

PENGGUNAAN GAYA BAHASA OLEH PENGOJEK PERAHU WISATA (Deskripsi Tuturan dalam Konteks Penawaran Jasa di Pantai Pangandaran)

Eka Usnita, Hendaryan

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Galuh

ekausnita2017@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini yaitu penggunaan gaya bahasa oleh pengojek perahu wisata dalam konteks penawaran jasa di Pantai Pangandaran, yang berdasar dari masalah kurangnya memperhatikan penggunaan gaya bahasa oleh pengojek perahu wisata pada saat melakukan penawaran jasa terhadap konsumen sehingga banyak calon konsumen yang tidak tertarik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan karakteristik gaya bahasa yang digunakan oleh pengojek perahu wisata. Landasan teori dari penelitian ini menurut Gorys Keraf, kajian yang diteliti meliputi 1) Kata, 2) Kalimat, 3) Sopan-santun, dan 4) Menarik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik penelitiannya yaitu teknik pancing atau metode cakap yang dilakukan dengan cara melakukan percakapan dengan subjek yang diteliti (pengojek perahu). Metode cakap ini dilakukan dengan cara memancing subjek yang diteliti agar melakukan percakapan sehingga menghasilkan tuturan sebagai data yang dibutuhkan. Hasil dari penelitian ini frekuensi penggunaan gaya bahasa dalam konteks penawaran jasa yang dilakukan pengojek perahu wisata yaitu terdapat 15% kata, 35% kalimat, 23,75% sopan-santun, 13,75% menarik. Simpulan dari penelitian ini penggunaan gaya bahasa yang dilakukan oleh pengojek perahu wisata dalam konteks penawaran jasa memunculkan karakteristik gaya bahasa yang lebih memperhatikan kalimat yang khas dan persuasif dengan cara sopan-sanatun. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis, diantaranya akan dijadikan alternatif bahan didik (penyuluhan) bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Kata Kunci : Gaya Bahasa, Ojek Perahu Wisata, Persuasif.

PENDAHULUAN

Peran bahasa dalam komunikasi tak terbantahkan posisi strategisnya. Dengan adanya bahasa terciptalah komunikasi sehingga memudahkan seseorang (masyarakat) dalam menyampaikan ide dan gagasan. Pada hakikatnya bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan Kridalaksana (dalam Chaer, 2012 : 32) “Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri”. Dalam dunia perdagangan atau bisnis, dalam penawaran barang atau penawaran jasa dibutuhkan komunikasi yang baik dengan

menggunakan bahasa yang baik. Proses komunikasi dalam konteks ini adalah bagaimana penutur menyampaikan pesan kepada mitra tutur sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara penawar jasa dan konsumen. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan Hendaryan (2014 : 15) “Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang saling berterima, artinya penutur dan lawan tutur menerima dan menyepakati cara berkomunikasi sehingga terjadi kesepahaman dari kedua belah pihak”.

Seseorang yang berprofesi sebagai penawar jasa, dalam proses penawaran jasa hal yang paling utama diperhatikan yaitu

cara penyampaian, penggunaan bahasa yang dapat menarik perhatian konsumen sehingga konsumen tertarik untuk mengikuti apa yang diucapkan oleh penawar jasa. Dalam konteks ini ragam bahasa yang digunakan harus persuasif. Para penawar jasa harus bisa mempengaruhi konsumen untuk meyakinkan konsumen mengenai apa yang dipersuasikan. Para penawar jasa harus menimbulkan kepercayaan konsumen karena kepercayaan merupakan unsur utama dalam persuasif. Keraf (1991 : 118) mengemukakan bahwa “Persuasif adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang”.

Tidak hanya ragam bahasa yang persuasif, dalam proses penawaran jasa juga harus diperhatikan gaya bahasa yang digunakan penutur atau penawar jasa. Gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa atau *style* seseorang dalam berbahasa. Gaya bahasa memungkinkan kita dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa itu. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan Keraf (2004 : 113) “Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya ; semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian diberikan padanya”. Menurut Tarigan (2013 : 4) “Gaya bahasa merupakan bentuk *retorik*, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak dan pembaca”. Gaya bahasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2008 : 422) “Merupakan pemanfaatan atas kekayaan bahasa oleh seseorang dalam bertutur atau menulis ; pemakaian ragam tertentu untuk memperoleh efek tertentu ; keseluruhan ciri-ciri bahasa sekelompok penulis sastra ; cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulis atau lisan”. Berdasarkan pendapat di atas dapat

disimpulkan bahwa gaya bahasa adalah cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan melalui pemakaian ragam tertentu untuk memperoleh efek tertentu.

