

**VARIASI BAHASA DALAM INTERAKSI *BARISTA COFFEE SHOP*  
DI KECAMATAN GUBENG KOTA SURABAYA: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK**  
*Language Variations in Barista Coffee Shop Interaction in Gubeng District, Surabaya  
City: A Sociolinguistic Study*

Naskah Dikirim: 16 Februari 2021; Direvisi: 14 Maret 2021; Diterima: 14 Maret 2021

**Fahmi Arizki Imelda<sup>a</sup>**

**Ni Wayan Sartini<sup>b</sup>**

Universitas Airlangga<sup>a,b</sup>

Pos-el: wahyusekti134@gmail.com<sup>a</sup>

yaniwiratha@yahoo.com<sup>b</sup>

How to cite (in APA style):

Imelda, F.A. & Sartini, N.W. (2020). Variasi Bahasa dalam Interaksi Barista Coffee Shop di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya: Kajian Sociolinguistik. *Etnolinguial*, 4(2), 126—146. <https://doi/10.20473/etno.v4i2.25483>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi bahasa yang digunakan barista coffee shop yang ada di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya serta menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemakaian variasi bahasa dalam komunikasinya. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data berupa kata-kata yang menyangkut adanya variasi bahasa sesuai data yang ada di lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni menggunakan sistem simak, rekam, dan catat berupa tuturan percakapan antara barista coffee shop yang melayani pembelinya. Lokasi penelitian yang diteliti ialah sepuluh coffee shop yang ada di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya. Sesuai dengan hasil yang didapat dari lapangan, variasi bahasa yang digunakan oleh barista dan pembelinya pada saat di coffee shop yakni menggunakan bahasa informal. Seringnya penggunaan bahasa informal pada saat melakukan pelayanan di coffee shop dikarenakan banyaknya pengunjung dari kalangan remaja yang datang ke coffee shop untuk berkumpul bersama teman-temannya. Dalam komunikasi yang terjadi di coffee shop terdapat adanya bahasa campuran yang menjadi ciri dari variasi bahasa yang ada di coffee shop. Bahasa campuran yang terjadi di coffee shop yakni adanya bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia, bahasa Inggris dengan bahasa Jawa, bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia, penutur dan mitra tutur yang keduanya menggunakan menggunakan bahasa Jawa, dan bahasa Slang. Adanya bentuk variasi bahasa yang terjadi di coffee shop juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni faktor usia, faktor keakraban, faktor jenis kelamin, dan faktor situasional.

**Kata kunci:** barista, *coffee shop*, informal, sociolinguistik, variasi bahasa

**Abstract:** This study aims to describe the language variations used by barista in 10 coffee shops

*in Gubeng District, Surabaya City and explain what factors influence the use of language variations in their communication. This qualitative descriptive research is conducted by collecting data in the form of words about language variations that were used by barista in the coffee shops. The data was collected by listening, recording, and taking notes in the form of conversations between coffee shop baristas and their customers. The results of this field study indicated that baristas and buyers at the coffee shop used informal language in their communication. The frequent use of informal language when serving the customers at the coffee shop was due to the large number of teenagers who come to the coffee shop to hang out with their friends. Also, there was a mixed language which is a characteristic of the language variations in the coffee shop. Mixed languages that occur in coffee shops were English with Indonesian language, English with Javanese language, Javanese with Indonesian language, speakers who both used Javanese language and Slang. In addition, the presence of language variations that occurred in coffee shops were also influenced by several factors, namely age, familiarity, gender, and situational factors.*

**Keywords:** *barista, coffee shop, informal, sociolinguistics, language variation*

## **PENDAHULUAN**

Hubungan dalam sebuah interaksi sosial yang menyangkut pada tiap individu dan kelompok mampu memberikan hubungan yang dinamis dan akan mempengaruhi apa yang terjadi pada manusia di dalam sebuah masyarakat. Chaer (2014: 17) menjelaskan bahwa dalam sebuah proses komunikasi terdapat beberapa komponen, yakni (1) adanya pihak yang berkomunikasi sebagai pengirim dan penerima informasi yang dikomunikasikan, yang lazim disebut *partisipan*; (2) informasi yang dikomunikasikan; dan (3) alat yang digunakan dalam komunikasi tersebut. Sebuah proses komunikasi tentunya memiliki informasi yang berupa ide, gagasan, keterangan, atau pesan serta alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut.

Bahasa merupakan sarana yang cukup penting dalam kehidupan bermasyarakat untuk melaksanakan aktivitas sehari-hari khususnya yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Sifat bahasa bersifat sistematis dan juga bersifat sistemis. Beragamnya bahasa yang secara meluas tentunya terdapat variasi bahasa yang terjadi pada saat melakukan interaksi sosial. Variasi bahasa merupakan seperangkat pola tuturan manusia yang mencakup bunyi, kata, dan ciri-ciri gramatikal yang secara unik dapat dihubungkan

dengan faktor eksternal, seperti geografis dan faktor sosial. Variasi bahasa disebabkan oleh adanya kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh masyarakat atau kelompok yang sangat beragam. Menurut Fishman (dalam Chaer dan Agustina, 2010: 36), masyarakat tutur merupakan masyarakat yang setidaknya mengenal satu variasi bahasa dan norma yang sesuai penggunaannya.

