Research Review
Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol. 5, No. 2, November 2026 ISSN: 29622743

Bentuk dan Makna Tuturan Basilek Dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Bongoime, Gorontalo: Kajian Sosiolinguistik

(Forms and Meanings of Basilect Utterances in Buying and Selling Interactions at Bongoime Market, Gorontalo: A Sociolinguistic Study)

Abdulharis Kune[1], Asna Ntelu[2], Ellyana Hinta[3]
[1,2,3]Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra dan Budaya, Universitas Negeri Gorontalo
abdulhariskune5@gmail.com[1], asna.ntelu@ung.ac.id[2], ellyana.hinta@ung.ac.id[3]

Article Info

Article history:
Received: 25 Juni 2026
Revised: 17 November 2026
Accepted: 17 November 2026

Keywords:
Basilek
Utterances
Sociolinguistics
Meaning
Traditional Market

Kata Kunci:
Basilek
Tuturan
Sosiolinguistik
Makna
Pasar Tradisional

Abstract

This study examines the forms and meanings of basilek utterances in buying and selling interactions at Bongoime Traditional Market, Tilongkabila District, Bone Bolango Regency. The research is motivated by the phenomenon of basilek language variation use in social interactions among market communities, which not only functions as a means of communication but also reflects the social and cultural identity of the local community. The aims of this study are to describe the forms of basilek usage and the meanings contained in basilek utterances of the Bongoime Market community. This study employs a descriptive qualitative method with sociolinguistic and pragmatic approaches. The research data consists of oral utterances obtained through observation, non-participatory listening technique, recording, interviews, and field notes. Data were analyzed through transcription, reduction, classification, interpretation, and verification stages. The results show that basilek utterances of the Bongoime Market community are manifested in the forms of words, phrases, clauses, and sentences with declarative, interrogative, imperative, and exclamative functions. In terms of meaning, basilek utterances contain connotative, affective, social, stylistic, and reflective meanings reflected through the use of kinship greetings, emotional expressions, and utterance forms that indicate social closeness and cultural identity of the market community. Based on the research findings, it can be concluded that basilek utterances used by the Bongoime Market community not only function as a means of economic transactions but also as a medium to build social solidarity, maintain local cultural identity, and create effective communication in community life.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji bentuk dan makna tuturan basilek dalam interaksi jual beli di Pasar Desa Bongoime, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango. Penelitian dilatarbelakangi oleh fenomena penggunaan variasi bahasa basilek dalam interaksi sosial masyarakat pasar yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga mencerminkan identitas sosial dan budaya masyarakat setempat. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bentuk penggunaan basilek dan makna yang terkandung dalam tuturan basilek masyarakat Pasar Bongoime. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan sosiolinguistik dan pragmatik. Data penelitian berupa tuturan lisan masyarakat yang diperoleh melalui observasi, teknik simak bebas libat cakap, rekaman, wawancara, dan pencatatan lapangan. Data dianalisis melalui tahap transkripsi, reduksi, klasifikasi, interpretasi, dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tuturan basilek masyarakat Pasar Bongoime diwujudkan dalam bentuk kata, frasa, klausa, dan kalimat dengan fungsi deklaratif, interogatif, imperatif, dan eksklamatif. Dari aspek makna, tuturan basilek mengandung makna konotatif,

afektif, sosial, stilistik, dan reflektif yang tercermin melalui penggunaan sapaan kekerabatan, ungkapan emosional, serta bentuk tuturan yang menunjukkan kedekatan sosial dan identitas budaya masyarakat pasar. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tuturan basilek yang digunakan masyarakat Pasar Bongoime tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai media untuk membangun solidaritas sosial, mempertahankan identitas budaya lokal, dan menciptakan komunikasi yang efektif dalam kehidupan masyarakat.

Corresponding Author:

Abdulharis Kune
Fakultas Sastra dan Budaya
Universitas Negeri Gorontalo
abdulhariskune5@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Bahasa merupakan instrumen fundamental dalam kehidupan manusia yang berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda identitas sosial dan budaya, di mana dalam penggunaannya senantiasa dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti usia, pendidikan, status ekonomi, dan konteks budaya yang membentuk cara seseorang bertutur dalam situasi tertentu (Chaer & Agustina, 2010). Ilmu yang secara khusus mengkaji hubungan antara bahasa dan masyarakat disebut sosiolinguistik, yang mempelajari variasi bahasa dan bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial yang berbeda, termasuk analisis terhadap tingkat sosial yang tampak dalam penggunaan bahasa oleh individu maupun kelompok (Chaer & Agustina, 2014). Salah satu wujud nyata dari fenomena sosial bahasa adalah variasi bahasa tidak baku atau basilek, yang merupakan tingkatan terendah dalam kontinum dialek yang merujuk pada bentuk bahasa paling informal, ditandai oleh kosakata lokal, struktur kalimat non-standar, dan pelafalan khas yang digunakan dalam situasi kasual di antara komunitas akrab (Wardhaugh & Fuller, 2015).

