

RAGAM BAHASA IKLAN KOMERSIAL BAHASA SUNDA DI MEDIA MASSA

Sofawati

Departemen Pendidikan Bahasa dan Budaya Sunda, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra,
Universitas Pendidikan Indonesia
sofawati@student.upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang dengan adanya komunikasi antar penutur dan pemiarsanya menggunakan teknologi yang dapat mempengaruhi ragam bahasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti dan mendeskripsikan ragam bahasa iklan komersial bahasa Sunda di media massa. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif dengan langkah-langkah sebagai berikut: *mendownload* dan mendokumentasikan iklan komersial bahasa Sunda, melakukan transkrip data iklan komersial bahasa Sunda, mengidentifikasi data kedalam jenis ragam bahasa, serta yang terakhir membuat kesimpulan. Berdasarkan hasil data, Terdapat 33 iklan komersial bahasa Sunda di media massa yang telah dikumpulkan serta ada 211 data yang tergolong kedalam ragam bahasa. Hal ini dapat diidentifikasi kedalam tiga jenis ragam bahasa, di antaranya; (1) ragam bahasa berdasarkan penuturnya yang terdiri dari tujuh ragam bahasa yaitu akrolek, basilek, vulgar, slang, kolokial, jargon, dan argot; (2) ragam bahasa berdasarkan keformalan yang terdiri dari empat ragam bahasa yaitu ragam bahasa usaha atau *konsultatif*, ragam bahasa *formal* atau resmi, ragam bahasa santai atau *kasual*, dan ragam bahasa akrab atau *intim*; (3) ragam bahasa berdasarkan sarana terdiri dari dua ragam bahasa yaitu ragam bahasa lisan dan ragam bahasa tulisan.

Kata kunci: Ragam bahasa dan iklan komersial bahasa sunda

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Melalui bahasa, manusia bisa mengungkapkan rasa, pikiran, serta isi hatinya untuk menyampaikan maksud juga tujuannya. Menurut Kridalaksana (2008, hlm. 24) bahasa adalah sistem lambang bunyi yang digunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerja sama, interaksi, serta indentifikasi diri.

Selaku penutur bahasa, manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri serta memerlukan manusia lainnya. Dalam berlangsungnya komunikasi antar manusa yang berbeda-beda, tentu akan menimbulkan adanya ragam bahasa yang begitu banyak. Sedangkan menurut Darmawati (2018, hlm. 4) bahwa adanya ragam bahasa disebabkan oleh kebutuhan penutur dalam menggunakan bahasa ketika berkomunikasi. Selain itu, perkembangan téhnologi juga dapat menjadi faktor munculnya ragam bahasa, seperti didalam interaksi sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat bisa menimbulkan banyaknya bahasa yang digunakan. Sehingga bahasa yang digunakan tidak satu ragam tapi beragam ketika komunikasi antar masyarakatnya.

Komunikasi dapat dibedakan dalam dua hal, diantaranya secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi secara langsung biasanya perbincangan yang dilakukan antar individu secara langsung dan tidak menggunakan pelantara, sedangkan komunikasi tidak langsung biasanya menggunakan alat komunikasi seperti pelantara media elektronik. Vera dan Wihardi (2012, hlm. 59) menyebutkan bahwa komunikasi

dapat dilakukan secara langsung dan secara tidak langsung. komunikasi secara langsung biasanya melalui percakapan antar individu, sedangkan komunikasi tidak langsung biasanya menggunakan pelantara berupa media elektronik seperti telepon, internet, radio, serta Tv.

Perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi dapat dilakukan secara tidak langsung, salah satu contohnya adalah iklan komersial yang ditayangkan di media tertentu serta memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi produk. Seperti yang telah dikemukakan Azmi dan Sarma (2017, hlm. 120), iklan mengrupakan bentuk komunikasi perusahaan kepada konsumen untuk memberikan informasi mengenai produk. Selain itu, iklan juga dapat menyebabkan dampak positif dan negatif dalam penggunaan bahasa di masyarakat.