Salah satu adanya penggunaan variasi bahasa pada interaksi sosial terjadi pada *coffee shop*. Di tempat tersebut terdapat pelayanan yang dilakukan oleh *barista* dan pembeli yang datang di *coffee shop* tersebut. Tiap *coffee shop* memiliki cara sendiri untuk melayani pembeli yang datang dan memiliki tujuan tertentu disetiap tindakannya. Beberapa faktor tentunya menjadi alasan bahasa seperti apa yang digunakan tiap *barista* untuk melayani pembelinya. Tingkat keakraban, keformalan, usia, atau dari segi sarana merupakan faktor yang menjadikan *barista* yang ada di *coffee shop* memilih variasi apa yang digunakan. Kota yang memiliki *coffee shop* di tiap daerahnya adalah Surabaya dan Salah satu daerah yang dijajaki oleh banyak *coffee shop* terdapat di Kecamatan Gubeng.

Penelitian ini akan memecahkan sebuah rumusan masalah yang diantaranya adalah bagaimanakah variasi bahasa yang digunakan *barista coffee shop* di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya dalam melayani pembelinya dan faktor apa saja yang melatarbelakangi adanya variasi bahasa tersebut. Oleh sebab itu, tujuan dalam penelitian ini mendeskripsikan variasi bahasa yang digunakan *barista coffee shop* di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya dalam melayani pembelinya serta faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi adanya penggunaan variasi bahasa tersebut.

Alasan pemilihan *coffee shop* sebagai objek dalam penelitian ini dikarenakan pada masa ini *coffee shop* menjadi sesuatu yang populer disemua kalangan. Tempat bersantai untuk sekadar menikmati kopi ini memiliki keunggulan dengan fasilitas dan menu yang modern. Pelanggan yang datang pun juga tidak merasa kesusahan untuk mencari *coffee shop* di sekitar Kecamatan Gubeng Surabaya karena banyaknya *coffee shop* yang ada. Alasan banyaknya *coffee shop* di Kecamatan Gubeng ini dikarenakan

banyaknya mahasiswa yang sering berinteraksi sosial di daerah Kecamatan Gubeng. Banyaknya *coffee shop* yang terdapat di sekitar Kecamatan Gubeng juga dikarenakan dengan adanya tempat umum seperti rumah sakit, perusahaan, mall, dan lain-lain. Terdapat 10 *coffee shop* yang akan diteliti oleh peneliti.

## **LANDASAN TEORI**

Terdapat beberapa penelitian yang telah meneliti mengenai variasi bahasa atau yang telah membahas mengenai *coffee shop*. Penelitian pertama mengenai variasi bahasa yang ditulis oleh Rahwati pada tahun 2018 dengan judul “Ragam Bahasa Penjual dan Pembeli di Pasar Puspa Agro Kabupaten Sidoarjo: Kajian Sociolinguistik”. Pada penelitian skripsi tersebut difokuskan pada faktor-faktor yang melatarbelakangi ragam bahasa antara penjual dan pembeli yaitu pangkat sosial dan hubungan kekerabatan. Pada penelitian tersebut ditemukan adanya Warga Negara Asing (WNA) yang menggunakan ragam bahasa Jawa pada saat melakukan kegiatan jual beli di Pasar Puspo Agro Kabupaten Sidoarjo.

Selanjutnya terdapat pula penelitian yang ditulis oleh Waty penelitian skripsi yang berjudul “Pemakaian Bahasa Pedagang dalam Transaksi Penjualan di Pasar Kedinding Surabaya: Kajian Sociolinguistik” yang ditulis pada tahun 2019. Waty memiliki tujuan pada penelitiannya untuk mendeskripsikan tentang pemakaian bahasa yang digunakan oleh pedagang kepada pembeli saat transaksi penjualan dan meneliti mengenai faktor apa saja yang memengaruhinya.

Rochmania pada tahun 2018 juga menulis skripsi yang berjudul “Variasi Bahasa dalam Komunikasi Antarpenutur dalam *Wedding Mahar Agung Organizer* di Surabaya: Kajian Sociolinguistik”. Penelitian yang ditulis menjelaskan mengenai pemakaian bahasa yang digunakan dalam *wedding organizer*. Dian juga menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adanya variasi bahasa tersebut.

Penelitian yang terakhir diteliti oleh Rakhmawati pada tahun 2019 dengan judul “Variasi Bahasa Mahasiswi Universitas Airlangga Asal Pulau Bawean Gresik: Kajian Sociolinguistik”. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif dengan mengumpulkan kata-kata menggunakan teknik rekam dan catat. Terdapat beberapa faktor dalam variasi bahasa pada percakapan mahasiswi asal Bawean.

Penelitian di atas memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Persamaan yang ada terdapat pada penelitian yang meneliti mengenai sebuah *coffee shop* dan terdapat pula yang meneliti menggunakan teori variasi bahasa. Persamaan yang ada juga terdapat pada metode penelitian yang menggunakan metode dekriptif kualitatif. Persamaan yang ada tentunya juga terdapat perbedaan. Sesuai dengan penelitian di atas terdapat perbedaan data dan objek penelitian pada penelitian ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Moleong (2006) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif termasuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini memilih daerah Kecamatan Gubeng untuk diteliti karena banyaknya *coffee shop* yang ada di daerah tersebut. terdapat 10 *coffee shop* yang akan diteliti yang diantaranya adalah Coffee Toffee UNAIR, Pukul Satu Kopi, Kopi Kajo, Diskuupi, Bebys Coffee, TBRK Rumah Kopi 3.0, Forestthree Coffee, Coba Kopi, Kawan Sendu, Kopi Lain Hati. Peneliti meneliti 2 sampai 3 *barista* ditiap *coffee shop* yang pada saat itu melayani pelanggannya. Dari *coffee shop* yang telah dipilih maka yang dijadikan sumber data dapat berupa tuturan dan tindakan yang dilakukan oleh *barista coffee shop* dalam melayani pembelinya.