Dunia pemasaran atau penawaran jasa saat ini sangat merebak dengan berbagai macam cara penyajiannya. Dalam hal bersaing diperlukan strategi-strategi kreatif. Salah satunya dengan memperhatikan gaya bahasa untuk memberikan kesan menarik kepada konsumen. Fenomena zaman sekarang banyak para penawar jasa yang kurang memperhatikan gaya bahasa yang digunakan ketika melakukan transaksi terhadap konsumen, sehingga banyak konsumen yang tidak tertarik terhadap apa yang ditawarkan. Hal ini dapat merugikan pelaku usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Menurut Sugiyono (2017 : 9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

Pada penelitian ini akan diketahui karakteristik gaya bahasa yang digunakan pengojek perahu wisata dalam konteks penawaran jasa. Alat ukur yang digunakan yaitu berdasarkan teori gaya bahasa menurut Gorys Keraf (2004) diantaranya ada kata, kalimat, sopan-santun, dan menarik. Data dalam penelitian ini berupa

transkrip tuturan atau percakapan antara penutur dan lawan tutur. Sumber data dalam penelitian ini adalah pengojek perahu wisata di Pantai Pangandaran.

Metode dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode simak teknik cakap, dalam metode ini memiliki cara yang lebih khusus Menurut Sudaryanto (1993) cara yang dimaksud dinamakan “teknik lanjutan” sedangkan teknik sebelumnya disebut “teknik dasar”. Teknik lanjutan sebagai teknik operasional dibagi menjadi beberapa teknik bawahan yaitu :

- 1) Teknik Simak Libat Cakap
Teknik ini dilakukan melalui pelibatan diri peneliti dalam percakapan yang dilakukan oleh sumber data. Dengan demikian, peneliti termasuk peserta komunikasi baik terlibat secara aktif maupun pasif. Ketika peneliti terlibat dalam percakapan prinsip peneliti adalah melakukan penyimakan dengan cara menyadap penggunaan bahasa (tuturan).
- 2) Teknik Simak Bebas Cakap
Berbeda dengan teknik simak sebelumnya, pada teknik ini peneliti sama sekali tidak terlibat dalam percakapan yang menjadi fokus kajian. Pada pelaksanaan teknik ini peneliti betul-betul hanya melakukan penyimakan dan penyadapan terhadap tuturan yang digunakan oleh pelaku komunikasi.
- 3) Teknik Rekam
Teknik rekam merupakan teknik dalam penelitian bahasa yang dilakukan dengan cara merekam bahasa yang sedang dilakukan oleh penutur dan mitra tuturnya menggunakan alat rekam yaitu *handphone*. Dengan cara merekam data-data yang dibutuhkan dapat tersimpan lama sehingga membantu dan memudahkan peneliti pada saat melakukan transkripsi. Disamping itu, dengan cara ini data akan lebih jelas dan akurat karena peneliti dapat mengulang-ulang hasil

rekaman jika masih mendapatkan keraguan untuk diolah dan dianalisis.

- 4) Teknik Catat
Teknik ini digunakan dalam penelitian dengan cara mencatat berbagai hal penting yang ditemukan pada penelitian. Melalui teknik ini peneliti dapat secara langsung memberi tanda-tanda, melakukan transkripsi pada objek penelitian dan fokus kajiannya. Pencatatan dilakukan pada buku yang sudah disiapkan.

Teknik ke dua dalam penelitian ini yaitu teknik pancing yang dilakukan dengan cara melakukan percakapan dengan subjek yang diteliti (pengojek perahu). Teknik pancing dilakukan dengan cara memancing subjek yang diteliti (pengojek perahu) agar melakukan percakapan sehingga menghasilkan tuturan sebagai data yang dibutuhkan untuk dianalisis. Cara ini disebut “teknik pancing”. Pemancingan percakapan disiapkan sebelumnya agar subjek yang diteliti (pengojek perahu) melakukan komunikasi melalui tuturan yang alamiah dan diharapkan sesuai dengan fokus kajian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, penelitian mendapatkan hasil berupa percakapan dalam bentuk rekaman yang telah ditranskripsikan mengenai penggunaan gaya bahasa yang dilakukan oleh pengojek perahu wisata pada saat menawarkan jasa. Klasifikasi data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mempermudah proses menganalisis data yang telah terkumpul. Data-data yang terkumpul dikemukakan secara lengkap dalam lampiran. Data tersebut akan dianalisis sesuai dengan sub fokus kajian diantaranya kata, kalimat, sopan-santun, dan menarik. Berikut hasil analisisnya :

Kata

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, percakapan antara peneliti dan pengojek terdapat kata yang tepat dan sesuai yaitu :

Peneliti : “Antar jemput 50?”.