Berdasarkan dampak positif, masyarakat bisa bertambahnya ilmu pengetahuan mengenai bahasa yang digunakan seluruh dunia. Sedangkan berdasarkan dampak negatif, bahasa yang digunakan oleh masyarakat akan mengalami banyak perubahan sehingga banyak yang tidak sesuai dengan ketatabahasaan seperti munculnya kata yang disingkat-singkat. Chaer dan Agustina (2010, hlm. 62) menyebutkan bahwa banyaknya interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat tentu akan menimbulkan adanya ragam bahasa.

Beberapa pembicaraan yang ada pada iklan komersial bahasa Sunda, contohnya pada kalimat “Nah ibu-ibu bapa-bapa atanapi abg-abg anu *diet* anu alim gendut naha *itu kan mengurangi yang manis-manis nih*”. Berdasarkan ragam bahasa yang ada pada kalimat ini, terdapat kata *abg* yang berasal dari kalimat basa Indonesia serta memiliki arti *anak baru gede*. Contoh dari katan ini juga termasuk ke dalam ragam bahasa *slang*. Sedangkan kata *atanapi* termasuk dalam golongan ragam bahasa akrolek karena memiliki nilai yang dianggap tinggi seperti bahasa *lemes*. Sehingga hal ini akan menimbulkan banyaknya ragam basa dalam iklan komersial basa Sunda di media massa.

Nababan (dalam Mawardi & Sarah, 2018, hlm. 185) menyebutkan bahwa ragam bahasa ialah variasi bahasa dalam penggunaan bahasa yang paling dasar (bentuk dan makna) dan digunakan oleh penutur yang begitu banyak. Dari faktor-faktor yang menyebabkan adanya ragam bahasa, salah satunya adalah kegiatan interaksi sosial antar masyarakat di wilayah yang sangat luas dan menggunakan bahasa yang berbeda. Chaer dan Agustina (2010, hlm. 61), menyebutkan bahwa ragam bahasa bukan disebabkan oleh penutur yang tidak homogen saja, tapi banyaknya kegiatan interaksi sosial.

Kridalaksana juga (2008, hlm. 206) menyebutkan bahwa ragam basa atau variasi berdasarkan penggunaan bahasa dapat dibedakan oleh adanya topik perbincangan, hubungan panyatur, orang yang dibicarakan, dan berdasarkan medium obrolannya. Selain itu, ragam bahasa bukan disebabkan oleh bedanya kegiatan sosial antar masyarakat saja, tapi memberikan indikasi mengenai situasi bahasa di antarana tujuan, topik, kaidah serta modus-modus penggunaan bahasa (Zarija, Dkk. 2016, hlm. 48).

Ragam bahasa dapat dibedakan menjadi dua di antaranya berdasarkan penutur dan penggunaan. Selain itu, hal ini dapat dipisah-pisah kembali menjadi empat bagian yaitu ragam bahasa berdasarkan penuturnya, ragam bahasa berdasarkan penggunaan, ragam bahasa berdasarkan keformalannya, dan ragam bahasa berdasarkan sarana (Chaer dan Agustina, 2010, hlm. 62).

Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rhamdan (2017) yang memiliki judul “Ragam basa dina *line* babandungan”. Penelitian ini mendeskripsikan ragam basa berdasarkan keformalan, jihat keformalan, dan berdasarkan campur kode. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh prayitno (2014) memiliki judul “Ragam Basa Lisan jeung Tulisan Siswa Kelas X Jurusan Akomodasi Perhotelan SMK Negeri

3 Bogor Taun Pelajaran 2013-2014". Penelitian ini mendeskripsikan ragam bahasa lisan dan tulisan di SMK 3 Bogor melalui transliterasi pidato (biantara). Hasil dari penelitian ini adalah ragam bahasa baku dan tidak baku yang dapat dilihat dari penggunaan dan tatakramanya.

Pentingnya penelitian ini adalah untuk mengetahui ragam bahasa sunda yang berkembang dalam iklan komersial di media massa.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif untuk mendapatkan data lebih dalam seperti satu data yang memiliki makna sebenarnya. Meleong (dalam Muhammad, 2014, Hlm. 29) menyebutkan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari kata-kata tulisan maupun lisan dari manusia juga prilakunya.