Bentuk observasi partisipan dipilih untuk mengumpulkan data yang didapat saat melakukan penelitian. Pengamatan ini dapat menjadi alat yang ampuh untuk situasi yang rumit dan untuk perilaku yang lebih kompleks. Penelitian ini menggunakan teknik simak, rekam, dan catat. Metode tersebut dapat memiliki arah yang khusus, sistematis, dan dapat dibuktikan sesuai dengan apa yang disampaikan. Dalam melakukan objek pengamatan, pencatatan merupakan sesuatu yang perlu dilakukan secara langsung agar tidak ada keterbatasan pada daya ingat. Bentuk yang akan dianalisis ialah bagaimana interaksi *barista coffee shop* kepada pembeli yang usianya kurang lebih setara, pembeli yang usianya lebih tua, dan *barista* yang melayani temannya sendiri sebagai pembeli dengan penggunaan bahasa Inggris, bahasa Jawa, bahasa Indonesia bahkan adanya bahasa kekinian atau bahasa slang dan dianalisis sesuai dengan faktor-faktor yang menjadikan adanya variasi bahasa tersebut.

## **PEMBAHASAN**

Hasil temuan peneliti mengenai “Variasi Bahasa dalam Interaksi *Barista Coffee Shop* di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya: Kajian Sociolinguistik” akan diklasifikasikan menurut variasi bahasanya dan menggunakan bentuk kata-kata yang mudah dipahami untuk menjabarkan hasil penelitian. Penyajian hasil analisis data dalam bentuk percakapan akan ditranskripsikan dalam bentuk (1) percakapan bahasa asing (Inggris) dengan bahasa Indonesia, (2) bahasa Asing (Inggris) dengan bahasa Jawa, (3) bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia, (4) penutur dan mitra tutur yang keduanya menggunakan bahasa Jawa, dan yang terakhir (5) bahasa slang atau bahasa kekinian. Dari data yang akan diklasifikasikan akan ditemukan faktor apa saja yang menjadi penyebab adanya variasi bahasa tersebut. Berikut adalah hasil penelitian yang didapat oleh peneliti:

**Bentuk–Bentuk Variasi Bahasa *Barista Coffee Shop* di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya dalam Melayani Pembelinya**

*Variasi Bahasa Asing (Inggris) dengan Bahasa Indonesia*

Bahasa asing kini digunakan di berbagai tempat karena pengaruh zaman yang semakin maju. Tanpa disadari penggunaan bahasa asing (Inggris) yang digunakan dengan bahasa Indonesia akan mengakibatkan adanya variasi bahasa. Penggunaan variasi bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia biasanya digunakan oleh kalangan remaja agar terlihat lebih modern. Kebiasaan komunikasi yang terjadi di *coffee shop* tersebut menjadikan mitra tutur akan memahami apa arti yang dibicarakan. Berikut hasil temuan data mengenai bentuk variasi bahasa asing (Inggris) dengan bahasa Indonesia dalam pelayanan *barista coffee shop* yang ada di Kecamatan Gubeng.

Data (1)

*Barista* : “Disini *oreo and cream*-nya **best seller** kak”

Pembeli : “Selain itu ada lagi nggak mas?”

*Barista* : “*Regal and cream* kak, itu juga *best seller*”

Pembeli : “Yaudah *regal and cream* aja kak”

Data 1: 06/02/2020/FT

Percakapan di atas menjelaskan bahwa *barista* juga harus memahami apa yang banyak diminati oleh pelanggannya dan menu apa saja yang menjadi kesukaan pelanggannya. Data yang didapat dari *coffee shop* Forestthree ini menjelaskan bahwa adanya variasi bahasa asing dan nama menu yang dijual dengan menggunakan bahasa asing. *Barista coffee shop* tersebut menggunakan kata *best seller* yang memiliki arti menu terlaris atau menu yang banyak disukai oleh pelanggan *coffee shop* tersebut. Adanya kata *best seller* menjadikan *barista* juga harus mengamati apa saja yang menjadi menu yang disukai oleh pelanggannya.

Masuknya bahasa asing yang diujarkan *barista* tersebut merupakan suatu kata yang tidak jarang digunakan oleh masyarakat pada umumnya. Penggunaan kata *best seller* digunakan untuk mengartikan menu apa yang memiliki banyak peminat. *Barista* juga dapat mempromosikan menu yang ada di *coffee shop*-nya kepada pembeli yang datang

dengan menjelaskan menu apa saya yang *best seller*. Penggunaan kata asing yang digunakan oleh *barista* tersebut karena identitas sebuah *coffee shop* yang modern sehingga terdapat beberapa istilah yang digunakan dalam bahasa asing.

Data (2)

*Barista* : “Mau pesan apa, kak?”

