

Analisis Variasi Bahasa Slang dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Sorowako : Studi Kasus Pasar Jumat

An Analysis of Slang Language Variations in Buying and Selling Interactions at Sorowako Traditional Market : A Case Study of the Friday Market

Eva Delilah¹; Rosary Iriany²

^{1,2}Universitas Pancasakti, Makassar 90121 Indonesia

¹evadelilah1101@gmail.com; ²rosaryiriany2401@gmail.com

* Corresponding author

Abstrak

Penelitian ini menganalisis fenomena sosiolinguistik penggunaan variasi bahasa slang dalam interaksi jual beli di Pasar Jumat Sorowako, sebuah kawasan lingkaran tambang yang heterogen. Penelitian deskriptif kualitatif ini mengkaji bentuk leksikal, gramatikal, serta fungsi pragmatis slang yang lahir dari kontestasi kebahasaan masyarakat multi-etnis. Kekuatan metodologis penelitian ini terletak pada pemanfaatan teknik *purposive sampling* yang berhasil menghimpun data komprehensif dari dua belas orang informan kunci. Dua belas narasumber ini secara proporsional merepresentasikan pilar utama pasar, yang memadukan diversifikasi komoditas pedagang (pakaian bekas, ikan endemik, tahu-tempe, mainan) dengan stratifikasi subkultur pembeli (ibu rumah tangga, karyawan tambang, mahasiswa magang), sehingga menjamin keterwakilan seluruh elemen sosial-ekonomi di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk slang didominasi oleh reduksi struktural kata (*trunkasi* dan akronim) demi efisiensi tutur (*principle of least effort*). Selain itu, terjadi konvergensi kultural melalui interferensi partikel penegas (*-mi, -ji, le'*) dan penyerapan leksikon daerah (*putta, bondo, sampu*) yang berfungsi pragmatis sebagai pelumas sosial untuk membangun kekerabatan semu (*pseudo-kinship*). Temuan paling distingtif menunjukkan adanya asimilasi jargon industri nikel (*shift, grade A, kontraktor*) ke dalam ranah domestik-komersial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Pasar Jumat Sorowako telah menjelma menjadi ruang peleburan sosiolinguistik industri (*industrial-linguistic melting pot*) yang adaptif dalam meruntuhkan fragmentasi sosial dan memperkuat kohesi emosional masyarakat.

Kata Kunci : Bahasa Slang, Purposive Sampling, Sosiolinguistik Industri, Pasar Jumat Sorowako.

Abstract

This study analyzes the sociolinguistic phenomenon of slang variations utilized in buying and selling interactions at the Sorowako Friday Market, a heterogeneous mining ring area. This descriptive qualitative research examines the lexical, grammatical, and pragmatic functions of slang arising from the linguistic contestation within a multiethnic society. The methodological strength of this study lies in the application of a purposive sampling technique that successfully gathered comprehensive data from twelve key informants. These twelve informants proportionally represent the primary pillars of the market, integrating traders' commodity diversification (thrift clothing, endemic fish, tofu-tempeh, toys) with buyers' subcultural stratification (housewives, mining employees, interns), thereby ensuring the representation of all socio-economic elements in the field. The results indicate that the slang forms are dominated by structural word reduction (truncation and acronyms) for the sake of the principle of least effort. Furthermore, cultural convergence occurs through the interference of emphatic particles (*-mi, -ji, le'*) and the absorption of local lexicons (*putta, bondo, sampu*), which pragmatically function as a social lubricant to establish pseudo-kinship. The most distinctive finding reveals the assimilation of nickel industry jargon (*shift, grade A, contractor*) into the domestic-commercial sphere. This study concludes that the Sorowako Friday Market has transformed into an adaptive industrial-linguistic melting pot that dismantles social fragmentation and strengthens emotional cohesion within the community.

Keywords: Slang, Purposive Sampling, Industrial Sociolinguistics, Sorowako Friday Market

Pendahuluan

Bahasa merupakan instrumen utama dalam interaksi sosial manusia yang bersifat dinamis dan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman dan corak masyarakat pemakainya. Sosiolinguistik muncul sebagai cabang ilmu linguistik yang mempelajari hubungan antara bahasa dan masyarakat. Ilmu ini berfokus pada faktor sosial, budaya, dan lingkungan memengaruhi penggunaan, variasi, dan perubahan bahasa, serta bagaimana bahasa itu sendiri membentuk dinamika interaksi di dalam masyarakat. Sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang mengkaji hubungan antara bahasa dan masyarakat, dengan fokus pada bagaimana struktur sosial memengaruhi perilaku kebahasaan [1].

Perspektif sosiolinguistik memandang bahasa tidak pernah bersifat homogen. Heterogenitas latar belakang penutur seperti etnis, tingkat ekonomi, pekerjaan, dan usia secara langsung melahirkan variasi bahasa. Variasi bahasa dapat ditinjau dari segi penutur maupun penggunaannya [2]. Ketika berbagai kelompok sosial berinteraksi dalam satu ruang komunal, terjadi gesekan dan saling silang kebahasaan yang membentuk register atau variasi khusus. Dalam konteks masyarakat urban atau subkultur tertentu, variasi ini sering kali mengkristal menjadi bahasa slang, yang berfungsi sebagai identitas kelompok sekaligus alat komunikasi praktis. Variasi bahasa yang muncul dalam interaksi sosial tidak terbentuk secara acak, melainkan mencerminkan struktur sosial dan latar belakang kebudayaan masyarakat penuturnya [3].

Slang dalam perspektif sosiolinguistik merupakan variasi sosial yang bersifat informal, temporal, dan sering kali digunakan oleh kelompok tertentu untuk tujuan internal [4]. Di lingkungan pasar yang padat dan bising, penggunaan slang mengalami pergeseran fungsi dari sekadar bahasa pergaulan menjadi instrumen pragmatis. Dalam kajian sosiolinguistik, masyarakat yang heterogen cenderung tidak lagi menggunakan satu bahasa yang seragam, melainkan memunculkan berbagai variasi bahasa. Salah satu variasi bahasa yang lahir dari rahim interaksi sosial informal adalah bahasa slang. Bahasa slang merupakan variasi sosial yang bersifat khusus, rahasia, dan umumnya digunakan oleh kelompok sosial tertentu untuk berkomunikasi secara efisien, akrab, sekaligus membedakan kelompok mereka dari masyarakat awam. Slang adalah variasi sosial yang bersifat khusus, rahasia, dan cenderung temporal, yang digunakan oleh kelompok sosial tertentu untuk berkomunikasi internal agar pihak luar tidak memahami pembicaraan mereka [5].

Namun, dalam perkembangannya, slang mengalami domestikasi dan perluasan fungsi menjadi bahasa pergaulan sehari-hari yang melambangkan keakraban, kebebasan, dan santai. Secara linguistik, slang dicirikan oleh beberapa proses perubahan bentuk leksikal dan gramatikal [6], antara lain:

- Trunkasi (Pemendekan Kata) dan Akronim: Pematangan suku kata atau penggabungan huruf/suku kata untuk menciptakan efisiensi tutur tanpa menghilangkan makna asli.
- Metatesis: Pembalikan posisi fonem atau suku kata yang kerap digunakan sebagai kode estetik atau rahasia antarpenerut muda.
- Interferensi dan Penyerapan: Penyusupan unsur-unsur bahasa ibu (daerah) ke dalam bahasa penerima (slang pasar) akibat situasi kedwibahasaan (bilingualisme) penuturnya.