Kuntjojo (2009, hlm. 35) menyebutkan kegiatan penelitian merupakan kegiatan menggunakan tehnik dan instrumen.

Penelitian ini menggunakan tehnik non-tes atau téhnik catatan dokumen melalui langkah-langkah yang dilakukan untuk pengumpulan data penelitian seperti dibawah ini.

- 1) menelaah lagi data ragam bahasa yang sudah dikumpulkan;
- 2) membuat indentifikasi ragam bahasa sesuai dengan jenis ragam bahasa;
- 3) menganalisis ragam bahasa berdasarkan jenis ragam bahasa dalam iklan komersial bahasa Sunda di media massa;
- 4) medeskripsikan data ragam bahasa dalam iklan komersial basa Sunda di média massa: serta
- 5) hasil data yang sudah ditemukan lalu disimpulkan.

Sumber data penelitian ini adalah iklan komersial basa Sunda di média massa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dan deskripsi ragam basa dalam iklan komersial bahasa Sunda, terdapat 211 ragam bahasa dalam 33 iklan komersial basa Sunda di média massa. Selain itu, ragam bahasa yang ditemukan terdapat tiga jenis, di antaranya.

1. Ragam bahasa berdasarkan penuturnya

Variasi bahasa atau ragam bahasa berdasarkan penuturnya secara umum dibagi menjadi empat, di antanya mengenai sifat atau ciri has individu (*idiolék*), berdasarkan wilayah atau tempat tinggal penutur (*dialék*), berdasarkan masa atau waktu (*kronolék*), serta berdasarkan tingkat, golongan, status da kelas sosial penuturnya (*sosiolék*) (Chaer jeung Agustina 2010, hlm. 62).

Dalam penelitian iklan komersial basa Sunda ini terdapat tujuh ragam basa sosiolék yaitu ragam *akrolek*, *basilek*, *vulgar*, *slang*, *kolokial*, *jargon*, serta *argot*.

Ragam *akrolek* merupakan ragam bahasa yang dianggap kedudukannya lebih tinggi dengan ragam bahasa lainnya. Rama (dalam Nuryani, Dkk. 2017, hlm. 64) menyebutkan bahwa *akrolek* adalah penggunaan bahasa yang dianggap lebih tinggi dari bahasa lain seperti bahasa Jawa *krama inggil* atau bahasa *lemes* yang digunakan oleh masyarakat keraton serta digunakan untuk menghargai seseorang yang diajak bercerita. Sedangkan Suhendar (2016, hlm. 56) menyebutkan ragam bahasa *akrolek* yaitu ragam bahasa yang memiliki nilai kesopanan.

No	Kode	Data	F	Penerapan dalam Kalimah
1.	(028)	Abdi	4	a. Akang, aa dori abdi uwih b. Muhun kan abdi nganggo <i>downy mild and gentle tanpa pewarna dan pengawet aman</i> kanggo orok sareng murangkalih c. Saatos siaran ku ngagunakeun yukaya water essence raray abdi masih tetep <i>fress</i> d. <i>Yes</i> abdi bakal buka warung
2.	(038)	Anjeun	1	Haha aa doni Lamun kitu anjeun bakal diberé <i>downy mild and gentle</i> anu loba pisan
3.	(093)	Kagungan	1	Kanggo ibu-ibu anu kagungan diabet, kanggo babapaba anu nuju diet.

Ragam *basilek* merupakan ragam sosial yang dianggap kedudukannya kurang tinggi dari *akrolek*. Contohnya dalam bahasa Sunda yang disebut *undak usuk basa* seperti bahasa Sunda loma, atau bahasa Sunda yang digunakeun ketika komunikasi dengan temannya. Chaer jeung Agustina (2010, hlm. 66) menyebutkan variasi sosial yang dianggap rendah seperti bahasa Inggris yang digunakan oleh *cowboy* dan kuli tambang, atau biasa kita kenal dengan bahasa Jawa *krama desa*. Selain itu, ragam bahasa *basilek* digunakan oleh penutur yang memiliki pekerjaan sebagai petani dan tidak memerlukan yang formal atau sering digunakan untuk menjalin keakraban (Suhendar, 2016, hlm. 57).