Pembeli : “Es kopi susu *doubleshot* satu ya mas”

Data 2: 06/02/2020/KJ

Percakapan di atas terjadi di *coffee shop* Kajo. Bahasa asing yang digunakan pada percakapan di atas ialah dengan adanya kata *doubleshot*. Kata *doubleshot* memiliki arti bahwa pembeli menginginkan kopi yang pekat di dalam minumannya sehingga campur rasa kopi lebih diperdalam daripada susu yang ada pada minuman tersebut. Variasi bahasa asing yang masuk ke dalam bahasa Indonesia menjadikan *barista* dan pembeli paham dengan apa yang dimaksud sesuai dengan konteks yang dituturkan. Dalam tuturan percakapan tersebut, penggunaan kata *doubleshot* cukup dimengerti oleh seseorang yang paham mengenai jenis kopi. Kata *doubleshot* sering diujarkan kepada pembeli yang meminta tambahan kopi dipesanannya. Adanya konteks dalam bahasa asing tersebut digunakan untuk menerangkan dan menjelaskan tambahan menu yang disampaikan oleh pelanggannya sehingga *barista* dapat meracik kopi yang diinginkan pembelinya sesuai dengan pesanannya.

### ***Variasi Bahasa Asing (Inggris) dengan Bahasa Jawa***

Adanya variasi bahasa asing dan bahasa Jawa juga terjadi dalam interaksi komunikasi yang ada di *coffee shop*. Pelanggan yang datang di *coffee shop* juga tentunya dari etnis yang berbeda sehingga menjadikan adanya bahasa campuran. Penggabungan antara bahasa Inggris dan bahasa Jawa tentunya memiliki makna yang cocok sesuai apa yang telah dibicarakan oleh penutur dan mitra tutur. Penggunaan bahasa Jawa tentunya

memiliki identitas tersendiri sehingga mitra tutur memahami apa yang telah disampaikan oleh penutur

Data (3)

Pembeli : “Dafa *shift* jam berapa, mas?”

*Barista* : “Jam telu mas, lapo mas *nunggoi* arek iku?”

Data 3: 07/02/2020/DS

Data yang didapat di *coffee shop* Diskuupi, dalam percakapan ini terdapat kalimat yang berasal dari bahasa daerah. Diantaranya terdapat kata *nunggoi* yang memiliki arti menunggu. Percakapan ini terjadi pada saat pembeli menanyakan temannya yang juga bekerja menjadi *barista* di *coffee shop* tersebut. Kalimat yang disampaikan oleh *barista* tersebut dengan menggunakan bahasa daerah menunjukkan faktor keakraban dengan menganggap pembeli tersebut juga temannya agar menciptakan suasana yang nyaman pada saat di *coffee shop* tersebut. Adanya variasi bahasa juga terlihat pada penggunaan bahasa asing yakni *shift*. Arti dari kata *shift* adalah pergeseran. Maksud penggunaan kata tersebut menanyakan jadwal kerja temannya yang bekerja di *coffee shop* tersebut. penggunaan kata *shift* digunakan oleh *barista* untuk menanyakan jadwal kerjanya yang telah disepakati bersama oleh *barista* yang lainnya.

Data (4)

Pembeli : “Mas, *white rabbitnya* satu ya mas”

*Baristai* : “Oke mas”

Pembeli : “Mas, aku *onok acara maneh*, bisa nggak yo mas aku titip tiket lagi sama sekalian minta tolong dibantu nge-*share*”

*Barista* : “Boleh mas yo kayak biasane tapi hubungi aku sek buat postere”

Pembeli : “Oke mas siap”

Data 4: 10/02/2020/PS

Adanya variasi bahasa terjadi pada saat pembeli yang telah akrab dengan *barista* tersebut menggunakan kata *share* yang memiliki arti bagikan. Kata tersebut digunakan

pada saat pembeli tersebut meminta tolong kepada *barista* tersebut untuk Pukul Satu Kopi mempromosikan acara yang dilaksanakan oleh pembeli tersebut. Banyaknya pelanggan yang datang maka *coffee shop* juga siap sedia sebagai tempat untuk mempromosikan kegiatan yang dilakukan mahasiswa yang ada. Kata *share* yang dikatakan oleh pembeli tersebut untuk meminta tolong agar akun sosial media Pukul Satu Kopi juga membagikan informasi mengenai acara yang akan dilaksanakan oleh pembeli tersebut.

Percakapan tersebut juga menggunakan bahasa Jawa karena faktor keakraban yang terjadi. Kata *onok acara maneh* merupakan kosakata bahasa Jawa yang memiliki arti ada acara lagi. Penggunaan kata “lagi” menjelaskan bahwa setidaknya pembeli tersebut pernah membahas mengenai acara yang sedang dikerjakannya. Percakapan di atas terjadi di *coffee shop* Pukul Satu Kopi, pada percakapan di atas terlihat pembeli dan *barista* yang sepertinya sudah kenal dan pembeli tersebut juga sering datang ke *coffee shop* tersebut. Penilaian tersebut terlihat akrab pada saat pembeli meminta tolong untuk mempromosikan acaranya. Adanya penggunaan alih kode pada percakapan di atas didasari oleh sikap yang sudah saling kenal sehingga menjadikan adanya bahasa Jawa yang memiliki kesan akrab.