Fenomena penggunaan bahasa slang tidak hanya terjadi pada komunitas subkultur remaja di area perkotaan, melainkan telah merambah ke dalam pusat-pusat kegiatan ekonomi tradisional seperti pasar. Pasar tradisional bukan sekadar tempat terjadinya transaksi komersial antara barang dan uang, melainkan sebuah ruang kultural tempat bertemunya berbagai individu dengan latar belakang etnis, budaya, dan sosial yang berbeda. Proses transaksi yang padat, cepat, dan penuh negosiasi, bahasa informal seperti slang sering kali diadopsi sebagai strategi komunikasi utama untuk mencairkan ketegangan psikologis antara penjual dan pembeli [7]. Pasar tradisional, khususnya pasar kaget atau pasar mingguan, bukan sekadar ruang transaksi ekonomi (komoditas barang dan uang), melainkan sebuah arena kultural tempat terjadinya kontak bahasa yang intensif. Di dalam pasar, batasan-batasan formal kebahasaan mencair. Aktivitas tawar-menawar menuntut penutur (pedagang dan pembeli) untuk menggunakan strategi komunikasi yang tidak hanya efisien, tetapi juga persuasif dan mampu membangun kedekatan emosional (kekerabatan semu). Mobilitas pedagang yang tinggi dari berbagai daerah berpadu dengan karakter pembeli setempat, menjadikan pasar sebagai linguistic melting pot—sebuah ruang peleburan yang mereproduksi bentuk-bentuk bahasa baru, adaptif, dan heterogen.

Kehadiran berbagai perusahaan tambang seperti PT. Vale Indonesia, Tbk menambah warna kebahasaan di Sorowako, khususnya pasar yang menjadi salah satu pusat interaksi berbagai suku. Seperti pada umumnya, masyarakat yang tumbuh di kawasan industri pertambangan memiliki karakteristik subkultur yang spesifik. Kehadiran korporasi skala besar menarik kedatangan para pekerja urban, akademisi/mahasiswa praktikan, dan pedagang lintas daerah, yang kemudian berinteraksi dengan komunitas adat atau warga lokal. Kondisi ini memicu lahirnya jargon-jargon industri atau istilah teknis pertambangan (corporate jargon) yang mendominasi kehidupan sehari-hari. Menurut jalinan sosiolinguistik industri, istilah-istilah teknis ini kerap mengalami pergeseran makna melalui proses asimilasi ketika dibawa oleh para pekerja ke ranah domestik (seperti pasar), dan diadopsi oleh masyarakat non-tambang sebagai bagian dari bahasa slang atau metafora sosial mereka [8].

Penelitian terdahulu acap kali melihat slang sebagai identitas remaja di area urban. Namun, penelitian di Pasar Jumat Sorowako ini berfokus pada bagaimana slang terwujud akibat kontaminasi istilah industri tambang dengan bahasa daerah—seperti bahasa Bugis, Enrekang Duri, Tae', dan Toraja—serta bagaimana variasi tersebut mempermudah adaptasi sosial-ekonomi di wilayah heterogen. Karakteristik kebahasaan yang unik ini secara jelas dapat ditemukan di Pasar Jumat Sorowako, Kabupaten Luwu Timur. Sebagai kawasan yang tumbuh di sekitar industri pertambangan nikel, Sorowako memiliki demografi masyarakat yang sangat heterogen (multietnis). Keunikan ini berlipat ganda pada Pasar Jumat, yang merupakan pasar kaget atau pasar mingguan. Pasar ini tidak hanya menampung pedagang lokal, tetapi juga menjadi magnet bagi pedagang musiman atau pendatang dari luar daerah seperti Palopo, Toraja, hingga Makassar, yang berinteraksi langsung dengan warga lokal serta karyawan lingkaran tambang. Setiap pekannya, pasar ini ramai dan padat pedagang serta pengunjung dari berbagai kalangan.

Proses interaksi jual beli yang berlangsung di Pasar Jumat Sorowako, penggunaan bahasa Indonesia formal dinilai kaku dan kurang efektif untuk membangun kedekatan emosional. Oleh karena itu, muncul variasi bahasa slang khas yang memadukan bahasa pergaulan modern, istilah-istilah dunia industri tambang, dengan interferensi dialek lokal (seperti partikel penegas bahasa Bugis, Bahasa Enrekang Duri, Tae', atau Toraja). Bahasa slang di pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai alat keakraban (fatik), melainkan berkembang menjadi strategi bernegosiasi harga, penyamaran informasi sesama pedagang (kode rahasia), hingga pelabelan terhadap komoditas tertentu, seperti pakaian bekas (cakar).

Meskipun fenomena variasi bahasa di pasar tradisional telah banyak diteliti, penelitian yang berfokus pada pasar mingguan di wilayah lingkaran tambang yang sangat multietnis seperti Sorowako masih sangat terbatas. Dinamika sosial Pasar Jumat yang intensif dan berlangsung dalam waktu terbatas (hanya satu hari dalam seminggu) memicu pembentukan slang yang lebih adaptif, cair, dan tanggap situasi dibandingkan pasar harian. Berdasarkan latar belakang fenomena sosial dan kebahasaan tersebut, penelitian berjudul "Analisis Variasi Bahasa Slang dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Sorowako (Studi Kasus Pasar Jumat)" cukup penting untuk dilakukan.

Metode

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial, budaya, atau perilaku manusia secara mendalam dengan cara mengumpulkan data deskriptif dan non-numerik. Penelitian menekankan pada makna, pengalaman, serta perspektif individu atau kelompok dalam konteks tertentu, bukan pada angka atau pengukuran statistik [9].

Penelitian kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan fenomena kebahasaan secara alami (naturalistic setting) tanpa menggunakan prosedur statistik. Dalam konteks ini, peneliti ingin menangkap makna mendalam di balik penggunaan variasi bahasa slang yang dituturkan oleh pedagang dan pembeli di Pasar Jumat Sorowako secara apa adanya tanpa ada rekayasa situasi [10].

B. Data dan Sumber Data.

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi atau data yang dibutuhkan untuk sebuah tujuan tertentu, seperti analisis ataupun penelitian. Sumber data dapat berupa orang, tempat, benda, dokumen, atau fenomena/peristiwa yang menjadi subjek pengumpulan data. Sumber data yang dipilih berdasarkan informasi yang diperlukan berdasarkan arahan berbagai hal yang terdapat dalam rumusan masalah [4]. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah 12 (dua belas) orang informan yang terdiri dari :

1. Kelompok Pedagang (Penjual yang merupakan penduduk asli Sorowako ataupun pendatang dari berbagai etnis/suku)
2. Kelompok Pembeli (Masyarakat Heterogen Sorowako dan pengunjung dari luar Sorowako yang terdiri dari berbagai latar belakang)

Pemilihan jumlah dan komposisi kedua belas narasumber tersebut didasarkan pada alasan teoretis dan metodologis yang kuat, khususnya melalui integrasi asal daerah dan latar belakang pekerjaan sebagai berikut:

1. Representasi Heterogenitas Asal Daerah (Aspek Multietnis): Pasar Jumat merupakan *linguistic melting pot* yang mempertemukan penutur dari berbagai wilayah di Sulawesi Selatan dan sekitarnya. Oleh karena itu, 12 narasumber yang dipilih sengaja disebar untuk mewakili empat asal daerah dan bahasa ibu dominan yang mendominasi interaksi di pasar ini:
 - o Etnis Bugis dan Makassar (mewakili pedagang musiman/pendatang).
 - o Etnis Enrekang Duri (mewakili komunitas pedagang lokal dan hortikultura).
 - o Etnis Tae' (mewakili masyarakat asli Luwu).
 - o Etnis Toraja (mewakili mobilitas pekerja dan pedagang komoditas khusus).
2. Variasi asal daerah ini sangat krusial untuk mengamati secara langsung bagaimana kontaminasi dialek dan partikel penegas dari masing-masing bahasa daerah tersebut bergeser, bercampur, dan membentuk kosakata slang baru saat bertransaksi.
3. Keterwakilan Latar Belakang Pekerjaan (Aspek Sociolinguistik Industri): Karakteristik kebahasaan di Sorowako tidak dapat dilepaskan dari pengaruh industri nikel PT Vale Indonesia, Tbk. Oleh sebab itu, latar belakang pekerjaan narasumber dipilih secara selektif untuk melihat bagaimana istilah teknik pertambangan (*corporate jargon*) terserap ke ranah domestik:
 - o 6 Narasumber Pedagang: Dipilih pedagang yang memiliki latar belakang pekerjaan sebagai pedagang musiman (hanya datang saat hari pasar) dan pedagang menetap yang sudah berjualan minimal dua tahun. Mereka telah beradaptasi dengan istilah-istilah lokal dan jargon tambang demi kelancaran ekonomi dan strategi negosiasi harga (termasuk kode rahasia sesama pedagang).
 - o 6 Narasumber Pembeli: Dipilih dengan komposisi latar belakang pekerjaan yang variatif, meliputi karyawan internal/kontraktor tambang (penutur asli jargon industri), warga lokal non-tambang

(yang mengadopsi istilah tambang sebagai metafora sosial), serta mahasiswa praktikan/magang (representasi kaum muda urban yang membawa pengaruh bahasa slang modern).

4. Prinsip Saturasi Data (Kecukupan Data Kualitatif): Dalam penelitian sosiolinguistik kualitatif, kedalaman informasi jauh lebih utama daripada kuantitas acak [10]. Penargetan 12 narasumber dengan silang latar belakang (asal daerah x pekerjaan) ini dinilai sudah memenuhi asas saturasi data (*data saturation*). Artinya, variasi pola perubahan leksikal slang (seperti trunkasi, metatesis, maupun fungsi fatik-persuasif) diproyeksikan telah mencapai titik jenuh dan konsisten, sehingga penambahan sampel tidak lagi memunculkan pola linguistik baru yang signifikan.

Melalui kombinasi parameter asal daerah yang multi-etnis dan latar belakang pekerjaan yang terpapar subkultur industri ini, data kebahasaan yang diperoleh dari 12 narasumber tersebut dijamin valid, kaya akan konteks, dan mampu membedakan secara tuntas bagaimana bahasa slang beroperasi sebagai alat adaptasi sosial-ekonomi di Pasar Jumat Sorowako. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara langsung oleh peneliti sebagai instrumen utama di lapangan untuk menangkap fenomena kebahasaan yang alami dan spontan di Pasar Jumat Sorowako. Metode simak digunakan sebagai metode utama, yang diwujudkan melalui teknik simak libat cakap ketika peneliti memosisikan diri sebagai pembeli dan berinteraksi langsung dalam tawar-menawar guna memancing munculnya kosakata slang. Selain itu, peneliti juga menerapkan teknik simak bebas libat cakap dengan bertindak sebagai pengamat pasif yang mendengarkan percakapan alami antara pedagang dan pembeli lain tanpa ikut terlibat dalam komunikasi tersebut. Untuk mendukung keakuratan data lisan, peneliti menggunakan teknik rekam secara samar menggunakan ponsel agar tuturan informan tetap natural dan tidak kaku, yang kemudian langsung diikuti dengan teknik catat pada buku catatan lapangan untuk mendokumentasikan kosakata unik beserta konteks situasionalnya. Setelah transaksi selesai, pengumpulan data diperkuat dengan metode cakap melalui teknik cakap semuka berupa wawancara mendalam yang santai dengan informan terpilih. Pada sesi wawancara ini, peneliti menggunakan teknik pancingan untuk mengonfirmasi makna denotatif, arti konotatif, fungsi pragmatis, serta alasan sosial di balik penggunaan variasi bahasa slang tersebut, sehingga data yang diperoleh komprehensif dan valid secara konteks sosiolinguistik.

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi jual beli di Pasar Jumat Sorowako memproduksi berbagai variasi bahasa slang yang unik, adaptif, dan kontekstual. Pasar mingguan ini berperan signifikan sebagai ruang kontestasi sekaligus peleburan kebahasaan (*linguistic melting pot*) yang melahirkan karakteristik tutur yang khas. Keunikan kebahasaan ini dipicu oleh intensitas pertemuan para penutur yang berlatar belakang multi-etnis (seperti etnis Bugis, Enrekang Duri, Tae', dan Toraja) serta polarisasi latar belakang pekerjaan yang kontras antara masyarakat domestik-agraris dengan komunitas pekerja industri pertambangan nikel.

Saling silang kebahasaan antar-kelompok sosial tersebut mengkristal dalam bentuk berbagai istilah bahasa slang baru yang kemudian diadopsi menjadi ciri khas atau kode komunikasi utama dalam aktivitas bertransaksi. Secara pragmatis, penggunaan variasi bahasa slang di Pasar Jumat Sorowako tidak sekadar berfungsi sebagai alat efisiensi tutur atau strategi penyamaran informasi sesama pedagang. Lebih dari itu, ragam slang ini telah bertransformasi menjadi simbol kekerabatan semu (*pseudo-kinship*) dan instrumen pembangun keakraban (*fungsi fatik*) yang efektif untuk mencairkan jarak psikologis serta menegosiasikan kepentingan ekonomi antara pedagang dan pembeli di tengah heterogenitas masyarakat lingkaran tambang.

B. Pembahasan

Penelitian ini berhasil menghimpun data kebahasaan yang kaya dari 12 orang informan melalui teknik *purposive sampling* di Pasar Jumat Sorowako. Penentuan jumlah dan variasi informan ini didasarkan pada prinsip keterwakilan seluruh elemen sosial dan ekonomi yang menggerakkan roda transaksi di pasar mingguan tersebut. Dua belas informan ini secara garis besar terbagi menjadi dua pilar utama komunikasi pasar, yaitu kelompok pedagang sebagai produsen atau stimulan utama bahasa slang, dan kelompok pembeli sebagai konsumen yang merespons sekaligus mereproduksi variasi bahasa tersebut dalam ruang negosiasi. Adapun pembahasannya terurai sebagai berikut :

1. Karakteristik Informan Penelitian

Penentuan *purposive sampling* dalam penelitian ini tidak hanya didasarkan pada identitas demografis semata, melainkan secara longitudinal mempertimbangkan variasi diversifikasi komoditas jualan pada kelompok pedagang serta stratifikasi sosio-ekonomi pada kelompok pembeli. Integrasi kedua parameter ini krusial untuk memotret bagaimana jenis barang dan status sosial memengaruhi performa serta dinamika kebahasaan yang diproduksi di lapangan (Saddhono, 2019).

a. Argumentasi Pemilihan Kelompok Pedagang Berdasarkan Diversifikasi Komoditas

Pada kelompok pedagang, pemilihan jenis komoditas jualan sengaja dibedakan ke dalam empat klaster spesifik dengan alasan metodologis berikut:

- **Pedagang Pakaian Bekas (Baju Cakar / Cap Karung):** Klaster ini dipilih sebagai representasi pedagang musiman (itinerant traders) dengan mobilitas tinggi yang datang dari pusat-pusat urban eksternal seperti Palopo, Sengkang, Parepare, dan Makassar. Karakteristik lapak cakar yang selalu dipadati konsumen secara bising dan berdesakan menjadi alasan kuat pemilihan komoditas ini. Kondisi ekologis lapak yang kompetitif tersebut memaksa penutur memproduksi variasi slang yang nyaring, persuasif, humoris, sekaligus memiliki tingkat efisiensi tutur (economy of utterance) yang tinggi guna mempercepat siklus transaksi.
- **Penjual Ikan Pangkila:** Komoditas ini sengaja dipilih untuk menangkap variabel lokalitas dan resistensi kultural dalam sosiolinguistik. Sebagai fauna endemik Danau Towuti dan Danau Matano, penjual ikan pangkila mayoritas merupakan warga asli atau penduduk yang telah menetap lama di Sorowako. Alasan pemilihan informan ini adalah untuk mengamati bagaimana slang pasar dikontaminasi oleh dialek asli (seperti bahasa Tae' atau Bugis) sebagai strategi penguatan ikatan emosional-kultural (cultural bonding) sekaligus penanda keaslian (authenticity) komoditas yang dijual.
- **Pedagang Tahu-Tempe dan Mainan Anak-Anak:** Kedua kelompok ini dipilih untuk mewakili corak pedagang komoditas umum harian yang berlatar belakang etnis Jawa (Jawa Timur). Kehadiran informan ini penting sebagai konter-wacana terhadap dominasi bahasa lokal Sulawesi. Lapak mainan anak-anak dan tahu-tempe menyediakan ruang interaksi yang unik karena menuntut pedagang memiliki kemampuan akomodasi bahasa (speech accommodation) yang tinggi saat menyesuaikan kode slang mereka ketika berhadapan dengan lintas generasi, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua.

b. Argumentasi Pemilihan Kelompok Pembeli Berdasarkan Stratifikasi Subkultur Lingkar Tambang

Sementara itu, penentuan informan pada kelompok pembeli diklasifikasikan secara cermat agar mampu merepresentasikan dinamika masyarakat subkultur industri pertambangan nikel di Sorowako [8]:

- **Ibu Rumah Tangga (IRT):** Kelompok ini dipilih sebagai representasi penutur domestik yang memiliki otoritas tertinggi dalam aktivitas domestikasi ekonomi di pasar. Alasan pemilihan IRT lintas etnis ini adalah untuk membedah aspek pragmatik-ekonomis, yaitu bagaimana bahasa slang pasar diadopsi secara lihai sebagai instrumen diplomasi verbal untuk menembus batas formalitas demi mendapatkan "harga kerabat" (nominal paling ekonomis).
- **Karyawan Industri Pertambangan:** Informan yang mencakup karyawan organik PT Vale Indonesia, Tbk maupun perusahaan kontraktornya ini dipilih karena memegang posisi kunci dalam tesis sosiolinguistik industri. Alasan pelibatan mereka adalah untuk mengidentifikasi proses asimilasi kebahasaan, di mana istilah teknis dunia kerja (*technical jargon*), akronim divisi tambang, atau *corporate jargon* secara tidak sadar dibawa dari area proyek ke ranah domestik (pasar) dan bertransformasi menjadi metafora slang baru dalam interaksi sehari-hari.
- **Pelajar dan Mahasiswa Kuliah Praktik (Magang/KKN):** Kelompok penutur muda temporer ini sengaja dipilih sebagai agen penetrasi bahasa gaul kontemporer. Berasal dari kota-kota besar pusat pendidikan (seperti Makassar, Palopo, atau Manado), kehadiran mereka di Pasar Jumat berfungsi sebagai saluran transfer tren slang urban terkini (*slang lexicon*).

Melalui silang interaksi yang intensif antara ragam slang urban mahasiswa, istilah industri dari karyawan tambang, dialek lokal dari penjual ikan pangkila, serta kode dagang persuasif dari penjual *cakar*, Pasar Jumat Sorowako secara metodologis memenuhi syarat sebagai *linguistic melting pot* yang ideal untuk diteliti karena tingkat heterogenitas dan kedinamisannya yang sangat tinggi.

2. Bentuk Leksikal dan Gramatikal Slang di Pasar Jumat Sorowako

Berdasarkan data yang dihimpun di lapangan, bentuk slang yang paling dominan muncul dalam interaksi jual beli di Pasar Jumat Sorowako adalah proses reduksi struktural kata, yang meliputi trunkasi (pemendekan suku kata) dan pembuatan akronim. Karakteristik Pasar Jumat sebagai pasar kaget yang memiliki densitas (kepadatan) penutur yang tinggi serta keterbatasan waktu operasional, secara ekologis memaksa para informan untuk mengutamakan prinsip efisiensi tutur (*principle of least effort*). Pemotongan unsur leksikal ini berfungsi memangkas durasi artikulasi tanpa merusak muatan semantik (makna) pesan, sehingga konversasi ekonomi dapat berlangsung secara cepat dan taktis, terutama di lapak-lapak yang padat seperti area *baju cakar* dan tahu-tempe.

a. Proses pemendekan kata (trunkasi) dan akronim

Bentuk slang yang paling dominan muncul dalam interaksi di Pasar Jumat adalah pemendekan kata atau penyingkatan. Karakteristik pasar kaget yang padat dan menuntut efisiensi waktu membuat informan cenderung memotong suku kata agar komunikasi berlangsung cepat. Fenomena ini banyak ditemukan pada lapak pedagang baju *cakar* dan pedagang tahu saat melayani pembeli yang berdesakan.

Akronim 1: Penggunaan kata "**Cakar**" yang merupakan akronim dari *Cap Karung* (istilah lokal untuk pakaian bekas impor atau pakaian thrift). Kata "*cakar*" merupakan bentuk akronim sosiolinguistik yang telah mengalami leksikalisasi total di Sulawesi Selatan untuk merujuk pada pakaian bekas impor (*thrift*). Di Pasar Jumat, penggunaan akronim ini tidak hanya berfungsi sebagai efisiensi sebutan, tetapi juga bertindak sebagai *register* dagang yang secara instan memicu pemahaman ruang komoditas antara pedagang musiman dan pembeli mengenai sifat barang yang murah dan memerlukan kejelian memilih.

Akronim 2: Pemendekan kata nominal uang seperti kata "**Kilo**" yang merupakan istilah kependekan dari kilogram. (istilah ini paling sering dituturkan oleh penjual ikan pangkilang, beras, buah, sayur, dan berbagai jualan lainnya yang dijual dalam ukuran kilogram. Trunkasi pada satuan berat ini merupakan pemotongan suku kata akhir (*apokope*) dari kata baku "kilogram". Istilah ini dituturkan secara masif oleh penjual ikan pangkilang, sayur, buah, dan beras. Kehadiran ragam slang ini mereduksi formalitas matematis menjadi kode praktis yang mempercepat kalkulasi harga saat situasi lapak sedang berdesakan.