No	Kode	Data	F	Penerapan dalam Kalimah
1.	(054)	Boga	1	Acuk saé ti Bandung, nu sanés mah moal bakal boga!!
2.	(063)	Dahar	1	Dahar ngeunah bari murah
3.	(092)	Kabéh	1	Pan pesen pang meulikeun bumbu masak, cap pohon mangga anu kumplit aya bumbu gulena, tumpeng, karina, sopna, sotona, opor, rendang jeung nu lainna, pokona mah kabéh cap pohon mangga.

Ragam *Vulgar* merupakan ragam sosial yang biasanya digunakan oleh penutur tidak mengalami proses bidang pendidikan atau kurang dalam pengetahuannya. Sudrajat dan Setiarsih (2017, hlm. 3) menyebutkan bahwa bahasa *vulgar* adalah penggunaan bahasa yang tidak sopan atau tidak mengalami proses pendidikan.

No	Kode	Data	F	Penerapan dalam Kalimah
1.	(087)	Heueuh	1	Heueuh ti Manggahang 2 Baleendah BANDUNG
2.	(177)	Silaing	1	Halo dori sebutkeun heula naon kahayang silaing?

Ragam *Slang* merupakan ragam sosial yang memiliki sifatnya temporal serta bersifat rahasia atau tidak semuanya mengetahui bahasa tersebut. Ragam bahasa *slang* juga biasanya dikenal dengan sebutan bahasa gaul, karena digunakan oleh kelompok remaja dan setiap generasi pasti memiliki basana sendiri-sendiri. Kridalaksana (2008, hlm. 225) menyebutkan ragam bahasa *slang* adalah variasi dalam penggunaan bahasa yang tidak resmi dan digunakan oleh remaja atau kelompok tertentu saja. Selain itu, digunakan untuk komunikasi intern saja agar kelompok lainnya tidak mengerti bahasa yang digunakan.

No	Kode	Data	F	Penerapan dalam Kalimah	Arti Kata
1.	(029)	Abg	1	Nah ibu-ibu bapa-bapa atanapi abg-abg anu diet anu alim gendut naha itu kan mengurangi yang manis-manis nih	Akronim dari bahasa Indonesia Anak Baru Gede
2.	(122)	Mantul	1	Mantul pisan	Akronim dari bahasa Indonesia Mantap Betul
3.	(181)	Simple	1	Simple pokona mah	Akronim dari bahasa Sunda Sing Palelendung

Ragam *kolokial* merupakan ragam sosial yang digunakan dalam kegiatan komunikasi sehari-hari ketika melakukan percakapan. Rhamdan (2017, hlm. 9) menyebutkan ragam bahasa kolokial adalah penggunaan bahasa dalam kegiatan komunikasi sehari-hari serta biasanya bahasa yang digunakannya secara lisan bukan tulisan. Namun, sekarang digunakan secara tulisan.

No	Kode	Data	F	Penerapan dalam Kalimah
1.	(090)	Jang	1	Jang tah geura Jang... Jang kadiu geura jang
2.	(095)	Kang	1	Kuring hayang pakean sakabéh keluarga jadi seungit kang Jin, tapi seungitna kudu lembut tambah lila tapi aman keur budak harga gémirah,
3.	(146)	Pami	2	a. Nu mawi pami ngorderna di nomer b. Puyeng sareng mual-mual waé teras ti wengi teu tiasa bobo kitunya kadang pami tos bangun téh sesah deui wé cenghar.

Ragam *Jargon* merupakan ragam sosial yang digunakan secara terbatas dengan kelompok tertentu seperti bahasa guru, dokter, militer, dan pedagang. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan dalam bahasa yang digunakeun oleh kalangan guru atau kalangan dokter. Pateda (1987, hlm. 70) menyebutkan bahwa bahasa dalam setiap pekerjaan memiliki bahasa yang khusus serta tidak semua mengerti terhadap bahasanya.