### ***Variasi Bahasa Jawa dengan Bahasa Indonesia***

Bahasa Indonesia adalah bahasa ibu yang sering digunakan dalam berkomunikasi untuk memudahkan pemahaman apa yang telah dibicarakan oleh penutur dan mitra tutur. Namun dengan adanya bahasa ibu, dalam interaksi yang ada di *coffee shop* juga sering menggunakan bahasa daerah atau bahasa Jawa. Campuran bahasa tersebut tentunya menjadikan adanya variasi bahasa dimana terdapat makna atau arti dalam suatu istilah. Penggunaan bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia tentunya dikarenakan mayoritas *barista* dan pembeli yang datang di *coffee shop* tersebut merupakan masyarakat dengan etnis Jawa.

Data (5)

Pembeli : “Mbak, kalau aku pesen es kopi jatuh cinta bisa kamu cintai juga nggak mbak?”

*Barista* : “Waduh mas”

Pembeli : “**Temenan** iki mbak”

*Barista* : “Jadinya pesan yang apa ya mas?”

Data 5: 07/02/2020/KL

Data percakapan di atas terjadi di *coffee shop* Kopi Lain Hati. Situasi yang terjadi pada percakapan di atas terlihat seorang pembeli yang coba untuk merayu pembelinya. Menu yang diberikan di *coffee shop* Kopi Lain Hati memang diberi nama dalam bentuk cinta sehingga pada kesempatan tersebut menjadikan seorang pembeli laki-laki yang mencoba untuk merayu *barista* tersebut. Dalam data di atas yang didapat, terdapat adanya variasi bahasa dialek lokal yang diujarkan oleh pembeli tersebut. Kata *temenan* memiliki arti dalam bahasa Indonesia yakni sebuah keseriusan. Istilah kata tersebut digunakan karena *barista* di *coffee shop* tersebut menghiraukan rayuan yang dilontarkan oleh pembeli tersebut dan segera menanyakan menu pesananan apa yang akan dipesan oleh pembeli tersebut. Ungkapan yang diujarkan oleh pembeli tersebut berubah dari bahasa Indonesia menjadi bahasa Jawa dengan tujuan agar suasana menjadi lebih akrab dan dapat berbicara lebih santai.

Data (6)

*Barista* : “Selamat malam umi, mau pesan apa?”

Pembeli : “Kopi susu hangat mas, sama sebentar nunggu anak saya”

*Barista* : “Oke **enggeh** bu”

Pembeli : “Tambah es *black tea* mas. Yang kopi susu hangat sudah ya mas?”

*Barista* : “**Sampun** umi”

Data 6: 12/02/2020/TB

Percakapan di atas terjadi di *coffee shop* TBRK pada saat terdapat satu keluarga yang datang ke *coffee shop* tersebut. Pemesanan dilakukan oleh seorang ibu yang memilih

menu di *coffee shop* tersebut. Adanya sebuah faktor sopan santun maka *barista* TBKR menggunakan dua kata variasi bahasa Jawa. Kata pertama yang digunakan adalah *enggeh* yang dalam Bahasa Indonesia memiliki arti iya. Kata tersebut digunakan pada saat *barista* menunggu pesanan apa saja yang dipilih oleh pembelinya. Kata yang kedua adalah *sampun* yang memiliki arti sudah dalam bahasa Indonesia. *Barista coffee shop* tersebut menggunakan kata *sampun* pada saat pembeli tersebut menanyakan terkait pesanan yang dipesan. Pemilihan kata yang digunakan oleh *barista* tersebut sehingga terdapat adanya variasi bahasa Jawa adalah untuk memberikan sikap sopan kepada pembeli yang usianya lebih tua.

### ***Variasi Bahasa Jawa***

Komunikasi dengan menggunakan bahasa Jawa didasari oleh faktor keakraban antara penutur dan mitra tutur. Variasi bahasa Jawa yang terjadi di dalam sebuah *coffee shop* tentunya terjadi karena adanya faktor keakraban antara penutur dan mitra tutur sehingga keduanya menggunakan bahasa Jawa pada saat berkomunikasi di *coffee shop* tersebut. Variasi bahasa tersebut biasanya terjadi antara *barista* yang melayani temannya sehingga tidak adanya sebuah batasan meskipun *barista* tersebut sedang menjalankan sebuah pekerjaan.

Data (7)

Pembeli : “Es kopi Jepang enak ta?”

*Barista* : “Enak, ***jajalen*** ta”

Data 7: 10/02/2020/PS

Pada data di atas terjadi di *coffee shop* Pukul Satu Kopi. Percakapan di atas terjadi karena adanya faktor keakraban karena pembeli dan *barista* saling kenal. Teman *barista* yang datang sebagai pembeli mencoba menanyakan salah satu menu *coffee shop* tersebut. Adanya variasi bahasa dialek lokal pada saat *barista* Pukul Satu Kopi menggunakan kata *jajalen*. Kata tersebut memiliki arti dalam bahasa Indonesia yakni

dicoba. Istilah tersebut digunakan pada saat *barista* menganggap menu yang dipertanyakan oleh pembeli tersebut dan *barista* tersebut memberi saran untuk mencoba menu yang disarankan.