Pengojek : “Iya, jadi ga digabung-gabung sama yang lain, langsung berangkat aja. Nanti sambil foto-foto dulu didekat kapal illegal fishing udah bisa melihat taman laut udah pas dengan harga segitu”.

Kata tersebut dikatakan tepat karena pengojek dapat memahami apa yang ditanyakan oleh peneliti, meskipun dalam angka “50” itu dapat berubah makna tetapi pengojek dapat memahami apa yang ditanyakan karena percakapan tersebut sedang membicarakan tentang harga naik perahu. Sesuai hasil data yang ditemukan maka kata tersebut dapat dikatakan tepat hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan Keraf (2004 : 90) “Semakin khusus sebuah kata atau istilah, semakin dekat titik persamaan atau pertemuan yang dapat dicapai antara penulis dan pembaca”. Selain kata yang tepat kedua penggalan percakapan di atas juga termasuk kata yang sesuai karena antara peneliti dan pengojek ,melakukan percakapan dalam suasana informal yang bebas, dalam percakapan ini menggunakan bahasa yang tidak baku sehingga dapat melancarkan percakapan dan mempermudah keakraban antara peneliti dan pengojek perahu wisata. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan Keraf (2004 : 102) “Suasana yang formal akan menghendaki bahasa yang formal, sedangkan suasana yang nonformal menghendaki bahasa yang nonformal”.

Kalimat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, percakapan antara peneliti dan pengojek terdapat kalimat khas dan persuasif yaitu :

Peneliti : “15 atuh boleh ngga?”.

Pengojek : “Belum dapet eung teh”.

Kalimat diatas terdapat kata “eung” yang merupakan kata khas dari Sunda yang digunakan sebagai kata tambahan atau pelengkap pada kalimat, dalam kalimat ini dikatakan khas karena menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Sunda dan bahasa Indonesia. Sesuai hasil data yang ditemukan maka kalimat tersebut dapat

dikatakan khas. Teori dikuatkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “Kalimat khas merupakan kalimat yang tidak dimiliki daerah lain, karena setiap daerah memiliki kesenian khas yang tidak dimiliki daerah lain”.

*Pengojek : (terus mengejar penumpang)
“Hayu teh panas, kalo mau perahunya langsung berangkat”.*

Sesuai hasil data yang ditemukan maka kalimat tersebut dapat dikatakan persuasif karena peneliti berusaha untuk mengajak dan membujuk penumpang untuk mengikuti apa yang dikehendakinya. Hal ini selajan dengan pendapat yang disampaikan Keraf (1991 : 118) “Persuasif adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakini seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang”.

Sopan-santun

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, percakapan antara peneliti dan pengojek terdapat sopan-santun yaitu :

Pengojek : Sok naik sebelah sini teh mumpung airnya ga ada. Sok tinggal geser ke depan. Injek aja papannya kalo susah.

Sesuai hasil data yang ditemukan maka kalimat tersebut dapat dikatakan sopan-santun terlihat menggunakan bahasa yang sopan dengan nada yang lantang, jelas, tidak berkata kasar atau kotor untuk memberikan informasi berbentuk perhatian kepada peneliti dengan tidak ada unsur menyinggung. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan Keraf (2004 : 114) “Sopan-santun adalah memberi penghargaan atau menghormati orang yang diajak bicara, khususnya pendengar atau pembaca, rasa hormat dalam gaya bahasa dimanifestasikan melalui kejelasan dan kesingkatan”.

Menarik

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, percakapan antara peneliti dan pengojek terdapat kalimat menarik yaitu :

Pengojek : “Nih kita bisa liat ke arah bawah yah, kanan kiri disini tu lokasi taman laut terumbu karang, lokasi buat berenang, snorkel, snorkeling, disini lokasinya. Kedalamannya cuman setengah sampai satu meter setengah. Lokasi paling aman buat berenang snorkel, snorkeling disini. Barang kali berminat ini mah mumpung airnya masih asin, kalo nanti sore biasanya airnya ga asin lagi”.

Peneliti : “Kenapa? Haha”.

Pengojek : “Berubah jadi kecut asem gitu. Soalnya banyak yang berenang itu banyak yang keringetan disini”.

Peneliti : “Oh iya ih bagus, kedalaman berapa meter pak kalo disini?”.