Akronim 3 : Pemendekan kata "**Cika**" yang dalam kata aslinya adalah Cikali yang berarti sepupu, panggilan ini merupakan panggilan keakraban yang digunakan penjual atau pembeli untuk saling menyapa satu sama lain. Kata ini sering terdengar pada penutur Bahasa Makassar yang ada di Pasar Jumat Sorowako. Jadi kata "Cika" ini merupakan simbol keakraban yang digunakan oleh suku Makassar yang merantau di tempat ini. Leksikon "*cika*" merupakan hasil trunkasi dari kata "*cikali*" yang dalam bahasa Makassar berarti sepupu. Penuturan istilah ini oleh para perantau asal etnis Makassar di Pasar Jumat Sorowako mengindikasikan fungsi bahasa sebagai *marker* solidaritas kelompok seagama/sedaerah (*in-group solidarity*). Dalam interaksi pasar, kata ini mengalami perluasan fungsi pragmatis menjadi penanda kekerabatan semu (*pseudo-kinship*) untuk mengeliminasi jarak sosial antara penjual dan pembeli, sehingga menciptakan atmosfer transaksi yang intim.

Akronim 4 : Pemendekan kata "**Mariki**" yang merupakan istilah kependekan dari kata "Mari Kita". Kata ini biasanya digunakan oleh penjual untuk memanggil pembeli untuk mampir dengan cara yang sopan. Seperti yang diketahui secara umum bahwa di Sulawesi Selatan kata kita merujuk pada kata untuk orang kedua, kata "Kita" dianggap lebih sopan daripada "Kamu". Jadi penggunaan akronim "Mariki" digunakan oleh para penjual untuk memanggil atau mengajak pembeli untuk mampir membeli dagangannya. Kata ini merupakan pemendekan adaptif dari frasa "*mari kita*". Di dalam struktur sosial masyarakat Sulawesi Selatan, pronomina "*kita*" mengalami pergeseran pragmatis honorifik, di mana kata "*kita*" digunakan sebagai bentuk penghormatan tingkat tinggi untuk menyapa orang kedua (menggantikan kata "*kamu*" atau "*kau*" yang dinilai kasar). Dengan demikian, akronim "*mariki*" yang diteriakkan oleh pedagang berfungsi ganda: sebagai strategi persuasif yang efisien untuk menarik minat beli, sekaligus bentuk kepatuhan terhadap norma kesantunan kultural setempat (*cultural politeness*).

Akronim 5 : Pemendekan kata "**Sotta**" yang merupakan istilah kependekan dari kata "Sok Tahu". Kata ini biasanya diucapkan untuk bercandaan sesama pedagang pasar ataupun pada pembeli yang sudah akrab selama beberapa waktu. Akronim dari frasa "*sok tahu*" ini merepresentasikan variasi slang yang berfungsi sebagai instrumen pencair ketegangan psikologis (*humorous relief*). Leksikon "*sotta*" umumnya dituturkan dalam konteks kelakar (*banter*) antar-sesama pedagang atau kepada pembeli yang telah mencapai derajat keakraban tertentu. Penggunaan kata yang bersifat informal dan temporal ini menandakan bahwa batas-batas formalitas pasar telah mencair dan digantikan oleh relasi sosial

yang solid.

Akronim 6 : Pemendekan kata “Terbul Mini” yang merupakan istilah kependekan dari kata “Terang Bulan Mini”. Sebagian besar masyarakat Sulawesi Selatan menyebut panganan Martabak Manis dengan sebutan Kue Terang Bulan, maka di Pasar ini ada satu penjual “Terang Bulan Mini” yang sudah lumayan lama berjualan, bahkan di gerobaknya pun tertulis “Terbul Mini”, maka tanpa harus mendekat dan melihat isi gerobak, para pembeli sudah tahu yang dijualnya adalah Kue Terang Bulan atau Martabak Manis yang berukuran mini atau kecil. Pemendekan frasa “*Terang Bulan*” menjadi “*Terbul*” merupakan bentuk konstruksi slang komersial. Fenomena ini menarik karena tidak hanya beroperasi pada tataran lisan (*spoken language*), melainkan telah mengalami visualisasi grafis pada media gerobak jualan. Secara sosiolinguistik, pemendekan ini berfungsi sebagai stimulus kognitif instan; pembeli dapat langsung mengidentifikasi jenis takjil/panganan (martabak manis berukuran kecil) secara cepat dari jarak jauh tanpa membutuhkan konfirmasi verbal lebih lanjut.

Akronim 7 : Pemendekan kata “**Sa**” yang merupakan singkatan dari kata saya. Dari sekian banyak kata yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, kata inilah yang paling sering digunakan. Misalnya percakapan seorang pembeli “Sa mau itu satu le.” sambil menunjuk ke arah sebuah handphone mainan, lalu penjual langsung paham dan mengambil handphone mainan tersebut kemudian memberikannya kepada si pembeli. Trunkasi ekstrem berupa pelepasan fonem akhir pada kata ganti orang pertama ini menjadi satuan lingual yang paling tinggi frekuensi kemunculannya dalam data rekaman. Penggunaan kata “*sa*” (misalnya dalam tuturan: “*Sa mau itu satu le*” saat membeli mainan) menunjukkan reduksi energi artikulasi yang masif. Konteks pragmatik yang didukung oleh penanda deiktis (gerakan menunjuk barang) membuat mitra tutur (pedagang) langsung memahami intensi pembeli secara instan.

b. Metatesis (Pembalikan Kata)

Konstruksi slang berupa pembalikan posisi fonem atau suku kata (metatesis) banyak dipicu oleh interaksi informan mahasiswa kuliah praktik dan remaja setempat. Bentuk slang ini digunakan untuk menciptakan atmosfer yang santai, akrab, sekaligus berfungsi sebagai kode rahasia yang tidak langsung dimengerti oleh generasi yang lebih tua saat menawar barang.

Bentuk metatesis yang banyak dijumpai dalam interaksi jual beli di pasar ini masih dipengaruhi oleh bahasa daerah dari asal para pedagang maupun pembeli, dalam hal ini ada beberapa kata yang mendominasi interaksi setiap hari pasar. Salah satunya kata “**Lepo**” (pembalikan kata “**Pole**” dari Bahasa Palopo, daerah asal sebagian pedagang musiman) yang berarti pulang. Selain itu, ada kata lain yang maknanya kurang lebih sama yaitu “**Sule**” yang berarti pulang. “**Sule**” ini berasal dari Bahasa Toraja dan Enrekang Duri. Tetapi kadang-kadang kata “**Sule**” ini juga diucapkan terbalik yaitu “**Lesu**”, kata “**Lesu**” ini berasal dari Bahasa Bugis maknanya pun sama yaitu pulang. Ketiga kata dengan makna yang sama ini sering digunakan untuk berinteraksi ketika pasar akan tutup. Biasanya pedagang akan berteriak “Murah, masempo, penjual sudah mau Lepo/Sule/Lesu.” yang artinya pedagang menjual dagangannya dengan murah sebab akan pulang. Sebagian besar pedagang dan pembeli paham kalimat ini.

Selain itu ada juga kata yang paling mendominasi, bukan hanya di Sorowako saja tetapi hampir seluruh Sulawesi Selatan sering menggunakan kata ini untuk berinteraksi yaitu kata “**Ndak**” yang berasal dari kata “Tidak” selalu digunakan untuk berinteraksi di pasar, baik penjual maupun pembeli. Contoh penggunaan ketika pembeli menawar harga barang dagangan yang berharga empat puluh ribu rupiah “bisa tiga puluh lima ribu saja harganya?”. Lalu dijawab oleh pedagang “Ndak bu, harga pas ini.”