Pasar tradisional menjadi ruang sosial yang paling kaya akan fenomena basilek karena bukan sekadar tempat aktivitas jual beli, melainkan ruang komunikasi dinamis di mana terjadi interaksi sosial intens antara berbagai lapisan masyarakat, dengan bahasa yang digunakan sering kali menyimpang dari norma baku untuk bertransaksi, membangun relasi, dan mengekspresikan emosi (Mahbub, 2024). Penelitian tentang ragam bahasa di pasar tradisional telah banyak dilakukan di berbagai daerah, seperti di Pasar Rubaru, Sumenep, yang menunjukkan dominasi bahasa Madura ragam basilek dengan faktor usia, waktu, tempat, dan gender memengaruhi pemilihan ragam bahasa (Mahbub, 2024), serta di Pasar Dampit, Malang, yang menemukan ragam basilek dalam bentuk bahasa Jawa Ngoko sebagai bentuk interaksi sehari-hari (Chrysan & Mujianto, 2020). Penelitian Chrysan dan Mujianto (2020) juga mengungkap bahwa basilek berfungsi sebagai representasi kekuasaan dan keakraban dalam tutur penolakan pada interaksi jual beli, sementara penelitian Rahmawati et al. (2024) menemukan bahwa ragam bahasa dalam transaksi jual beli di Pasar Kartasura mengandung nilai-nilai budaya yang diwujudkan dalam sapaan, tingkatan bahasa, kejujuran, kepercayaan, dan interaksi yang dijunjung tinggi oleh masyarakat setempat. Meskipun penelitian-penelitian tersebut memiliki relevansi, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji bentuk dan makna tuturan basilek di wilayah Gorontalo, khususnya di Pasar Bongoime, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, yang memiliki kekhasan dialek lokal Gorontalo dan Melayu Manado yang bercampur dalam interaksi jual beli. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan integratif yang menggabungkan analisis bentuk tuturan berdasarkan satuan bahasa (kata, frasa, klausa, kalimat) dengan analisis makna tuturan berdasarkan teori Leech (1981) yang mencakup makna konotatif, afektif, sosial, stilistik, dan reflektif, serta mengisi celah penelitian tentang variasi bahasa di pasar tradisional yang selama ini lebih banyak dilakukan di wilayah Jawa, Madura, dan Sumatera, sementara kajian di Indonesia Timur khususnya Gorontalo masih sangat terbatas. Perspektif Andersson dan Trudgill (1990) dalam *Bad Language* menjadi sangat relevan karena menekankan bahwa tidak ada kata yang secara inheren buruk kata menjadi "kasar" karena persepsi sosial dan budaya yang dibentuk oleh masyarakat, dan bentuk bahasa yang dianggap rendah justru memiliki fungsi sosial penting seperti membangun solidaritas kelompok, menunjukkan identitas sosial, dan mengungkapkan emosi. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) bagaimanakah bentuk penggunaan basilek oleh masyarakat di Pasar Bongoime, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango? dan (2) bagaimanakah makna basilek yang digunakan oleh masyarakat di Pasar Bongoime, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango? Adapun

tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk dan makna penggunaan basilek oleh masyarakat di Pasar Bongoime, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan sosiolinguistik dan pragmatik. Metode kualitatif dipilih karena bertujuan mendeskripsikan fenomena kebahasaan yang terjadi secara alamiah di lokasi penelitian, yakni tuturan lisan masyarakat yang bersifat unik dan kontekstual sehingga memerlukan interpretasi dan pemahaman konteks sosial secara mendalam (Creswell & Poth, 2018). Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami makna yang diberikan partisipan terhadap suatu fenomena serta mengeksplorasi realitas sosial secara holistik dan naturalistik (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Pendekatan sosiolinguistik digunakan sebagai landasan memahami variasi bahasa dalam konteks sosial pasar, sedangkan kajian pragmatik berfungsi menganalisis makna tuturan basilek dalam interaksi jual beli. Kombinasi kedua pendekatan ini diperlukan karena sosiolinguistik dan pragmatik saling melengkapi dalam menganalisis penggunaan bahasa di masyarakat (Meyerhoff, 2019; Yule, 2022). Penelitian dilaksanakan di Pasar Desa Bongoime, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, pada 17 September hingga 21 Desember 2025. Kehadiran peneliti di lapangan bersifat partisipatif pasif, yaitu hadir dan mengamati interaksi sosial secara langsung tanpa terlibat aktif dalam percakapan agar data yang diperoleh bersifat alami dan tidak terkontaminasi intervensi peneliti (Flick, 2018).

Data penelitian berupa tuturan lisan atau ujaran basilek yang digunakan masyarakat pasar dalam interaksi jual beli maupun interaksi sosial lainnya. Sumber data adalah para pelaku pasar yang meliputi pedagang, pembeli, dan warga sekitar yang terlibat langsung dalam interaksi sosial sehari-hari di Pasar Bongoime. Informan dipilih secara purposif dengan kriteria: (1) telah menjadi pelaku pasar minimal satu tahun, (2) aktif berinteraksi menggunakan bahasa lokal dalam aktivitas jual beli, dan (3) bersedia menjadi informan serta memberikan informasi secara sukarela. Jumlah informan mengikuti prinsip kejenuhan data, yaitu pengumpulan data dihentikan ketika tidak ditemukan variasi tuturan basilek baru (Sugiyono, 2022). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat tahapan: observasi, simak bebas libat cakap, wawancara, dan catatan lapangan. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung situasi interaksi di pasar untuk memahami konteks terjadinya tuturan basilek. Teknik simak bebas libat cakap diterapkan dengan peneliti berada dalam situasi komunikasi tanpa terlibat aktif, hanya menyimak, mencatat, dan merekam data (Sudaryanto, 2015). Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan informan untuk memperoleh informasi tambahan mengenai kebiasaan berbahasa dan makna tuturan. Catatan lapangan digunakan untuk mendokumentasikan situasi komunikasi, ekspresi penutur, dan kondisi sosial yang menyertai tuturan (Emerson, Fretz, & Shaw, 2011). Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri sebagai instrumen utama, dibantu pedoman observasi, pedoman wawancara, alat perekam suara, dan buku catatan lapangan. Penggunaan peneliti sebagai instrumen utama memungkinkan penyesuaian fleksibel terhadap situasi lapangan serta pemaknaan data secara kontekstual (Denzin & Lincoln, 2018).

Analisis data dilakukan melalui lima tahapan: transkripsi, reduksi, klasifikasi, interpretasi, dan verifikasi. Transkripsi dilakukan dengan mengubah rekaman lisan menjadi data tertulis (Gibson & Brown, 2009). Reduksi data dilakukan dengan memilah tuturan yang mengandung unsur basilek relevan, sementara data tidak relevan disisihkan agar analisis terarah (Miles et al., 2014). Klasifikasi dilakukan dengan mengelompokkan tuturan berdasarkan bentuk satuan bahasa (kata, frasa, klausa, kalimat) menurut Kridalaksana (2009) dan jenis makna (konotatif, afektif, sosial, stilistik, reflektif, kolokatif, tematik) menurut Leech (1981). Interpretasi dilakukan dengan menganalisis dan menafsirkan hasil klasifikasi untuk memperoleh deskripsi mendalam tentang bentuk dan makna tuturan basilek, dengan mengaitkan data pada teori sosiolinguistik dan pragmatik. Pengecekan keabsahan hasil penelitian dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data observasi, rekaman, dan wawancara untuk memvalidasi penafsiran makna (Denzin & Lincoln, 2018). Peneliti juga melakukan member checking dengan mengonfirmasikan hasil interpretasi kepada informan untuk memastikan kesesuaian antara penafsiran peneliti dan maksud tuturan sebenarnya (Creswell & Poth, 2018). Melalui prosedur analisis sistematis dan teknik pemeriksaan keabsahan yang ketat, penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang valid, reliabel, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan temuan mengenai bentuk dan makna tuturan basilek yang digunakan oleh masyarakat Pasar Desa Bongoime, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango. Data diperoleh melalui observasi, simak bebas libat cakap, wawancara, dan rekaman terhadap tuturan yang digunakan dalam interaksi jual beli maupun interaksi sosial lainnya. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa tuturan basilek

masyarakat pasar diwujudkan dalam berbagai bentuk satuan bahasa dan mengandung beragam jenis makna yang mencerminkan nilai sosial dan budaya masyarakat setempat.