Data (8)

Pembeli : “Di, aku tak *mbalek* yo”

*Barista* : “Iyo ati-ati”

Pembeli : “Iyo *suwon*”

Data 8: 13/02/2020/CB

Data di atas terjadi pada saat pembeli *coffee shop* Coba Kopi untuk berpamitan pulang kepada temannya yang bekerja di *coffee shop* tersebut. Terdapat adanya dua dialek lokal yang digunakan pada percakapan di atas. Kata pertama yang digunakan adalah *mbalek*. Kata tersebut memiliki arti kata kembali atau berpamitan untuk pulang. Penggunaan kata *mbalek* digunakan untuk salam perpisahan atau sebagai tanda bahwa penutur berpamitan pulang.

Adanya penggunaan dialek lokal yang kedua adalah kata *suwon* yang memiliki arti terima kasih. Penggunaan kata *suwon* terlihat pada saat pembeli tersebut berpamitan pulang dan *barista* tersebut mengucapkan hati-hati agar pembeli tersebut selamat pada saat perjalanan pulang. Penggunaan kata *suwon* merupakan ucapan terima kasih yang diucapkan oleh *barista* tersebut kepada pembelinya yang menyempatkan untuk datang di *coffee shop* tersebut.

### ***Variasi Bahasa Slang***

Penggunaan bahasa yang tidak baku biasanya digunakan di kalangan remaja dengan situasi tidak formal atau santai. Penggunaan bahasa tersebut disesuaikan pada situasi ketika penutur dan mitra tutur berbicara. Penggunaan bahasa baku yang ada di kalangan remaja dikenal dengan istilah slang. Bahasa tersebut hanya digunakan dan dimengerti oleh sekelompok atau komunitas tertentu. Bahasa slang merupakan satuan

ekspresi atau kata-kata yang telah mengalami perubahan bentuk dan makna. Munculnya bahasa slang akibat adanya pengaruh lingkungan yang tanpa sadar telah menjadi bahasa keseharian bagi suatu kelompok. *Coffee shop* yang notabene sering didatangi oleh para remaja tentunya menjadikan adanya ujaran bahasa slang.

Data (9)

Pembeli : “Loh kerja disini?”

*Barista* : “Hahaha iya bos ***gabut*** aku”

Pembeli : “Mantap yo ngunu produktif”

Data 9: 09/02/2020/BB

Percakapan di atas terjadi di *coffee shop* Bebys. Data tersebut terlihat pembeli yang sempat kaget melihat temannya bekerja di *coffee shop* tersebut. Terdapat adanya bahasa kekinian yang diucapkan *barista* tersebut. Kata *gabut* tersebar di daerah Surabaya yang memiliki arti tidak ada kerjaan. Faktor keakraban sangat melekat dalam percakapan yang ada sehingga dalam percakapan ini muncul kata kekinian yang dipahami oleh penutur dan mitra tutur.

Data (10)

*Barista* : “Nanti minumannya diantar ya mas. Duduknya dimana?”

Pembeli : “Di luar mbak ambek ***sebat***”

Data 10: 09/02/2020/BB

Bahasa slang atau bahasa kekinian yang digunakan dalam percakapan di atas. Data tersebut didalam percakapan yang terjadi *coffee shop* Bebys. Pada percakapan di atas terjadi pada saat *barista* menanyakan dimana tempat duduk pembelinya tersebut. *Coffee shop* Bebys terdiri dari dua tempat yakni *indoor* dan *outdoor*. Pembeli tersebut memberikan maksud bahwa duduk di luar dengan memberi penjelasan *ambek sebat*. Kata *ambek sebat* memiliki arti sedang merokok. Istilah tersebut digunakan bagi para perokok karena maksud dari kata tersebut adalah sedang menghisap satu putung rokok.

### **Faktor yang Mempengaruhi Variasi Bahasa pada *Barista* dan Pembeli *Coffee Shop* di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya**

Chaer dan Agustina (2014: 64) menjelaskan bahwa variasi bahasa yang disebabkan oleh penuturnya disebut sebagai variasi bahasa sosiolek. Variasi bahasa tersebut berkenaan dengan status, golongan, dan kelas sosial para penuturnya. Di samping itu, variasi bahasa sosiolek dapat menyangkut masalah pribadi penuturnya, seperti usia, pendidikan, seks, pekerjaan, tingkat kebangsawanan, keadaan sosial ekonomi, dan lain sebagainya. Adanya bahasa dalam proses komunikasi tentunya tidak dapat disamaratakan karena di dalam sebuah komunikasi terdapat adanya variasi bahasa. Munculnya sebuah variasi bahasa tentunya disebabkan oleh beberapa faktor.

Bentuk pemakaian bahasa yang digunakan oleh *barista coffee shop* kepada pembeli sebagai lawan tuturnya tentunya juga berbeda-beda. Sesuai dengan tempatnya bahwa *coffee shop* merupakan tempat untuk berinteraksi seperti untuk berkumpul bersama teman atau hanya untuk sekadar bersantai maka bahasa yang digunakan berbentuk informal. Penggunaan bahasa informal dilakukan di tiap *coffee shop* dengan tujuan untuk membuat suasana yang menyenangkan sehingga pembeli nyaman untuk datang di *coffee shop* tersebut. Peristiwa komunikasi yang terjadi antara *barista coffee shop* dan pembelinya akan menyebabkan sebuah variasi bahasa yang ditimbulkan oleh beberapa faktor.