No	Kode	Data	F	Penerapan dalam Kalimah
1.	(035)	Aktiv ti Sunda – nu Sunda – keur balarea.	1	a. Pikeun pemasangan iklan & kerjasama hubungi sales marketing di no 0856 5985 6794/ 022-2066 3639 AKTV Ti Sunda – Nu Sunda – keur balarea.
2.	(083)	Goyang sik... sik	1	FM 101.5 FM 101.5 FM 101.5 Dahlia Bandung Goyang sik... sik
3.	(175)	Si raja murah	2	a. B: ki hoyong? A: Ah... entong nyi? B: Tong kumaha aki? A: Entong meuli saetik TOKO KUE MANDIRI si raja murah b. Ehh... aki wangsul balanja kue ti Toko kue Mandiri si raja murah

Ragam *argot* merupakan variasi sosial yang memiliki sifat rahasia dan biasanya digunakan oleh kelompok tertentu. Sudrajat dan Setiarsih (2017, hlm.3) menyebutkan ragam bahasa *argot* adalah variasi bahasa yang digunakan dalam bidang pekerjaan tertentu dan bersifat rahasia.

No	Kode	Data	Penerapan dalam Kalimah
1.	(123)	Mc	Janten <i>presenter</i> sareng <i>mc</i> acara mah kedah tetep geulis
2.	(176)	Siaran	Saatos <i>siaran</i> ku ngagunakeun <i>yukaya water essence</i> raray abdi masih tetep <i>fress</i>
3.	(207)	Wedding organizer	<i>DK Wedding organizer</i> nih... ehh <i>galeri</i> atuh ceu Mimin em... sakitu enggeus ngajeblag nya heueuh ti Manggahang 2 Baleendah Bandung.

2. Ragam basa dumasar kaformalan

Martin Joos dalam Chaer dan Agustina (2010, hlm. 70) menyebutkan ragam bahasa keformalan dibagi menjadi lima, di antaranya ragam beku (*frozen style*), ragam resmi (*formal style*), ragam usaha (*consultatif style*), ragam santai (*casual style*), dan ragam akrab (*intimate style*).

Ragam beku merupakan ragam yang formal serta digunakan untuk situasi hidmat atau upacara-upacara resmi. Contohnya seperti upacara kenegaraan, hutbah di masjid, *undang-undang*, akte notaris, dan dalam surat keputusan. Menurut Ainurrahma (2013, hlm. 12) ragam bahasa baku biasanya menggunakan kalimah-kalimah yang panjang serta bersifat serius. Salah satu contohnya menggunakan kata *yén*.

Ragam resmi merupakan ragam bahasa yang digunakan ketika orang berpidato kenegaraan, rapat dinas, dan ceramah keagamaan. Ini hal juga ditentukan oleh pola dan kaidah standar penggunaan bahasa. Ainurrahma (2013, hlm. 12) menyebutkan ragam bahasa memiliki fungsi yang informatif digunakan oleh penutur serta memiliki jarak seperti atasan dan bawahan. Contohnya seperti kalimah dalam data (036).

(036) Amis Buhun

History of java Gubernur Jendral Rafles dicatétkeun yén masarakat asli Jawa tiasa ngonsumsi gula beureum. Gula tiwu mung tiasa dijantenkeun tuangan *panyegar*, pepelakan arén atanapi *arenga pinnata* katelah ditatar Sunda minangka pepelakan kawung anu mekar dipasisian gunung Cibaréno Cukabumi. (IK3/A/130419)

Dalam kalimah ini memiliki maksud untuk menjelaskeun sejarah dan nama aslinya gula kawung. Kalimah ini juga tergolong kedalam ragam bahasa resmi atau formal karena bahasa yang digunakan dalam iklan komersialnya bersifat ilmiah.

Ragam usaha merupakan ragam bahasa yang digunakan sehari-hari dalam lingkungan sekolah atau percakapan yang biasanya memiliki tujuan untuk mendapatkan hasil dalam suatu produksi. Chaer dan Agustina (2010, hlm. 71) menyebutkan ragam bahasa usaha memiliki wujud antara ragam formal dan ragam informal. Sedangkan Nababan (dalam Purwaningrum, 2018, hlm. 31) menyebutkan ragam basa usaha memiliki dua ciri, di antaranya.

- kalimah dan kata yang dimengerti; serta
- kalimah pendek tapi tidak menghilangkan unsur pentingnya.