3.1 Bentuk Penggunaan Basilek oleh Masyarakat di Pasar Bongoime

Tuturan basilek yang digunakan oleh masyarakat Pasar Bongoime memiliki berbagai bentuk bahasa yang digunakan dalam interaksi sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian, bentuk tuturan basilek dianalisis berdasarkan satuan bahasa yang meliputi kata, frasa, klausa, dan kalimat. Temuan menunjukkan bahwa bentuk kata yang dominan dalam interaksi pasar meliputi kata-kata seperti *bili* (beli), *ambe* (ambil), *nyanda* (tidak), *dapa* (dapat), *gaga* (bagus), *doi* (uang), serta sapaan seperti *om*, *tante*, dan *ibu*. Sapaan yang digunakan secara berulang menunjukkan upaya membangun kedekatan sosial antara penjual dan pembeli sehingga proses transaksi berlangsung lebih akrab dan komunikatif.

Selain bentuk kata, ditemukan pula penggunaan bentuk frasa seperti *"ba pilih-ba pilih"*, *"barang masih baru"*, *"so harga pas"*, *"harga paling terakhir"*, dan *"ikan baru masih segar"*. Frasa-frasa tersebut berfungsi untuk memperhalus tuturan, memberikan penegasan, maupun membangun citra positif terhadap barang yang dijual. Bentuk klausa juga banyak ditemukan, misalnya pada tuturan *"Samua ada di sini"*, *"Barang masih baru"*, *"Kalo 70 masih boleh"*, dan *"Disana so dapa tiga"*. Klausa-klausa ini digunakan secara spontan dalam percakapan pasar untuk menyampaikan informasi, memberikan penjelasan, atau melakukan negosiasi secara praktis dan langsung pada inti pesan.

Berdasarkan fungsi komunikasinya, tuturan basilek ditemukan dalam empat bentuk, yaitu deklaratif, interogatif, imperatif, dan eksklamatif. Tuturan deklaratif merupakan bentuk yang paling dominan, seperti pada data berikut.

Penjual: *"Celana-celana semua ibu, ba pilih ba pilih"*
Penjual: *"Bongkar, ba bongkar saja Ibu asal bili di sini"*
Pembeli: *"Kalo gaga mo bili, kalo nyanda gaga bacari di tampa laen Om"*

Tuturan deklaratif di atas berfungsi menyampaikan informasi mengenai barang dagangan, namun hasil analisis menunjukkan bahwa tuturan deklaratif tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki fungsi persuasif untuk menarik minat pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi pragmatik tuturan sering kali melampaui bentuk gramatikalnya.

Tuturan interogatif digunakan untuk memperoleh informasi sekaligus sebagai strategi negosiasi, seperti pada data berikut.

Pembeli: *"Bungkus 1 kilo barapa?"*
Pembeli: *"Om ini spatu barapa 1 pasang?"*
Pembeli: *"Kalo 70 bagemana?"*

Tuturan interogatif di atas menunjukkan bahwa pertanyaan dalam konteks pasar tidak semata-mata bertujuan memperoleh jawaban, tetapi juga menjadi sarana untuk membuka proses tawar-menawar. Dengan demikian, tuturan interogatif berfungsi sebagai instrumen komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya negosiasi harga.

Tuturan imperatif ditemukan dalam bentuk ajakan, permintaan, maupun larangan, seperti pada data berikut.

Penjual: *"Makanya bili gamis"*
Penjual: *"Dua, dua puluh ribu dua jo"*
Penjual: *"Bili jo disana ibu kalo ba cari yang murah"*

Sebagian besar tuturan imperatif dalam data disampaikan secara halus melalui humor, sindiran, atau alasan ekonomis sehingga tetap menjaga kesantunan komunikasi. Sementara itu, tuturan eksklamatif digunakan untuk mengekspresikan emosi penutur, baik berupa keterkejutan, keberatan, maupun kegembiraan.

Pembeli: *"80 eyy, bagitu jo om, ambe satu"*
Pembeli: *"Mahal skali eyy!"*
Pembeli: *"Asikkk (sambil tertawa)"*

Bentuk eksklamatif ini memperlihatkan bahwa interaksi pasar tidak hanya berorientasi pada pertukaran barang dan uang, tetapi juga melibatkan ekspresi perasaan yang memperkuat hubungan sosial antara penjual dan pembeli.

3.2 Makna Tuturan Basilek Masyarakat Pasar Bongoime

Berdasarkan analisis makna menggunakan teori Leech (1981), ditemukan bahwa tuturan basilek masyarakat Pasar Bongoime mengandung berbagai jenis makna, yaitu makna konotatif, afektif, sosial, stilistik, dan reflektif.

3.2.1 Makna Konotatif

Makna konotatif terlihat pada penggunaan ungkapan-ungkapan yang mengandung makna tambahan di luar arti leksikalnya. Pada data berikut, makna konotatif tercermin melalui ungkapan *"kase harga sayang"* yang dalam konteks jual beli bermakna pemberian harga khusus atau harga yang lebih murah kepada pelanggan tertentu.

Penjual: *"Nah itu dia noh, kalo ibu datang pasti torang mo kase harga sayang"*
Pembeli: *"Sudah, tapi torang simpan akan yang bagus-bagus for ibu. Ikan langganan musti beda noh"*

Demikian pula pada ungkapan *"simpan akan yang bagus-bagus"* dan *"ikan langganan musti beda noh"* yang tidak hanya menunjukkan aktivitas menyimpan barang, melainkan mengandung makna perlakuan istimewa bagi pelanggan tetap.