Selanjutnya ada kata “**Pigi**” yang berasal dari kata Pergi. Sering digunakan untuk berinteraksi sehari-hari, semisal dalam percakapan pembeli dengan sesama pembeli. Pembeli satu berujar, “Sa pigi dulu cari penjual udang le”, lalu pembeli yang satu menjawab “Oke, sa pigi juga dulu ke sebelah”. Berbagai kata ini telah digunakan dalam interaksi jual beli di Pasar Jumat Sorowako ini, bahkan para pendatang dari luar Sorowako bahkan pendatang yang berasal dari luar pulau Sulawesi pun sudah akrab dengan kata-kata ini dan menggunakannya dalam percakapan sehari-hari mereka utamanya pada proses interaksi jual beli. Sebab bahasa ini bisa memancing hubungan kekerabatan dan keakraban lebih erat lagi, bahkan menurut para pengunjung/pembeli pasar jika mereka menggunakan slang atau bahasa setempat, mereka bisa dapat harga yang jauh lebih murah ketimbang ketika mereka berbahasa seperti pendatang maka harga yang mereka dapatkan bisa jauh dua kali lipat dari harga normal.

c. Interferensi dialek dan partikel Bahasa Daerah

Karakteristik sosiolinguistik yang paling distingtif dan mencolok di Pasar Jumat Sorowako adalah terjadinya gejala interferensi morfologis, berupa kontaminasi atau penyisipan partikel penegas (*enclitic particles*) bahasa daerah (Bugis, Tae', dan Toraja) ke dalam struktur sintaksis bahasa slang modern. Fenomena ini diproduksi secara aktif dalam bentuk *code-mixing* (campur kode) oleh aktor pasar—khususnya kelompok penjual ikan pangkilang yang merepresentasikan warga lokal lingkaran Danau Towuti—dan direspons secara natural melalui strategi konvergensi oleh kelompok ibu rumah tangga.

Integrasi penanda wacana lokal ini bukan sekadar cerminan ketidakmampuan berbahasa tunggal (*monolingual*), melainkan sebuah strategi akomodasi komunikasi yang sengaja dipilih untuk memodulasi derajat emosional tutur [1]. Secara rinci, analisis fungsi pragmatis-struktural terhadap penggunaan partikel-partikel tersebut dipaparkan sebagai berikut:

- **Sintaksis Slang Berpartikel (-mi, -ji, -ki, le', -mo, bah):** Di dalam interaksi jual beli, partikel penegas dari ekosistem bahasa-bahasa Sulawesi Selatan dan sekitarnya (serta pengaruh Melayu Manado/Makassar melalui kata *bah*) dilekatkan pada kosakata slang perkotaan (*urban slang*). Kompleksitas ini terekam jelas dalam beberapa korpus data lapangan berikut:
 - **Tuturan 1:** "*Ambilmi itu Bos, harga keluarga ji ini.*" Pada tataran struktural, leksikon slang modern "*Bos*" (sebagai bentuk sapaan egaliter urban) dikombinasikan dengan klitika penegas *-mi* (aspek sosiolinguistik yang berfungsi sebagai imperatif halus atau dorongan untuk bertindak) dan *-ji* (pembatas makna yang berarti 'hanya'). Secara pragmatis, konstruksi slang berpartikel ini berfungsi ganda: membangun relasi *pseudo-kinship* ("harga keluarga") sekaligus mereduksi batasan formalitas ekonomi menjadi transaksi yang berbasis kepercayaan komunal.
 - **Tuturan 2:** "*Kurangi sedikit le', tidak mempan ki kalau harga segitu bah.*" Korpus ini merepresentasikan kompleksitas negosiasi interetnis. Partikel *le'* (sapaan fatik khas lokal untuk memperlembut permintaan) dikombinasikan dengan pronomina honorifik *-ki* (bentuk kesantunan kolektif) dan partikel penegas emosional *bah*. Penggunaan deretan partikel ini berfungsi sebagai *mitigation strategy* (strategi mitigasi), yaitu untuk memperhalus tekanan psikologis saat menawar harga, mereduksi potensi ketersinggungan pedagang, sekaligus membentengi argumen ekonomi pembeli agar tetap berada dalam koridor kesantunan direktif.
 - **Sandi Lingual Intra-Kelompok ("Iko mo"):** Dinamika sosiolinguistik di Pasar Jumat juga ditandai oleh efisiensi kode verbal antar-sesama pedagang. Ketika seorang pembeli mendekati area lapak, terekam tuturan pendek dari seorang pedagang kepada rekannya: "*Iko mo.*" Secara leksikal, frasa ini diserap dari bahasa daerah setempat yang berarti "*Kamu saja*". Penuturan frasa pendek ini tidak hanya berfungsi sebagai efisiensi artikulasi di tengah kebisingan pasar kaget, melainkan bertindak sebagai simbol solidaritas internal (*in-group solidarity code*). Tanpa memerlukan penjelasan elaboratif, mitra tutur (sesama pedagang) langsung merespons secara kognitif melalui anggukan kepala dan langsung memberikan pelayanan kepada konsumen. Fenomena ini membuktikan bahwa bahasa daerah yang mengkontaminasi slang pasar mampu bertindak sebagai penanda ruang sosial yang fungsional, taktis, dan sarat akan pemahaman timbal balik (*mutual intelligibility*).

Secara komprehensif, kehadiran partikel penegas lokal yang menyusup ke dalam lanskap bahasa slang di Pasar Jumat Sorowako menegaskan bahwa pasar tradisional ini berfungsi sebagai arena negosiasi kultural. Penggunaan partikel tersebut berhasil menjembatani kesenjangan linguistik antar-suku, mengeliminasi sifat kaku dari bahasa Indonesia formal, serta mengonversi potensi ketegangan ekonomi (tawar-menawar) menjadi interaksi sosial yang harmonis, inklusif, dan sarat akan nilai kesantunan lokal (*cultural politeness*).

d. Asimilasi dan Penyerapan Bahasa Daerah Setempat

Selain reduksi morfologis dalam bentuk penyingkatan, dinamika kebahasaan di Pasar Jumat Sorowako juga ditandai secara masif oleh gejala asimilasi dan penyerapan unsur leksikal bahasa daerah setempat (seperti bahasa Tae', Bugis, atau dialek Luwu Timur). Dalam perspektif

sosiolinguistik, fenomena adaptasi kebahasaan di mana penutur pendatang (migran) secara sadar menyerap kode bahasa lokal ke dalam tuturan mereka disebut sebagai konvergensi linguistik (*linguistic convergence*) berdasarkan Teori Akomodasi Komunikasi [8]. Konvergensi ini bertujuan untuk mengurangi jarak sosial (*social distance*), memperkuat integrasi antaretnis, dan membangun ikatan emosional komunal di ruang pasar yang heterogen.