Contohnya kalimah ragam usaha seperti data (025) dan (045).

(025) A: Kunaon deui ari aki?

B: Perih mata ditambah remeng-remeng tetempoan téh ni

A: Matakna ulah padu paké

Obat téh, terapi aki...

B: Terapi naon?

A: Ka klinik mata Chang

Chiang

Dalam iklan komersial bahasa Sunda percakapan ini termasuk ke dalam golongan ragam usaha karena menjelaskan jika memiliki permasalahan mata harus berobat ke klinik Chang Chiang TCM. Kalimah ini juga memiliki tujuan untuk menarik konsumen agar berobat ke klinik mata Chang Chiang TCM.

-
- (045) Balanja popok bayi
 Balanja susu & jajanan
 Balanja sabun & diterjen
 Balanja hobi & koleksi
 Balanja naon wae minimal Rp. 100.000
 Balanja Gratis Endog Hayam 0,5 Kg
 Berlaku s.d 13 juni 2020
 Gratis ongkos kirim
-

Kalimah ini juga termasuk ke dalam ragam bahasa usaha karena menjelaskan bonus dalam pembelanjannya seperti bonus telur 0,5 kg jika belanja Rp. 100.000. ini hal merupakan daya tarik untuk konsumen agar membeli produk tersebut.

Ragam santai merupakan ragam bahasa yang digunakan dalam situasi tidak resmi, serta biasanya digunakan untuk percakapan sehari-hari seperti di lingkungan keluarga atau lingkungan teman ketika istirahat, olah raga, dan bermain. Adapun cirinya yaitu kata-katanya dipengaruhi unsur *dialek léksikal* dan bahasa daerah. Chaer dan Agustina (dalam Purwaningrum, 2018, hlm. 44) menyebutkan bahwa ragam bahasa santai memiliki empat karakteristik, di antaranya.

- a. digunakan dalam situasi yang tidak resmi;
- b. banyak menggunakan alfergo, yaitu kata frasa dan ujaran yang dipendekkan;
- c. kosakata banyak unsur leksikal dialek dan basa daerah atau campuran; serta
- d. sering tidak menggunakan unsur morfologi dan sintaksis yang normatif.

Contohnya kalimah ragam usaha seperti di bawah ini.

-
- (112) Leres pisan saupami pasakan urang hoyong langkung kajojo
 angge waé bumbu masak cap pohon mangga. Bumbu masak
 cap pohon mangga bumbu masakan anu ngarti kana rasa.
-

Dalam kalimah yang disebutkeun termasuk ke dalam golongan ragam bahasa santai karena menggunakan bahasa yang sesuai dengan tatakrama atau sopan santun serta menggunakan bahasa yang alus atau *lemes*. Oleh karena itu, ragam bahasa santai lebih banyak digunakan dalam iklan komersial bahasa Sunda dibanding ragam bahasa akrab.

Ragam akrab merupakan ragam bahasa yang bisa digunakan oleh penuturnya dalam situasi yang akrab, biasanya dapat dilihat dari keakraban seperti keluarga atau sahabatnya. Ragam bahasa akrab juga biasanya menggunakan bahasa yang tidak lengkap, pendek, serta artikulasinya yang tidak jelas karena penuturnya sudah saling mengerti dan memiliki pengetahuan yang sama (Sudaryati & Suputra, 2018, hlm. 4). Contohnya seperti kalimah di bawah ini.

- (020) A: Jang... jang kadieu geura jang
 B: Aya naon a?
 A: Tingalina bungkusna téh masih disegel, tingali yeuh tah kaluar kacang polong, tah kaluar kacang koro, tingali deui tah kaluar jagong kolestrol

Data yang ditemukan dalam komunikasi secara langsung ini termasuk golongan ragam bahasa akrab karena bahasa yang digunakan *loma* serta situasinya yang begitu akrab antara adik dan kakak.

3. Ragam bahasa berdasarkan sarana

Chaer dan Agustin (2010, hlm. 72) menyebutkan bahwa ragam bahasa dapat dibedakan berdasarkan dua hal, di antaranya ragam bahasa lisan dan ragam bahasa tulisan serta memiliki struktur yang berbeda.