3.2.2 Makna Afektif

Makna afektif tampak melalui ungkapan yang menunjukkan perasaan, sikap, dan emosi penutur terhadap lawan tutur, seperti pada data berikut.

Pembeli: *"Asikkk (sambil tertawa)"*
Pembeli: *"Alhamdulillah bae Om, sibuk sadiki makanya jarang skali datang"*
Pembeli: *"Hehehe, Om ini pandai skali b goda eyy. Bungkus jo 2 ikat"*

Tuturan tersebut menunjukkan adanya rasa senang, puas, syukur, dan kedekatan emosional antara pembeli dan penjual. Penggunaan tuturan *"boleh saya minta tolong"* dan respons *"boleh skali ibu, tida masalah"* juga menunjukkan adanya rasa sungkan, empati, dan kepedulian yang tinggi dalam hubungan sosial mereka. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas jual beli di pasar tidak hanya berorientasi pada pertukaran barang dan uang, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang sarat dengan ekspresi emosional dan nilai-nilai kemanusiaan.

3.2.2.1 Makna Sosial

Makna sosial tampak sangat kuat dalam tuturan basilek masyarakat Pasar Bongoime. Penggunaan sapaan seperti *ibu*, *om*, *pak*, *tante*, *dek*, *nak*, *nou*, dan *uti* menunjukkan adanya penghormatan, keakraban, dan kedekatan sosial antara penjual dan pembeli.

Penjual: *"Eee Ibu, so lama nyanda dapalia di pasar eyy. Bagemana kabar di rumah?"*
Penjual: *"Siap Ibu, bonus sadiki for langganan"*
Pembeli: *"Om daritadi so laku banya ikan?"*

Tuturan di atas menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga mencerminkan hubungan sosial yang erat dan penuh kepedulian. Selain itu, penggunaan dialek Manado dan Gorontalo dalam berbagai percakapan memperlihatkan bahwa bahasa berfungsi sebagai simbol identitas sosial dan budaya masyarakat setempat.

3.2.2.2 Makna Stilistik

Makna stilistik tampak melalui pemanfaatan gaya bahasa yang kreatif dan persuasif dalam aktivitas berdagang.

Penjual: *"Helloo, hei sayang lambaikan tanganmu sayang, langkahkan kakimu, berikanlah senyumanmu tapi berikanlah cintamu hanya untuk cabo. Gara-gara cabo dapa banyak barang dengan doi sadiki"*

Tuturan tersebut menunjukkan penggunaan repetisi, irama, dan gaya bahasa puitis yang menyerupai lirik lagu. Selain itu, penggunaan campuran bahasa daerah dan bahasa asing pada ungkapan *"Mari Ibu lia-lia dulu depe sayor masih fresh samua"* menunjukkan kreativitas penjual dalam menarik perhatian pembeli. Gaya bahasa seperti ini tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi strategi komunikasi untuk meningkatkan daya tarik dagangan dan membangun suasana pasar yang lebih hidup.

3.2.2.3 Makna reflektif

Makna reflektif ditemukan dalam berbagai tuturan yang menunjukkan adanya hubungan antara ujaran dengan pengalaman, pengetahuan, dan asosiasi tertentu yang dimiliki penutur.

Pembeli: *"Iyaa Om, biasa kalo ba belanja pasti mo singgah di sini dulu"*
Pembeli: *"Kalau yang ini barapa depe harga?"*
Penjual: *"Iya ibu, depe beras baru datang kemarin, kualitasnya juga masih bagus"*

Tuturan *"biasa kalo ba belanja pasti mo singgah di sini dulu"* mencerminkan pengalaman positif yang telah berulang kali dirasakan pembeli sehingga membentuk loyalitas terhadap penjual. Sementara itu, pertanyaan *"Kalau yang ini barapa depe harga?"* menunjukkan proses pertimbangan dan evaluasi sebelum pembeli mengambil keputusan, sedangkan pernyataan penjual mengenai kualitas beras menunjukkan upaya membangun kepercayaan yang kemudian memunculkan pertimbangan rasional dalam diri pembeli.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tuturan basilek yang digunakan masyarakat Pasar Bongoime mengandung berbagai jenis makna yang saling berkaitan dan membentuk kekhasan komunikasi di lingkungan pasar tradisional. Bahasa yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan sosial, mengungkapkan emosi, mempertahankan identitas budaya, memengaruhi keputusan pembeli, serta memperkuat solidaritas antarmasyarakat. Dengan demikian, tuturan basilek menjadi representasi nyata dari kehidupan sosial masyarakat yang memperlihatkan keterkaitan erat antara bahasa, budaya, dan aktivitas ekonomi dalam ruang pasar tradisional.

3.3 Bentuk-Bentuk Tuturan Basilek Masyarakat Pasar Bongoime

Berdasarkan hasil analisis data, penggunaan bahasa basilek dalam interaksi jual beli di Pasar Bongoime menunjukkan keberagaman bentuk satuan bahasa dan fungsi komunikatif yang digunakan oleh penjual maupun pembeli. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kridalaksana (2009) yang menyatakan bahwa bentuk tuturan dapat dianalisis berdasarkan satuan bahasa berupa kata, frasa, klausa, dan kalimat. Selain itu, fungsi tuturan yang ditemukan dalam data juga sesuai dengan klasifikasi Keraf (2009) yang membedakan tuturan ke dalam bentuk deklaratif, interogatif, imperatif, dan eksklamatif.

Berdasarkan bentuk satuan bahasa menurut Kridalaksana (2009), ditemukan penggunaan tuturan dalam bentuk kata yang cukup dominan dalam interaksi pasar. Kata-kata seperti *bili* (beli), *ambe* (ambil), *nyanda* (tidak), *dapa* (dapat), *gaga* (bagus), *doi* (uang), serta sapaan seperti *om*, *tante*, dan *ibu* merupakan bentuk kata yang memiliki makna tertentu dalam komunikasi masyarakat pasar. Penggunaan kata-kata tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga menjadi penanda identitas sosial dan budaya masyarakat setempat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mahbub (2024) yang menemukan bahwa penggunaan kosakata lokal dalam interaksi pasar berfungsi sebagai penanda identitas sosial dan budaya penuturnya. Kata sapaan yang digunakan secara berulang menunjukkan adanya upaya membangun kedekatan sosial antara penjual dan pembeli sehingga proses transaksi berlangsung lebih akrab dan komunikatif, sebagaimana diungkapkan oleh Rahmawati, Alfiah, dan Fathina (2024) bahwa sapaan dalam transaksi jual beli mengandung nilai-nilai budaya yang dijunjung tinggi oleh masyarakat setempat.

