luar keluarga. Dengan demikian peranan bahasa Minangkabau menjadi sangat berkurang dan bahkan pada sebagian anak-anak, bahasa Minangkabau tidak pernah dipakai sama sekali.

Salah satu alasan orang tua lebih menyukai anak-anak memakai bahasa Indonesia adalah agar anak-anak tersebut tidak canggung berbahasa Indonesia ketika mulai memasuki usia sekolah. Selain itu, orang tua juga berpendapat bahwa dengan pembiasaan anak-anak memakai bahasa Indonesia sejak dini akan memperluas pergaulan dan menimbulkan rasa percaya diri mereka. Dengan berbahasa Indonesia, anak-anak tidak canggung lagi untuk berkomunikasi dengan orang lain, baik di tempat resmi seperti di sekolah maupun di tempat-tempat umum seperti di pasar modern. Di samping itu, bagi anak-anak yang terbiasa memakainya, bahasa Indonesia bukan lagi bahasa yang terdengar asing, tetapi sudah merupakan bahasa sehari-hari yang akrab di telinga karena hampir setiap hari mereka mendengarkan orang berbicara dalam bahasa Indonesia di televisi.

Hampir semua acara yang ditayangkan oleh televisi memakai bahasa Indonesia dan bahkan film-film asing, yang aslinya berbahasa asing, sudah dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia. Keadaan inilah yang membuat bahasa Indonesia semakin populer di kalangan anak-anak dan bahasa Minangkabau semakin terpinggirkan.

Layanan di pasar modern yang selalu memakai bahasa Indonesia menyebabkan pelanggan yang berada di dalamnya merasa diundang untuk memakai bahasa Indonesia ketika berbicara. Anak-anak sebagai salah satu golongan yang banyak mengunjungi pasar modern ikut memberi andil dalam situasi kebahasaan di pasar modern. Walaupun anak-anak sering ditemani oleh orang tuanya atau orang dewasa ketika berbelanja di pasar modern, namun kadang-kadang mereka juga ikut terlibat dalam percakapan dengan pegawai pasar modern, orang dewasa, remaja, dan anak seusia mereka.

Tabel 4 memperlihatkan perilaku berbahasa pelanggan golongan anak-anak manakala pegawai pasar modern terlibat dan tidak terlibat dalam percakapan.

Ketika berbicara dengan orang tua, saudara, dan teman tanpa pegawai pasar modern terlibat di dalamnya, anak-anak lebih banyak memakai bahasa Indonesia. Begitu juga halnya, apabila pegawai pasar modern terlibat dalam percakapan, mereka juga memakai bahasa Indonesia lebih banyak dari bahasa Minangkabau. Jadi, terlibat atau tidaknya pegawai pasar modern dalam percakapan, kategori pemakaian bahasa golongan anak-anak tidak mengalami perubahan. Anak selalu memakai bahasa Indonesia lebih banyak daripada bahasa Minangkabau. Perilaku bahasa ini disebabkan oleh kebiasaan anak-anak memakai bahasa Indonesia di rumah. Mereka diajarkan untuk berbicara memakai bahasa Indonesia terhadap siapa saja. Kebiasaan tersebut terbawa ketika mereka berbicara di pasar modern. Mereka tidak mengarang-ngarang kalimat ketika berbahasa Indonesia, tetapi bahasa Indonesia tersebut keluar secara spontan dari mulut mereka.

Tabel 4. Perilaku Berbahasa Pelanggan Anak-anak Manakala Pegawai Pasar Modern Terlibat atau Tidak Terlibat dalam Percakapan

No.	Lawan Bicara	Pegawai Pasar Modern Tidak Terlibat		Pegawai Pasar Modern Terlibat		Pengaruh	
		mean	Kategori Pemakaian Bahasa	mean	Pegawai Pasar Modern Tidak Terlibat	rasio	Tingkat Pengaruh
1	Orang Tua	2,26	Lebih banyak BI	2,06	Lebih banyak BI	0,20	Sangat sedikit
2	Saudara	2,33	Lebih banyak BI	2,13	Lebih banyak BI	0,20	Sangat sedikit
3	Teman	2,13	Lebih banyak BI	1,93	Lebih banyak BI	0,20	Sangat sedikit

Sumber: data primer

KESIMPULAN

Di antara tiga golongan pelanggan yang diteliti, pelanggan golongan dewasa adalah yang bahasanya paling banyak terpengaruh oleh keterlibatan pegawai pasar modern. Keterlibatan pegawai pasar modern dalam percakapan mampu mengubah pemakaian bahasa pelanggan golongan dewasa terhadap anggota keluarga, yaitu dari berbahasa Minangkabau menjadi berbahasa Indonesia. Salah satu faktor yang menyebabkan perubahan pemakaian bahasa itu adalah untuk menunjukkan identitas bahwa mereka adalah orang yang tahu sopan santun. Orang yang sopan santun haruslah bisa berbicara disesuaikan dengan situasi, tempat, dan lawan bicara. Selain itu, keinginan untuk menunjukkan bahwa mereka adalah orang yang terpelajar dan terdidik juga merupakan faktor yang menyebabkan mereka berpindah dari bahasa Minangkabau ke bahasa Indonesia.

Keterlibatan pegawai pasar modern dalam percakapan dengan anggota keluarga sangat sedikit memberikan pengaruh terhadap perilaku berbahasa golongan remaja dan anak-anak. Pada golongan remaja, perilaku tersebut disebabkan karena mereka terbiasa dari kecil berada dalam lingkungan yang memakai dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau. Mereka juga terbiasa memakai kedua bahasa tersebut di dalam dan di luar rumah. Oleh sebab

itu, keterlibatan pegawai pasar modern sangat sedikit memberikan pengaruh terhadap perilaku berbahasa remaja.

Pada golongan anak-anak, bahasa Indonesia sudah biasa dipakai sejak dini, baik di rumah terhadap anggota keluarga maupun di luar rumah terhadap orang yang tidak dikenal. Jadi, keterlibatan pegawai pasar modern dalam percakapan dengan anggota keluarga tidak lagi menjadi masalah bagi anak-anak karena bahasa yang dipakai oleh pegawai pasar modern tersebut adalah bahasa yang sudah akrab di telinga mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- ¹Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- ²Hymes, Dell. 1962. "The Ethnography of Speaking". Dalam T. Galdwin dan W.C. Sturtevant (Ed.). *Antropology and Human Behaviour*. hlm. 13-53. Washington D.C: Anthopological Society of Washington.
- ³Fishman. 1972. *Sociolinguistics A Brief Introduction*. Third Printing. Massachusetts: Newburry House, Roule.
- ⁴Rayfield, J.R. 1970. *The language of Bilingual Community*. Mouton: The Haque.
- ⁵Nazir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Galia Indonesia.