Manifestasi analitis-deskriptif terhadap penyerapan leksikon daerah tersebut dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi pragmatismenya sebagai berikut:

- **"Jual Putta" (Refleksi Strategi Ekonomi dan Desperate Selling):** Leksikon "*putta*" yang diserap dari bahasa daerah setempat secara harfiah merujuk pada kondisi hancur atau rugi total. Frasa "*jual putta*" dituturkan secara ekspresif oleh para pedagang pada fase *interaksi terminal* (menjelang pasar bubar di siang hari). Secara pragmatis, penggunaan slang berbasis bahasa daerah ini berfungsi sebagai strategi persuasi ekonomi bernada darurat (*desperate selling*). Pedagang memanfaatkan leksikon lokal ini sebagai stimulus psikologis untuk menarik minat beli konsumen secara cepat, sekaligus menciptakan narasi bahwa barang dijual dengan harga di bawah modal ("*jual rugi*") demi efisiensi waktu agar pedagang dapat segera pulang.
- **"Ikan Bondo" (Pemanfaatan Ragam Lokal sebagai Alat Negosiasi):** Secara etimologis, kata "*bondo*" diartikan sebagai kondisi biologis yang membusuk, rusak, atau sudah tidak segar. Integrasi frasa "*ikan bondo*" ke dalam tuturan pembeli pendatang—misalnya dalam korpus kalimat: "*Kurang mi sedikit harga ikannya le', nanti tinggal jadi ikan bondo kalau mahal sekali*"—menunjukkan fungsi pragmatis slang sebagai alat diplomasi ekonomi. Pembeli menggunakan istilah lokal ini bukan untuk menghina komoditas, melainkan sebagai argumen rasional temporal untuk mendepresiasi harga barang secara halus. Penyisipan kata "*bondo*" oleh pembeli non-asli ini secara sosiolinguistik memperkuat relasi kekerabatan semu, sehingga resistensi ekonomi pedagang dapat luluh melalui kesan bahwa pembeli telah "*membumi*" dengan bahasa lokal.
- **"Baga" (Eufemisme dan Retorika Kesantunan):** Leksikon "*baga*" memiliki arti denotatif bodoh. Namun, dalam konteks interaksi pasar tradisional Sorowako, kata ini mengalami pergeseran pragmatis menjadi bentuk eufemisme (penghalusan kata) untuk menggantikan kata "*ditipu*" atau "*dibodohi*" oleh kalkulasi harga sepihak penjual (misalnya: "*Aih, na baga-bagai ki lagi itu penjual tadi...*"). Penggunaan kata "*baga*" dipilih secara selektif oleh masyarakat penutur untuk mereduksi potensi konflik interpersonal (*face-threatening acts*). Melalui pemilihan leksikon "*baga*", kekecewaan ekonomi pembeli dapat tersampaikan secara gamblang namun tetap berada dalam koridor kesantunan direktif (*cultural politeness*), sehingga hubungan emosional antarpelaku pasar tidak terdistorsi oleh ketegangan transaksi.
- **"Sampu" (Konstruksi Solidaritas Kolektif Multietnis):** Salah satu penyerapan leksikal yang paling masif dan melintasi batas-batas identitas sosial di Pasar Jumat adalah penggunaan kata "*sampu*", yang berarti sepupu. Berbeda dengan kata "*cika*" yang bias etnis Makassar, kata "*sampu*" telah mengalami amalgamasi kebahasaan yang total, di mana hampir seluruh aktor pasar dari berbagai latar belakang suku dan pekerjaan menggunakannya sebagai bentuk sapaan fatik primer. Penggunaan kata "*sampu*" merepresentasikan upaya konstruksi identitas kolektif. Dengan menyapa mitra tutur menggunakan kata "*sampu*", para perantau dan warga lokal di kawasan lingkaran tambang ini menegaskan sekat-sekat perbedaan etnisitas mereka, lalu meleburnya menjadi sebuah ikatan persaudaraan imajiner yang harmonis.

Secara komprehensif, fakta empiris mengenai penyerapan berbagai istilah bahasa daerah setempat ini membuktikan bahwa heterogenitas demografi di wilayah lingkaran tambang Sorowako tidak menciptakan fragmentasi sosial. Sebaliknya, penyerapan kode linguistik lokal ini bertindak sebagai pelumas sosial (*social lubricant*) yang menjaga stabilitas interaksi, meredam gesekan verbal saat bersitegang, serta mengkristalkan toleransi budaya di dalam ruang ekonomi komunal.

e. Asimilasi jargon industri pertambangan

Dinamika kebahasaan di Pasar Jumat Sorowako menunjukkan karakteristik yang sangat distingtif melalui fenomena penyerapan istilah teknis pertambangan (*corporate/technical jargon*) ke dalam

ranah domestik-komersial. Kehadiran PT Vale Indonesia, Tbk beserta jaringan perusahaan kontraktornya di wilayah Sorowako menempatkan kelompok informan karyawan tambang sebagai agen difusi linguistik utama. Istilah-istilah yang semula beroperasi sebagai kode komunikasi formal di area proyek (*mining site*), mengalami proses asimilasi dan diadopsi secara aktif oleh para pedagang pasar sebagai bentuk metafora sosial untuk melabeli kualitas komoditas, stratifikasi pelaku usaha, hingga dinamika situasi pasar. Manifestasi analitis-deskriptif terhadap gejala sosiolinguistik industri ini dipaparkan melalui kategorisasi berikut:

- **Leksikon "Shift" (Asimilasi Temporal Situasi Pasar):** Di lingkungan industri nikel, leksikon "*shift*" merujuk secara kaku pada pembagian rotasi jam kerja karyawan (pagi, siang, atau malam). Namun, di Pasar Jumat, istilah ini mengalami perluasan makna pragmatis untuk menggambarkan fluktuasi kepadatan pengunjung pasar. Korpus data lapangan merekam tuturan pedagang ketika kondisi pasar masih sepi menjelang siang: "*Nanti masuk shift siang baru ramai ini pasar.*" Fenomena ini menunjukkan adanya proses imitasi linguistik yang didorong oleh interaksi yang intens antara pedagang dengan konsumen lingkaran tambang. Pedagang menyerap konsep manajemen waktu industri ini dan mengonversinya menjadi indikator waktu sosiologis pasar, menciptakan pemahaman baru bahwa ritme ekonomi pasar tradisional bergerak selaras dengan ritme kerja korporasi tambang di sekitarnya.
- **Leksikon "Grade A" dan "Kadar Tinggi" (Plesetan Kualitas Komoditas):** Istilah "*grade A*" dan "*kadar tinggi*" merupakan parameter metalurgi murni yang digunakan untuk mengukur kualitas dan konsentrasi kemurnian bijih nikel (*ore*) hasil penambangan. Di Pasar Jumat, khususnya di lapak pakaian bekas (*baju cakar*), istilah laboratorium ini diplesetkan secara kreatif menjadi bahasa slang komersial. Pedagang menggunakan frasa "*cakar grade A*" atau "*baju kadar tinggi*" sebagai strategi *branding* untuk menegaskan bahwa pakaian bekas yang mereka jajakan memiliki kualitas prima, bebas cacat, atau menyerupai barang baru. Komodifikasi istilah pertambangan ini berfungsi sebagai hiperbola persuasif yang secara instan dipahami oleh masyarakat Sorowako karena memiliki kedekatan kognitif dengan dunia industri nikel sehari-hari.
- **Leksikon "Kontraktor" (Metafora Mobilitas Sosial-Ekonomi):** Secara denotatif, "*kontraktor*" mengacu pada perusahaan atau pekerja penyedia jasa berbasis kontrak proyek di area pertambangan. Di dalam pasar, istilah ini mengalami pergeseran makna melalui asosiasi humoris (*humorous banter*) untuk melabeli pedagang informal yang tidak memiliki lapak permanen dan kerap berpindah-pindah kios. Terekam konversasi antara seorang ibu pembeli yang kebingungan: "*Di mana lagi pindah langganan cakar ku ini?*", yang kemudian direspons oleh pedagang lain: "*Pindah lagi bu ke bagian samping pasar, bisa itu dia kan kontraktor kios jadi pindah-pindah terus kerjanya.*" Penggunaan kata "*kontraktor*" di sini merupakan bentuk metafora konseptual yang cerdas; mobilitas pekerja proyek disepadankan dengan mobilitas fisik pedagang kaki lima. Ragam slang ini berfungsi sebagai instrumen pencair ketegangan psikologis sekaligus pengikat keakraban sosial inter-transaksional.
- **Leksikon "Bos" (Penanda Egalitarianisme dan Pengaruh Budaya Korporat):** Salah satu gejala sosiolinguistik paling masif yang menjadi *shibboleth* (pembeda utama) antara warga lokal Sorowako dengan pendatang luar daerah adalah frekuensi tinggi penggunaan sapaan "*Bos*". Leksikon ini disisipkan hampir pada setiap jeda kalimat, baik dalam interaksi tawar-menawar di pasar—seperti tuturan: "*Saya tambah mi jadi tiga puluh lima ribu kasi cukupkan ma bos dua kilo pangkilang ta*"—maupun dalam konversasi informal kelompok remaja urban. Secara historis-sosiolinguistik, proliferasi kata "*Bos*" di Sorowako berakar kuat dari struktur hierarki dan jargon internal para pegawai tambang yang kemudian merembes ke ranah publik. Dalam konteks pasar, kata "*Bos*" mengalami *demokratisasi bahasa*; istilah yang semula menunjukkan superioritas jabatan di dalam korporasi, dikonversi menjadi sapaan egaliter yang berfungsi untuk menghormati mitra tutur, memperhalus tuntutan ekonomi saat menawar harga, sekaligus meminimalisasi jarak sosial antara pembeli lokal dengan pedagang pendatang.