Selain bentuk kata, ditemukan pula penggunaan bentuk frasa sebagaimana dijelaskan oleh Kridalaksana (2009). Frasa seperti *"ba pilih-ba pilih"*, *"barang masih baru"*, *"so harga pas"*, *"harga paling terakhir"*, dan *"ikan baru masih segar"* menunjukkan gabungan kata yang tidak bersifat predikatif, tetapi memiliki makna yang utuh dalam konteks transaksi. Frasa-frasa tersebut berfungsi untuk memperhalus tuturan, memberikan penegasan, maupun membangun citra positif terhadap barang yang dijual. Penggunaan frasa dalam bahasa basilek memperlihatkan bagaimana penutur memanfaatkan pilihan bahasa yang sederhana tetapi efektif untuk memengaruhi lawan tutur. Penelitian Chrysan dan Mujianto (2020) juga menemukan bahwa frasa-frasa tertentu dalam interaksi pasar berfungsi sebagai strategi komunikasi untuk memengaruhi keputusan pembeli.

Bentuk klausa juga banyak ditemukan dalam data penelitian. Menurut Kridalaksana (2009), klausa merupakan satuan bahasa yang sekurang-kurangnya memiliki unsur predikat. Contohnya terlihat pada tuturan seperti *"Samua ada di sini"*, *"Barang masih baru"*, *"Kalo 70 masih boleh"*, dan *"Disana so dapa tiga"*. Klausa-klausa tersebut digunakan secara spontan dalam percakapan pasar untuk menyampaikan informasi, memberikan penjelasan, atau melakukan negosiasi. Keberadaan klausa dalam tuturan basilek menunjukkan bahwa komunikasi pasar berlangsung secara praktis, cepat, dan langsung pada inti pesan yang ingin disampaikan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Hadi (2016) yang menemukan bahwa penggunaan klausa dalam tuturan pasar mencerminkan efisiensi komunikasi dalam interaksi ekonomi tradisional.

Selanjutnya, bentuk kalimat menjadi satuan bahasa yang paling dominan ditemukan dalam data. Sesuai dengan teori Kridalaksana (2009), kalimat dalam tuturan basilek masyarakat pasar muncul dalam berbagai bentuk, yaitu kalimat berita, kalimat tanya, kalimat perintah, dan kalimat sindiran. Kalimat berita digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai harga, kualitas barang, dan kondisi dagangan. Kalimat tanya digunakan untuk memperoleh informasi sekaligus membuka ruang negosiasi harga. Kalimat perintah digunakan untuk mengajak, menawarkan, atau mengarahkan tindakan lawan tutur. Sementara itu, kalimat sindiran tampak dalam beberapa tuturan yang digunakan untuk mempertahankan harga atau memengaruhi keputusan pembeli secara tidak langsung.

Jika ditinjau berdasarkan fungsi komunikasinya, hasil penelitian ini mendukung teori Keraf (2009) yang membedakan bentuk tuturan menjadi deklaratif, interogatif, imperatif, dan eksklamatif. Tuturan deklaratif merupakan bentuk yang paling dominan ditemukan dalam interaksi jual beli. Tuturan seperti *"Samua ada di sini"*, *"Barang masih baru"*, dan *"So murah skali ini so dapa dua calana"* digunakan untuk memberikan informasi mengenai barang dagangan. Namun demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa tuturan deklaratif tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki fungsi persuasif untuk menarik minat pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi pragmatik tuturan sering kali melampaui bentuk gramatikalnya, sebagaimana dijelaskan oleh Yule (2022) bahwa tindak tutur tidak selalu sesuai dengan bentuk gramatikalnya.

Tuturan interogatif digunakan untuk memperoleh informasi sekaligus sebagai strategi negosiasi. Tuturan seperti *"Bungkus satu kilo barapa?"*, *"Om ini spatu barapa satu pasang?"*, dan *"Kalo 70 bagemana?"* menunjukkan bahwa pertanyaan dalam konteks pasar tidak semata-mata bertujuan memperoleh jawaban, tetapi juga menjadi sarana untuk membuka proses tawar-menawar. Dengan demikian, tuturan interogatif berfungsi sebagai instrumen komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya proses negosiasi harga antara penjual dan pembeli. Temuan ini sejalan dengan penelitian Waty (2018) yang menemukan bahwa

pertanyaan-pertanyaan dalam interaksi pasar berfungsi sebagai strategi negosiasi untuk mencapai kesepakatan harga.

Tuturan imperatif ditemukan dalam bentuk ajakan, permintaan, maupun larangan. Contohnya terlihat pada tuturan *"Makanya bili gamis"*, *"Dua jo"*, dan *"Bili jo disana ibu kalo ba cari yang murah"*. Tuturan tersebut menunjukkan adanya upaya penutur untuk memengaruhi tindakan lawan tutur. Dalam konteks pasar, bentuk imperatif umumnya digunakan sebagai strategi pemasaran maupun strategi mempertahankan posisi tawar dalam transaksi. Menariknya, sebagian besar tuturan imperatif dalam data disampaikan secara halus melalui humor, sindiran, atau alasan ekonomis sehingga tetap menjaga kesantunan komunikasi. Penelitian Mahbub (2024) juga menemukan bahwa tuturan imperatif dalam interaksi pasar disampaikan dengan strategi kesantunan tertentu agar tidak menyinggung perasaan mitra tutur.

Sementara itu, tuturan eksklamatif digunakan untuk mengekspresikan emosi penutur, baik berupa keterkejutan, keberatan, maupun kegembiraan. Tuturan seperti *"80 eyy!"*, *"Mahal skali eyy!"*, dan respons pembeli *"Asikkk!"* menunjukkan adanya unsur emosional yang muncul selama proses transaksi berlangsung. Bentuk eksklamatif ini memperlihatkan bahwa interaksi pasar tidak hanya berorientasi pada pertukaran barang dan uang, tetapi juga melibatkan ekspresi perasaan yang memperkuat hubungan sosial antara penjual dan pembeli. Penelitian Chrysan dan Mujianto (2020) mengungkap bahwa tuturan eksklamatif dalam interaksi pasar berfungsi sebagai penanda emosi yang turut memengaruhi dinamika komunikasi dalam transaksi jual beli.

Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa tuturan basilek masyarakat pasar tidak hanya dapat dianalisis berdasarkan fungsi komunikatif sebagaimana dikemukakan Keraf (2009), tetapi juga berdasarkan bentuk satuan bahasanya sebagaimana dijelaskan oleh Kridalaksana (2009). Keempat bentuk satuan bahasa, yaitu kata, frasa, klausa, dan kalimat, muncul secara aktif dalam interaksi jual beli dan digunakan untuk menjalankan berbagai fungsi komunikasi, baik deklaratif, interogatif, imperatif, maupun eksklamatif. Temuan ini menunjukkan bahwa bahasa basilek masyarakat pasar merupakan sistem komunikasi yang kaya secara linguistik dan pragmatik, sekaligus mencerminkan identitas sosial serta budaya masyarakat penuturnya.

3.4 Makna Tuturan Basilek Masyarakat Pasar Bongoime

Berdasarkan hasil analisis data tuturan basilek yang digunakan oleh masyarakat Pasar Bongoime, ditemukan bahwa interaksi antara penjual dan pembeli mengandung berbagai jenis makna yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai barang dagangan, tetapi juga merepresentasikan hubungan sosial, emosi, budaya, serta strategi komunikasi yang berkembang dalam masyarakat pasar. Temuan ini sejalan dengan konsep makna tuturan basilek yang memandang bahwa makna suatu tuturan tidak hanya terletak pada arti leksikalnya, tetapi juga dipengaruhi oleh konteks penggunaan, situasi sosial, tujuan penutur, serta nilai budaya yang melatarbelakanginya (Leech, 1981; Chaer, 2014). Dalam kajian semantik, Leech (1981) membagi makna ke dalam tujuh jenis, yaitu makna konseptual, konotatif, sosial, afektif, reflektif, kolokatif, dan tematik. Berdasarkan hasil penelitian, jenis makna yang paling dominan ditemukan dalam tuturan basilek masyarakat Pasar Bongoime adalah makna konotatif, makna afektif, makna sosial, makna stilistik, dan makna reflektif.

Makna konotatif terlihat pada penggunaan ungkapan-ungkapan yang mengandung makna tambahan di luar arti leksikalnya. Misalnya, ungkapan *"kase harga sayang"* yang secara konseptual mengandung kata sayang sebagai bentuk kasih atau cinta, tetapi dalam konteks jual beli bermakna pemberian harga khusus atau harga yang lebih murah kepada pelanggan tertentu. Demikian pula pada ungkapan *"simpan akan yang bagus-bagus"* dan *"ikan langganan musti beda noh"* yang tidak hanya menunjukkan aktivitas menyimpan barang, melainkan mengandung makna perlakuan istimewa bagi pelanggan tetap. Temuan ini sesuai dengan pendapat Leech (1981) bahwa makna konotatif muncul akibat adanya asosiasi sosial dan pengalaman yang melekat pada suatu kata sehingga menghasilkan nilai rasa tertentu dalam komunikasi. Penelitian Rahmawati, Alfiah, dan Fathina (2024) juga menemukan bahwa makna konotatif dalam transaksi jual beli di pasar tradisional mencerminkan nilai-nilai budaya seperti kepercayaan dan kejujuran yang dijunjung tinggi oleh masyarakat.

Selain makna konotatif, tuturan basilek yang ditemukan dalam penelitian ini juga memperlihatkan dominasi makna afektif. Makna afektif tampak melalui ungkapan yang menunjukkan perasaan, sikap, dan emosi penutur terhadap lawan tutur. Tuturan seperti *"Asikkk"*, *"Alhamdulillah bae Om"*, dan *"Hehehe, Om ini pandai skali b goda eyy"* menunjukkan adanya rasa senang, puas, syukur, dan kedekatan emosional antara pembeli dan penjual. Sementara itu, penggunaan tuturan *"boleh saya minta tolong"* dan respons *"boleh skali ibu, tida masalah"* menunjukkan adanya rasa sungkan, empati, dan kepedulian yang tinggi dalam hubungan sosial mereka. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas jual beli di pasar tidak hanya berorientasi pada pertukaran barang dan uang, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang sarat dengan ekspresi emosional dan nilai-nilai kemanusiaan. Penelitian Mahbub (2024) mengungkap bahwa makna afektif dalam interaksi pasar berfungsi sebagai perekat hubungan sosial antara penjual dan pembeli, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan.

Makna sosial juga tampak sangat kuat dalam tuturan basilek masyarakat Pasar Bongoime. Menurut Leech (1981), makna sosial berkaitan dengan identitas sosial penutur dan hubungan sosial yang tercermin melalui pilihan bahasa. Dalam penelitian ini, penggunaan sapaan seperti *ibu*, *om*, *pak*, *tante*, *dek*, *nak*, *nou*, dan *uti* menunjukkan adanya penghormatan, keakraban, dan kedekatan sosial antara penjual dan pembeli. Tuturan seperti *"Eee Ibu, so lama nyanda dapalia di pasar eyy. Bagemana kabar di rumah?"* menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga mencerminkan hubungan sosial yang erat dan penuh kepedulian. Selain itu, penggunaan dialek Manado dan Gorontalo dalam berbagai percakapan memperlihatkan bahwa bahasa berfungsi sebagai simbol identitas sosial dan budaya masyarakat setempat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Chrysan dan Mujianto (2020) yang menemukan bahwa basilek berfungsi sebagai representasi kekuasaan dan keakraban dalam interaksi pasar, serta penelitian Sartika (2017) yang mengungkap bahwa pilihan bahasa dalam interaksi sosial sangat dipengaruhi oleh faktor usia dan status sosial antarpenutur.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya makna stilistik dalam tuturan basilek. Walaupun Leech mengaitkan makna stilistik dengan keadaan sosial penggunaan bahasa, dalam konteks penelitian ini makna stilistik tampak melalui pemanfaatan gaya bahasa yang kreatif dan persuasif dalam aktivitas berdagang. Tuturan seperti *"Helloo, hei sayang lambaikan tanganmu sayang, langkahkan kakimu, berikanlah senyumanmu"* menunjukkan penggunaan repetisi, irama, dan gaya bahasa puitis yang menyerupai lirik lagu. Selain itu, penggunaan campuran bahasa daerah dan bahasa asing pada ungkapan *"Mari Ibu lia-lia dulu depe sayor masih fresh samua"* menunjukkan kreativitas penjual dalam menarik perhatian pembeli. Gaya bahasa seperti ini tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi strategi komunikasi untuk meningkatkan daya tarik dagangan dan membangun suasana pasar yang lebih hidup. Penelitian Rahmawati, Alfiah, dan Fathina (2024) juga menemukan bahwa gaya bahasa persuasif dalam interaksi pasar berfungsi sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat pembeli.