Ragam lisan adalah bahasa yang dihasilkan oleh alat ucap yang berhubungan dengan ketatabasaan, kosa kata, serta lafal (Prayitno, 2014, hlm. 49). Selain itu, ragam bahasa lisan dibantu dengan adanya unsur-unsur nonsegmental atau unsur nonlinguistik seperti suara, gerak, serta mimik muka (Chaer jeung Agustina, 2010, hlm. 72). Ragam bahasa ini biasanya ngagunakeun isyarat seperti gerak dan tujuk. Contohnya dalam kalimat *“ieu pindahkeun ka dinya”* menggunakan kata yang tidak jelas apa yang akan dipindahkan.

Prayitno (2014, hlm. 49) menyebutkan ciri-ciri ragam bahasa lisan, di antaranya.

- a. Membuthkan manusia lain;
- b. unsur gramatikalna tidak lengkap;
- c. terikat oleh tempat dan waktu; serta
- d. dipengaruhi tinggi rendah sora.

Contonya kalimat ragam tulisan seperti dibawah ini.

- (018) A: Jang tah geura sarapan heula, tuh aya sangu jeung tempé haraneut keneh
 B: Ah... Eceu mah tempé deui tempé deui ah moal waka ké wé siang
 Sababaraha jam ti harita
 B: Eceu... eceu...
 A: Har... naha balik deui, duh éta meni pias kitu
 B: Eceu ieu patuangan meuni asa peurih kieu
 A: Euh... matakna ieu ceuk eceu ogé tadi sarapan heula isuk-isuk téh, jadi wé peurih lambungna. Yeuh ngarah cageur obatan ku ieu Kapsul Sido Muncul Sari Kunyit.

Data yang diperoleh dalam percakapan ini adalah kata *tah* dan kata *tuh* dalam kalimat *“Jang tah geura sarapan heula, tuh aya sangu jeung tempé haraneut keneh”* memiliki tujuan untuk menunjukkan makanan yang ada. Percakapan ini juga termasuk golongan ragam bahasa lisan karena menggunakan bahasa isyarat gerak dan tunjuk ketika berkomunikasi. Selain itu, bahasa lisan juga memiliki unsur yang kurang jelas serta tidak sesuai dengan bahasa tulisan.

Ragam basa tulisan yaitu bahasa yang dihasilkan dalam memanfaatkan tulisan, hal ini berhubungan dengan kelengkapan unsur seperti susunan susunan kalimat, pilihan kata, ejaan, serta tanda baca yang digunakan (Prayitno, 2014, hlm. 49). Selain itu, ragam bahasa tulisan harus lebih memerhatikan kalimat yang disusun serta dimengerti oleh pembaca (Chaer jeung Agustina, hlm. 72). Dalam ragam bahasa tulisan berbeda dengan ragam bahasa lisan karena ragam bahasa ini menggunakan kalimat-kalimat yang dapat dimengerti oleh pembaca. Contohnya seperti kata *Ademkeun* yang merupakan bahasa *kamalayon* atau bahasa Indonesia dipaksa disundakan, tapi jika akan dirubah bisa menjadi *niiskeun* atau *nyegerkeun*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ragam basa, terdapat ragam bahasa dalam iklan komersial bahasa Sunda di média masa, di antaranya ragam bahasa berdasarkan penutur, ragam bahasa berdasarkan keformalan, serta berdasarkan sarana.

Berdasarkan hasil data, dari tahun 2019 sampai tahun 2020 terdapat 211 data ragam bahasa yang ada didalam 33 iklan komersial bahasa Sunda di média massa. ragam bahasa berdasarkan penuturnya ditemukan ragam bahasa *akrolek*, *basilek*, *vulgar*, *slang*, *kolokial*, *jargon*, *sarta argot*.