#### ***Faktor Usia***

Bentuk pemakaian bahasa yang digunakan oleh *barista coffee shop* kepada pembeli sebagai lawan tuturannya tentunya juga berbeda-beda. Sesuai dengan tempatnya bahwa *coffee shop* merupakan tempat untuk berinteraksi seperti untuk berkumpul bersama teman atau hanya untuk sekadar bersantai maka bahasa yang digunakan berbentuk informal. Penggunaan bahasa informal dilakukan di tiap *coffee shop* dengan tujuan untuk membuat suasana yang menyenangkan sehingga pembeli nyaman untuk

datang di *coffee shop* tersebut. Peristiwa komunikasi yang terjadi antara *barista coffee shop* dan pembelinya akan menyebabkan sebuah variasi bahasa yang ditimbulkan oleh beberapa faktor.

Data (6)

*Barista* : “Selamat malam umi, mau pesan apa?”

Pembeli : “Kopi susu hangat mas, sama sebentar nunggu anak saya”

*Barista* : “Oke *enggeh* bu”

Pembeli : “Tambah es *black tea* mas. Yang kopi susu hangat sudah ya mas?”

*Barista* : “*Sampun* umi”

Data 6: 12/02/2020/TB

Pada data (6) juga ditemukan adanya faktor usia yang menjadikan adanya variasi bahasa dalam percakapan di atas. Ditemukan data pada percakapan di atas seorang ibu yang datang ke *coffee shop* bersama suami dan satu anaknya. *Barista* yang melayani menggunakan kata panggilan atau sapaan *umi* dan *ibu*. Kata panggilan tersebut digunakan untuk seseorang wanita dewasa dalam bentuk sopan. *Coffee shop* yang jarang ditangani oleh seorang ibu-ibu menjadikan *barista* yang melayani cukup bersikap semi formal untuk melayani pembelinya tersebut. *Barista* tersebut juga menggunakan bahasa Jawa krama inggil.

### ***Faktor Keakraban***

Adanya faktor keakraban sering terjadi di dalam sebuah *coffee shop*. Suasana yang memang diatur santai agar menjadikan suasana yang nyaman, maka tiap *barista* memiliki sifat saling terbuka kepada pembelinya. Keakraban yang secara spontan terjadi kepada orang terdekat seperti keluarga, teman, atau sahabat. Faktor keakraban dalam sebuah komunikasi terjadi karena telah adanya kedekatan emosional dan saling mengerti satu sama lain.

Data (9)

Pembeli : “Loh kerja disini?”

*Barista* : “Hahaha iya bos **gabut** aku”

Pembeli : “Mantap yo ngunu produktif”

Data 9: 09/02/2020/BB

Pada data (9) terlihat adanya faktor keakraban dimana terdapat adanya penggunaan kata *bos*. Penggunaan kata panggilan tersebut tidak diperuntukkan kepada seseorang yang memiliki tingkat kedudukan yang tinggi dalam sebuah pekerjaan, tetapi penggunaan kata tersebut digunakan oleh penutur karena mitra tutur telah membantu penutur. Adanya faktor keakraban yang terjadi maka tidak akan adanya rasa besar kepala pada saat penutur menggunakan kata istilah *bos*.

### ***Faktor Jenis Kelamin***

*Coffee shop* memiliki pembeli yang tidak memandang gender. Lelaki maupun wanita sering untuk berkumpul bersama teman-temannya untuk bersantai atau berdiskusi di sebuah *coffee shop*. Dalam sebuah komunikasi yang terjadi di *coffee shop* antara *barista* dan pembeli tentunya memiliki sebuah faktor jenis kelamin yang dapat menimbulkan variasi bahasa. Faktor pada jenis kelamin yang dapat menjadikan suatu variasi bahasa terlihat pada saat *barista* memilih nama panggilan untuk pembelinya

Data (4)

Pembeli : “Mas, *white rabbitnya* satu ya mas”

*Barista* : “Oke mas”

Pembeli : “Mas, aku ***onok acara maneh***, bisa nggak yo mas aku titip tiket lagi sama sekalian minta tolong dibantu nge-***share***”

*Barista* : “Boleh mas yo kayak biasane tapi hubungi aku sek buat postere”

Pembeli : “Oke mas siap”

Data 4: 10/02/2020/PS

Pada data (4) terlihat adanya variasi bahasa dari faktor jenis kelamin. Percakapan di atas terjadi antara penutur dan mitra tutur yang memiliki kesamaan jenis kelamin, yakni laki-laki. Adanya kesamaan jenis kelamin terlihat pada saat *barista* dan pembeli tersebut menggunakan kata panggilan *mas*. Kata panggilan *mas* biasanya digunakan untuk laki-laki yang sudah pernah ketemu tetapi belum kenal terlalu dekat atau bisa juga digunakan untuk laki-laki yang usianya tidak jauh lebih tua dari penutur.

### ***Faktor Situasional***

Faktor yang menyebabkan adanya variasi bahasa juga disebabkan oleh situasi yang terjadi di *coffee shop* tersebut. Adanya faktor situasional disebabkan oleh siapa lawan tutur yang berinteraksi oleh *barista coffee shop* tersebut. Bahasa yang digunakan di dalam *coffee shop* tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia saja. Terdapat pula adanya bahasa Inggris, bahasa Jawa bahkan adanya bahasa kekinian atau yang sering disebut sebagai bahasa slang sehingga pada ujaran yang disampaikan menyebabkan adanya variasi bahasa.