Makna reflektif juga ditemukan dalam berbagai tuturan yang menunjukkan adanya hubungan antara ujaran dengan pengalaman, pengetahuan, dan asosiasi tertentu yang dimiliki penutur. Tuturan *"Iyaa Om, biasa kalo ba belanja pasti mo singgah di sini dulu"* mencerminkan pengalaman positif yang telah berulang kali dirasakan pembeli sehingga membentuk loyalitas terhadap penjual. Begitu pula dengan pertanyaan *"Kalau yang ini barapa depe harga?"* yang menunjukkan proses pertimbangan dan evaluasi sebelum pembeli mengambil keputusan. Sementara itu, tuturan *"Depe beras baru datang kemarin, kualitasnya juga masih bagus"* menunjukkan upaya penjual membangun kepercayaan yang kemudian memunculkan pertimbangan rasional dalam diri pembeli. Hal ini sejalan dengan pandangan Leech (1981) bahwa makna reflektif muncul karena adanya hubungan suatu ujaran dengan pengalaman atau asosiasi tertentu yang telah tersimpan dalam pikiran penutur maupun pendengar. Penelitian Waty (2018) juga menemukan bahwa makna reflektif dalam interaksi pasar muncul melalui pengalaman berulang yang membentuk pola komunikasi tertentu antara penjual dan pembeli.

Selain lima jenis makna yang dominan ditemukan, hasil penelitian juga menunjukkan adanya indikasi makna kolokatif dan makna tematik dalam beberapa tuturan basilek. Makna kolokatif tampak pada penggunaan kata-kata yang lazim muncul secara berdampingan dalam lingkungan pasar, seperti *"harga sayang"*, *"bonus langganan"*, *"ikan segar"*, atau *"beras baru"*, yang menunjukkan adanya kebiasaan penggunaan kata tertentu dalam komunitas pasar. Sementara itu, makna tematik terlihat pada cara penutur menekankan informasi tertentu untuk memengaruhi perhatian lawan tutur, misalnya pada tuturan *"Tujuh puluh ribu saja"* yang menempatkan fokus pada harga murah, atau *"Kalau mo acara adat lo Hulondhalo, ini ikan nyanda kalah rasa"* yang menekankan kesesuaian produk dengan kebutuhan budaya pembeli. Temuan ini memperkaya kajian tentang makna dalam tuturan basilek yang selama ini lebih banyak berfokus pada makna konotatif dan afektif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tuturan basilek yang digunakan masyarakat Pasar Bongoime mengandung berbagai jenis makna yang saling berkaitan dan membentuk kekhasan komunikasi di lingkungan pasar tradisional. Bahasa yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan sosial, mengungkapkan emosi, mempertahankan identitas budaya, memengaruhi keputusan pembeli, serta memperkuat solidaritas antarmasyarakat. Dengan demikian, tuturan basilek menjadi representasi nyata dari kehidupan sosial masyarakat yang memperlihatkan keterkaitan erat antara bahasa, budaya, dan aktivitas ekonomi dalam ruang pasar tradisional. Temuan ini sejalan dengan perspektif Andersson dan Trudgill (1990) yang menekankan bahwa bahasa yang dianggap rendah atau tidak bergengsi justru memiliki fungsi sosial yang penting dalam kehidupan masyarakat, seperti membangun solidaritas kelompok dan menunjukkan identitas sosial.

4 KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tuturan basilek dalam interaksi jual beli di Pasar Desa Bongoime, Kabupaten Bone Bolango, bentuk bahasa yang digunakan masyarakat terwujud secara beragam mulai dari tingkat kata, frasa, klausa, hingga kalimat. Satuan kata didominasi oleh kosakata lokal (seperti *bili*, *ambe*, *nyanda*) dan sapaan kekerabatan, sedangkan frasa serta klausa digunakan untuk memperhalus tuturan, membangun citra positif dagangan, dan menjaga efisiensi komunikasi pasar. Pada tingkat kalimat—yang merupakan satuan paling dominan—tuturan deklaratif, interogatif, imperatif, dan eksklamatif dimanfaatkan secara aktif untuk memberikan informasi persuasif, bernegosiasi, memengaruhi pembeli dengan santun, serta mengekspresikan emosi.

Dari segi semantik, tuturan basilek masyarakat Pasar Bongoime mencakup lima jenis makna yang saling berkaitan, yakni makna konotatif, afektif, sosial, stilistik, dan reflektif. Makna konotatif dan reflektif tercermin melalui ungkapan perlakuan istimewa serta bentuk loyalitas maupun pertimbangan rasional pelanggan. Sementara itu, makna afektif dan sosial tampak kuat lewat ungkapan emosional, rasa syukur, serta penggunaan sapaan kekerabatan yang mencerminkan keakraban, rasa hormat, dan kepedulian antarmasyarakat. Selain itu, makna stilistik hadir melalui gaya bahasa kreatif, repetitif, serta campur kode bahasa daerah dan asing untuk menarik perhatian pembeli.

Secara keseluruhan, temuan ini membuktikan bahwa basilek bukanlah sekadar ragam bahasa informal yang tidak bergengsi, melainkan sistem komunikasi yang kaya secara linguistik dan pragmatik. Dalam kehidupan masyarakat Pasar Bongoime, tuturan basilek berperan lebih dari sekadar alat transaksi ekonomi, yaitu sebagai sarana membangun kedekatan emosional, memperkuat solidaritas sosial, memengaruhi keputusan pembeli, serta mempertahankan identitas budaya lokal.

4.2 Saran/Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa saran dan rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan kajian lebih lanjut serta pelestarian nilai-nilai bahasa dan budaya lokal.