Selain itu, ragam bahasa berdasarkan keformalan terdapat dalam iklan komersial bahasa Sunda yaitu ragam bahasa usaha, resmi/formal, santai, serta akrab. Sedengekeun ragam bahasa berdasarkan sarana yang terdiri dua ragam basa lisan serta tulisan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan banyak terima kasih kepadapihak yang telah membantu hingga menyelesaikan jurnal artikel ini. Husunya kepada bapa dan ibu dosen pembimbing, orangtua, dan teman-teman.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrahma, I. (2013). Ragam Bahasa dan Strategi Tindak Tutur Pedagang Asungan di Terminal Minak Koncak Kabupaten Lumajang. *Skripsi* [Online]. dina: <http://respository.unej.ac.id/handle/123456789/3759> [Mei 2013]
- Azmi, F. N. & Sarma, M. (2017). Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Es Krim Magnum. *Jurnal Manajemen & Organisasi*. Vol. VIII, No. 2 [Online]. dina: <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/19490> [Agustus 2017]
- Chaer, A. & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik Pengenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawati, U. (2018). *Ragam Bahasa Indonesia*. Klaten: PT. Intan Pariwara.
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus linguistik*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kuntjojo. (2009). *Metodologi Peneliti*. Kediri.
- Marwadi, Sarah, S. (2018). Karakteristik Ragam Bahasa Hukum dalam Teks Qanun Aceh. *Jurnal master bahasa*. Vol. 6, No. 2 [Online]. Dina: <http://jurnal.unsyiah.ac.id/MB/article/view/11655> [Mei 2018]
- Muhammad. (2014). *Metode Penelitian Bahasa*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Nuryani, L. Spk. (2017). Variasi Bahasa pada Pementasan Drama Cipoa dan Sidang para Setan Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Tahun 2017. *Jurnal Widiabastra*. Vol. 06, No.01 [Online]. dina: <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/widyabastra/article/view/3369> [Juni 2018]
- Pateda, M. (1987). *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Prayitno, J. (2014). Ragam Basa Lisan dan Tulisan Siswa Kelas X Jurusan Akomodasi Perhotelan SMK 3 Bogor Tahun Pelajaran 2013-2014. *Jurnal Lokabasa*. Vol. 5, No. 1 [Online]. dina: <http://ejournal.upi.edu/index.php/lokabasa/article/download/3156> [April 2014]

- Purwaningrum, C. A. E. (2018). Jenis ragam dan karakteristik ragam tuturan guru dan siswa dalam pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII A SMP Pangudi Luhur I Kalibawang Tahun Ajaran 2017/2018. *Skripsi* [Online]. dina: <http://repository.usd.ac.id/31186/2/131224096> [Juli 2018]
- Rhamdan, M. I. (2017). *Ragam Basa dina Akun Resmi Line Babandungan*. [Skripsi]. DPBD UPI.
- Sudaryati, S. & Suputra, G. K. A. (2018). Variasi Keformala dalam Wacana Kelas Mahasiswa Angkatan A Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Tadulako. *Jurnal Bahasa dan Sastra*. Vol. 3, No. 5 [Online]. dina: <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/BDS/article/view/10055> [2018]
- Sudrajat, A. & Setiarsih, A. (2017). Analisis Bahasa Dialek Vulgar dan Slang pada Penulisan Status Facebook Siswa SMA yang Bergabung dengan Facebook Anita Setiarsih. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Vol. 10, No. 1 [Online]. dina: <http://journal.uniku.ac.id/index.php/FON/article/view/1030> [2017]
- Suhendar, N. (2016). Ragam Bkyahasa di Kecamatan Pakisjaya Kabupaten Karawang (Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Lokabasa*. Vol. 7, No. 1 [Online]. dina: <http://ejournal.upi.edu/index.php/lokabasa/article/view/3407> [April 2016]
- Vera, N. jeung Wihardi, D. (2012). “Jagongan” Sebagai Bentuk Komunikasi Sosial pada Masyarakat Solo dan Manfaatnya Bagi Pembangunan Daerah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. MAKNA Vol. 2, No. 2. [Online] dina: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/Makna/article/viewFile/108> [Januari 2012]
- Zarija, E. Spk. (2016). Tingkat Ragam Bahasa Ibu Rumah Tangga dan Ibu Karir di Daerah Rumbai Jalan Kartika Sari Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Akbar Juara*. Vol. 1, No. 1 [Online]. dina: <http://akbarjuara.com/index.php/akbarjuara/article/view/7> [Agustus 2016].

2022