Pengojek : “Kalo disini ada yang 2 meter, disana yang di pinggir-pinggir mah paling 0,5 meter 1,5 meter. Cuman kalo yang lebih bagus itu yang lebih dalam untuk snorklingnya jadi terumbu karang itu masih utuh masih bagus. Nah kita juga bisa liat di depan ada kapal yang terdampar ya itu kapal illegal fishing dari Norwegia yang kemarin tertangkap mencuri ikan di lautan Indonesia tepatnya di Kepulauan Kalimantan cuman sama ibu Susi diminta untuk dijadikan monumen di Pangandaran dulu pas ibu susi masih menjabat jadi menteri kelautan dan perikanan 2016, tepatnya disini ya. Panjang kapalnya ini hamper 30 meteran, lebar kapalnya 6,5 meter semua nakoda kapalnya itu ada 84 orang, sebagian ada warga Indonesianya. Jadi kapal ini terdiri dari 3 dek bagian kapal paling bawah itu tempat penyimpanan jaring atau alat

mencari ikan, bagian ke dua itu ada fillet atau packing jadi hasil tangkapannya itu difillet di dalam kemudian dipacking dan dijual lagi di Indonesia”.

Gaya bahasa pada penggalan percakapan di atas dapat dikatakan menarik dengan adanya penjelasan yang informatif dalam memberikan informasi. Dengan adanya kalimat informasi yang jelas tentu dapat mempengaruhi atau meyakini peneliti untuk mempercayai informasi yang disampaikan pengojek perahu wisata dan tentunya dapat menarik perhatian peneliti. Selain gaya bahasa menarik ketika menyampaikan informasi, terdapat humor yang sehat seperti kata “Barang kali berminat ini mah mumpung airnya masih asin, kalo nanti sore biasanya airnya ga asin lagi”, gaya bahasa menarik ini yang diujarkan pengojek untuk menawarkan sesuatu kepada peneliti, peneliti menjawab “kenapa?haha” peneliti tertawa dan bertanya mengapa pengojek menawarkan dengan gaya bahasa yang menarik, lalu pengojek kembali menjawab dengankata “Berubah jadi kecut asem gitu. Soalnya banyak yang berenang itu banyak yang keringetan disini”. Pada kalimat tersebut terdapat humor yang sehat untuk menghindari monoton dalam nada, stuktur, dan pilihan kata. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan Keraf (2004 : 115) “Sebuah gaya yang menarik dapat diukur melalui beberapa komponen berikut : variasi, humor yang sehat, pengertian yang baik, tenaga hidup (vitalitas), dan penuh daya khayal (imajinasi)”.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa merupakan cara menggunakan bahasa atau style seseorang dalam berbahasa, gaya bahasa memungkinkan kita dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa tersebut. Dari hasil penelitian ini terdapat empat sub fokus kajian yang diteliti diantaranya kata,

kalimat, sopan-santun, dan menarik. Dengan demikian hasil penelitian yang telah dibahas mengenai gaya bahasa yang digunakan oleh pengojek perahu wisata di Pantai Pangandaran memunculkan karakteristik gaya bahasa yang lebih memperhatikan kalimat yang khas dan persuasif sebanyak 35%, sopan-santun sebanyak 23,75% dalam hal ini karakteristik gaya bahasa pengojek perahu wisata lebih mengutamakan persuasif dan sopan-santun untuk mempengaruhi dan mengajak konsumen agar mengikuti apa yang ditawarkan dan yang dikehendaki oleh pengojek.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, A. A. (2021). Gaya Bahasa pada Lirik Lagu Hindia dalam Album Menari dengan Bayangan. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Galuh.
- Chaer, A. (2012). Linguistik Umum. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hendaryan. (2014). Ekspresi Kesantunan Bahasa oleh Penutur Dwi Bahasa. Bandung: UPI Press.
- Hendaryan. (2021). Berterima dalam Komunikasi . Bandung: CV.Alfabeta.
- Keraf, G. (1991). Argumentasi dan Narasi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, G. (2004). Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nasional, D. P. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmawati, R. (2020). Penggunaan Gaya Bahasa Pada Iklan Dalam Bentuk Poster Pendidikan . Skripsi. Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan Universitas Galuh.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyowati, S. (2016). Gaya Bahasa Iklan Minuman Capri-Sonne Berbahasa Jerman . Skripsi. Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta .
- Tarigan, H. G. (2013). Pengajaran Gaya Bahasa. Bandung: CV.Angkasa.
- Yule, G. (2014). Pragmatik. Yogyakarta: Pustaka pelajar.