Adanya variasi bahasa asing atau bahasa Inggris biasa digunakan apabila tiap *barista* atau pembeli menyebutkan istilah yang biasa digunakan di *coffee shop*. Karena semakin majunya perkembangan global maka terdapat beberapa kata yang berbahasa Indonesia dirubah ke dalam bahasa Inggris. Dengan adanya istilah bahasa asing yang digunakan di *coffee shop* tersebut menjadikan penutur dan mitra tutur pun paham mengenai konteks apa yang disampaikan. Kata-kata bahasa Inggris yang menjadikan adanya variasi bahasa tersebut juga ditentukan sesuai dengan SOP atau prosedur tiap *coffee shop* untuk mengartikan sebuah makna.

Situasi selanjutnya adalah dengan adanya variasi bahasa jawa dan bahasa slang. Penggunaan bahasa Jawa dan bahasa slang biasanya digunakan kepada mitra tutur yang merupakan temannya sendiri. Adanya penggunaan bahasa tersebut disebabkan oleh faktor keakraban yang menjadikan situasi pada *coffee shop* tersebut menjadi tempat berkumpul

tanpa memandang status antara *barista* atau pembeli tetapi *barista* juga tetap melayani apa yang telah dipesan oleh mitra tutur.

## **SIMPULAN**

Manusia memiliki hubungan sosial yang ditunjang dengan adanya kontak sosial. Proses kontak sosial tersebut terjadi pada saat tiap manusia berkomunikasi dengan sesamanya. Dalam sebuah komunikasi tentunya terdapat adanya variasi bahasa yang disebabkan oleh interaksi sosial dari seseorang atau suatu kelompok yang sangat beragam. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi tentunya berkaitan dengan siapa yang menjadi penutur, kepada siapa ujaran tersebut disampaikan, kapan, dimana, dan mengenai apa yang dibahas dalam komunikasi tersebut.

Adanya variasi bahasa juga terjadi di *coffee shop* yang menjadi tempat berinteraksi untuk berkumpul bersama teman-teman atau bersantai. Pengunjung yang datang di *coffee shop* juga dari berbagai macam umur dan etnis sehingga menjadikan adanya variasi bahasa. *Coffee shop* telah menyebar diberbagai kota, khususnya di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya. Pengunjung yang datang di *coffee shop* tersebut kebanyakan para remaja yang menghabiskan waktu bersama teman-temannya.

Setelah melakukan penelitian dan menganalisis data mengenai variasi bahasa pada proses komunikasi pelayanan *barista coffee shop* dan pembelinya, terbukti dalam *coffee shop* tersebut memiliki banyak variasi bahasa yang beragam. Dapat dilihat dengan adanya campur bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia, bahasa Inggris dengan bahasa Jawa, bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia, penutur dan mitra tutur yang menggunakan bahasa Jawa, bahkan adanya bahasa kekinian atau bahasa slang. Dari analisis data yang telah dikelompokkan dapat dilihat bahwa adanya variasi bahasa yang dominan terlihat pada saat penggunaan bahasa asing yang diujarkan. Bahasa asing tersebut menjadi dominan karena para remaja yang mengikuti perkembangan globalisasi dan dengan penggunaan bahasa Inggris terlihat lebih modern.

Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pengunjung yang datang di *coffee shop* dari berbagai daerah. Bahasa yang digunakan di *coffee shop* adalah bahasa informal sehingga komunikasi yang terjadi juga terlihat santai dan akrab. Para remaja yang sering datang ke *coffee shop* tersebut sering menggunakan bahasa Inggris untuk mengungkapkan suatu nama lain dari sebuah kata. Penggunaan bahasa asing tersebut dipengaruhi oleh globalisasi sehingga terlihat lebih bergengsi. Meskipun dengan adanya variasi bahasa dari bahasa Inggris tetapi bahasa Jawa juga sering digunakan pengunjung untuk melakukan komunikasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, I. (2009). *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2014). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Keraf, G. (1994). *Komposisi Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. NTT: Nusa Indah.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nababan, P. W. (1986). *Sosiolinguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Putri, G. (2013). *Fungsi Coffee Shop bagi Masyarakat Surabaya*. Skripsi, Universitas Airlangga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Surabaya.
- Rahmawati, I. T. (2018). *Ragam Bahasa Penjual dan Pembeli di Pasar Puspa Agro Kabupaten Sidaorjo: Kajian Sosiolinguistik*. Skripsi, Universitas Airlangga, Fakultas Ilmu Budaya, Surabaya.
- Rahmawati, R. A. (2019). *Variasi Bahasa Mahasiswi Universitas Airlangga Asal Pulau Bawean Gresik: Kajian Sosiolinguistik*. Skripsi, Universitas Airlangga, Fakultas Ilmu Budaya, Surabaya.
- Rochmania, D. D. (2018). *Variasi Bahasa dalam Komunikasi Antarpemutakhir dalam Wedding Mahar Agung Organizer di Surabaya: Kajian Sosiolinguistik*. Skripsi, Universitas Airlangga, Fakultas Ilmu Budaya, Surabaya.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University.
- Verhaar, J. W. (2012). *Asas-Asas Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Waty, I. K. (2018). *Pemakaian Bahasa Pedagang dalam Transaksi Penjualan di Pasar*

Imelda, F.A. (2020). Variasi Bahasa dalam....

*Kedinding Surya Surabaya: Kajian Sociolinguistik.* Skripsi, Universitas Airlangga, Fakultas Ilmu Budaya, Surabaya.