Pertama, bagi masyarakat dan pelaku pasar, disarankan untuk tetap melestarikan dan menggunakan tuturan basilek dalam interaksi sehari-hari di pasar karena ragam bahasa ini bukan sekadar alat komunikasi, melainkan juga penanda identitas budaya dan perekat solidaritas sosial yang telah terbangun secara turun-temurun. Penggunaan sapaan kekerabatan, ungkapan khas lokal, dan gaya komunikasi yang akrab hendaknya terus dipertahankan sebagai warisan budaya yang memperkaya keberagaman bahasa di Indonesia. Generasi muda yang terlibat dalam aktivitas pasar juga perlu dikenalkan dan dibiasakan menggunakan ragam bahasa lokal agar nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya tidak mengalami pergeseran atau kepunahan akibat pengaruh bahasa yang lebih dominan.

Kedua, bagi pemerintah daerah dan lembaga pendidikan, diharapkan dapat berperan aktif dalam pelestarian bahasa daerah melalui berbagai kebijakan dan program. Pemerintah daerah dapat memasukkan muatan lokal berupa pembelajaran bahasa dan budaya daerah ke dalam kurikulum sekolah, menyelenggarakan festival atau lomba berbahasa daerah, serta mendokumentasikan bentuk-bentuk tuturan lokal seperti basilek dalam bentuk kamus, buku cerita rakyat, atau rekaman audiovisual agar dapat diwariskan kepada generasi muda. Dinas Pendidikan dan Kebudayaan juga dapat bekerja sama dengan akademisi untuk melakukan penelitian dan publikasi mengenai kekayaan bahasa daerah sebagai upaya pelestarian dan penguatan identitas budaya lokal.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang dapat menjadi peluang untuk pengembangan kajian lebih lanjut. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan memperluas lokasi penelitian ke pasar-pasar tradisional lainnya di wilayah Gorontalo atau Indonesia Timur untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang variasi basilek antarwilayah. Penelitian komparatif antara pasar tradisional dan pasar modern juga dapat dilakukan untuk melihat pergeseran penggunaan bahasa dalam konteks ekonomi yang berbeda. Selain itu, penelitian dengan pendekatan kuantitatif atau mixed-methods dapat dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan sikap masyarakat terhadap penggunaan basilek, serta faktor-faktor sosial demografis yang memengaruhi pemilihan ragam bahasa. Penelitian longitudinal juga direkomendasikan untuk mengamati perubahan dan perkembangan penggunaan basilek dari waktu ke waktu seiring dengan dinamika sosial dan budaya masyarakat. Kajian tentang implikasi basilek dalam pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah juga perlu dikembangkan lebih lanjut, misalnya dengan merancang model pembelajaran berbasis kearifan lokal yang memanfaatkan data tuturan pasar sebagai bahan ajar kontekstual untuk meningkatkan kompetensi komunikatif siswa.

Keempat, bagi dunia pendidikan, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengayaan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada materi sosiolinguistik, variasi bahasa, dan kompetensi komunikatif. Guru dapat menggunakan data tuturan basilek dari Pasar Bongoime sebagai contoh nyata dalam menjelaskan konsep variasi bahasa, ragam bahasa berdasarkan situasi, serta hubungan antara bahasa dan

budaya. Penggunaan bahan ajar yang kontekstual dan dekat dengan kehidupan siswa diharapkan dapat meningkatkan minat belajar dan pemahaman siswa terhadap materi kebahasaan, sekaligus menumbuhkan apresiasi terhadap keberagaman bahasa dan budaya daerah. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan kurikulum muatan lokal yang berbasis pada kearifan budaya setempat.

Dengan menjaga dan melestarikan tuturan basilek, masyarakat turut melestarikan warisan budaya yang memperkaya keberagaman bahasa dan identitas bangsa. Bahasa adalah cermin budaya, dan selama bahasa itu hidup dan digunakan, budaya itu akan terus bertahan dan berkembang seiring perjalanan waktu.

REFERENSI

Andersson, L. G., & Trudgill, P. (1990). *Bad Language*. Oxford: Basil Blackwell.

Chaer, A. (2014). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaer, A., & Agustina, L. (2014). *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chrysan, M., & Mujianto, G. (2020). Basilek Sebagai Representasi Kekuasaan dan Keakraban dalam Tutur Penolakan pada Interaksi Jual-Beli Pasar Tradisional. *Jurnal Skripta*, 6(2), 1-15.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Emerson, R. M., Fretz, R. I., & Shaw, L. L. (2011). *Writing Ethnographic Fieldnotes* (2nd ed.). Chicago: University of Chicago Press.

Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research* (6th ed.). London: SAGE Publications.

Gibson, W., & Brown, A. (2009). *Working with Qualitative Data*. London: SAGE Publications.

Hadi, I. (2016). Lakukan Tutur Menolak dalam Transaksi Jual Beli: Analisis Bentuk dan Makna terhadap Panggaleh Babelok pada Pasar Tradisional di Kabupaten Solok. *Sawerigading*, 21(3), 439-452.

Keraf, G. (2009). *Tata Bahasa Rujukan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Kridalaksana, H. (2009). *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Leech, G. (1981). *Semantics: The Study of Meaning* (2nd ed.). Harmondsworth: Penguin Books.

Mahbub, M. T. (2024). Ragam Bahasa Lisan Penjual dan Pembeli di Pasar Rubaru, Kecamatan Rubaru, Kabupaten Sumenep: Kajian Sosiolinguistik. *Translation and Linguistics (Transling)*, 4(2), 78-84.

Meyerhoff, M. (2019). *Introducing Sociolinguistics* (3rd ed.). London: Routledge.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Rahmawati, E., Alfiah, A. N., & Fathina, A. N. (2024). Ragam Bahasa dan Nilai-Nilai Budaya dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Kartasura: Kajian Sosiolinguistik. *Proceedings of International Conference on Culture and Language (ICCL)*, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Sartika. (2017). Penggunaan Variasi Bahasa Sosiolek pada Masyarakat Sulawesi-Selatan. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.

Wardhaugh, R., & Fuller, J. M. (2015). *An Introduction to Sociolinguistics* (7th ed.). Malden: Wiley-Blackwell.

Waty, I. K. (2018). Pemakaian Bahasa Pedagang dalam Transaksi Penjualan di Pasar Kedinding Surya Surabaya: Kajian Sosiolinguistik. *Skripsi*. Universitas Airlangga Surabaya.

Yule, G. (2022). *The Study of Language* (8th ed.). Cambridge: Cambridge University Press.