Secara teoritis, masuknya jargon industri tambang ke dalam ranah domestik Pasar Jumat Sorowako membuktikan bahwa bahasa bersifat sangat adaptif terhadap ekosistem ekonomi yang dominan di sekitarnya. Pasar tidak hanya bertindak sebagai tempat peleburan etnis (*ethnic melting pot*), melainkan telah menjelma menjadi ruang peleburan sosiolinguistik industri (*industrial-linguistic melting pot*). Melalui kreativitas linguistik berupa plesetan, perluasan makna, dan

eufemisme terhadap istilah tambang, masyarakat Sorowako berhasil menciptakan sebuah ragam slang komunal yang fungsional, adaptif, sekaligus memperkokoh kohesi emosional di tengah masyarakat industri yang multietnis.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa Pasar Jumat Sorowako telah bermutasi menjadi sebuah arena peleburan sosiolinguistik industri (industrial-linguistic melting pot) yang sangat adaptif. Kekuatan metodologis penelitian ini terletak pada keterwakilan data yang dihimpun secara komprehensif dari 12 orang informan melalui teknik purposive sampling. Penentuan informan yang memadukan variabel diversifikasi komoditas pada kelompok pedagang (pakaian bekas, ikan pangkiling, tahu-tempe, dan mainan) serta stratifikasi subkultur pada kelompok pembeli (ibu rumah tangga, karyawan tambang, dan pelajar/mahasiswa) berhasil memotret dinamika kebahasaan secara longitudinal. Melalui validitas data dari 12 pilar komunikasi pasar tersebut, ditemukan bahwa variasi slang yang diproduksi tidak hanya memenuhi principle of least effort melalui reduksi morfologis (cakar, kilo, sa), melainkan juga merefleksikan konvergensi kultural yang kuat. Penyisipan partikel lokal (-mi, -ji, le') dan penyerapan leksikon daerah (putta, bondo, sampu) terbukti berfungsi secara pragmatis sebagai pelumas sosial (social lubricant) untuk membangun kekerabatan semu (pseudo-kinship) sekaligus memitigasi ketegangan ekonomi. Lebih jauh, intensitas interaksi para informan ini memicu asimilasi unik di mana jargon teknis pertambangan (shift, grade A, kontraktor, bos) dipelekatkan menjadi metafora sosial domestik. Pada akhirnya, kontribusi teoretis dari ke-12 narasumber ini membuktikan bahwa bahasa sangat adaptif terhadap ekosistem ekonomi sekitar, di mana kreativitas slang mampu meruntuhkan fragmentasi sosial dan memperkokoh kohesi emosional masyarakat heterogen di lingkaran tambang.

Deklarasi Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa penelitian ini dilakukan secara independen dan tidak terdapat konflik kepentingan, baik yang bersifat finansial maupun non-finansial, yang dapat memengaruhi proses penelitian, analisis data, interpretasi hasil, maupun penyusunan naskah artikel ini. Penulis tidak menerima pendanaan, imbalan, atau dukungan dari pihak mana pun yang berpotensi menimbulkan bias terhadap hasil penelitian. Seluruh proses penelitian dilaksanakan berdasarkan prinsip objektivitas, integritas akademik, dan etika ilmiah. Penulis juga menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan pribadi, profesional, atau institusional yang dapat memengaruhi penilaian ilmiah maupun kesimpulan yang disajikan dalam artikel ini. Semua hasil, temuan yang disampaikan merupakan tanggung jawab penuh penulis.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan sejawat di Universitas Pancasakti Makassar atas dukungan akademik, masukan, serta lingkungan ilmiah yang kondusif selama proses pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada Firman Aziz atas saran, masukan, diskusi ilmiah, serta berbagai pandangan konstruktif yang diberikan sehingga membantu penyempurnaan metodologi, analisis, dan penyajian hasil penelitian ini. Kontribusi dan dukungan yang diberikan sangat berarti dalam meningkatkan kualitas naskah yang dihasilkan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis haturkan kepada narasumber dan pihak-pihak terkait yang membantu proses penelitian di Pasar Jumat Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur.

Ketersediaan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara dengan dua belas narasumber di Pasar Jumat Sorowako.

Penggunaan Ai Dan Deklarasi Penggunaan Ai Generatif

Dalam penyusunan artikel ini, penulis menggunakan alat AI generatif, yaitu Gemini AI, untuk membantu proses parafrase kalimat dan penyempurnaan tata bahasa. Selain itu, penulis menggunakan Chat GPT sebagai alat bantu penerjemahan abstrak dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris. Penggunaan alat AI tersebut terbatas pada aspek teknis penulisan, penerjemahan, dan pemrograman, serta tidak digunakan untuk menghasilkan data penelitian, melakukan analisis ilmiah, menginterpretasikan hasil penelitian, maupun menyusun kesimpulan penelitian secara otomatis. Seluruh hasil keluaran dari alat AI telah ditinjau, dan diverifikasi kembali oleh penulis sebelum digunakan dalam naskah ini. Penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan, validitas, dan integritas ilmiah seluruh isi artikel yang dipublikasikan.

Daftar Pustaka

- [1] Rokhman, F. (2016). *Sosiolinguistik: Pengenalan Teori dan Kajian*. Semarang: Graha Ilmu.
- [2] Saddhono, K. (2019). *Sosiolinguistik: Teori, Teoretis, dan Terapan*. Yogyakarta: Surya Media.

- [3] Suandi, I. N. (2018). Sosiolinguistik. SIMPATIK: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
- [4] Aslinda, & Syafyaha, R. (2016). Pengantar Sosiolinguistik. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [5] Chaer, A. (2022). Sosiolinguistik: Perkenalan Awal (Rineka Cipta ed. revisi). Jakarta: PT Rineka Cipta. bn
- [6] Kridalaksana, H. (2018). Pengantar Linguistik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Wibowo, Grietje. (2021). Sosiologi Pasar Tradisional dan Komunikasi Ekonomi. Jakarta: LP3ES
- [8] Rahardi, R. K. (2020). Sosiopragmatik. Yogyakarta: Erlangga.
- [9] Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- [10] Mahsun. (2019). Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.