

Diglosia dan Pilihan Bahasa dalam Transaksi "Eco-Friendly" di Pasar Modern versus Pasar Tradisional: Studi Sociolinguistik di Kota Medan

Devi Silaban¹, Irma Laura Elizabet Hutauruk², Najwa Syalsabila³,
Nency Siagian⁴, Putri Dea Shapitri⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: devsilaban05@gmail.com¹, laurahutauruk2018@gmail.com²,
nazwasyalsabilla8@gmail.com³, nencysiagian0408@gmail.com⁴,
putridheasapitri02@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana perbedaan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Medan tercermin secara mendalam melalui pilihan bahasa, pola diglosia, kesadaran ekologi, dan konstruksi identitas sosial-ekonomi pelaku transaksi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain etnografi linguistik, observasi dilakukan di tiga lokasi: Indomaret MMTC, Swalayan Maju Bersama MMTC, dan Pasar Tradisional MMTC. Peneliti mengamati dan merekam percakapan antara kasir dan pembeli terkait penggunaan kantong belanja. Data dikumpulkan dari 2 kasir Indomaret, 2 kasir Swalayan Maju Bersama, dan 2 pedagang di pasar tradisional, dengan total 48 tuturan yang dianalisis. Ditemukan bahwa Indomaret tidak lagi menyediakan kantong plastik namun juga tidak menawarkan alternatif pengganti. Swalayan Maju Bersama masih menggunakan kantong plastik putih dan menyediakan tas kain di samping kasir, namun tidak ditawarkan secara aktif kepada pembeli. Pasar tradisional masih menggunakan kantong plastik (kresek) secara bebas. Pola bahasa yang ditemukan mengonfirmasi diglosia berlapis: bahasa Inggris sebagai super-H di supermarket, bahasa Indonesia formal sebagai H, dan bahasa daerah atau informal sebagai L di pasar tradisional.

Kata Kunci: Diglosia; Pilihan Bahasa; Kesadaran Ekologi; Kelas Sosial; Pasar Tradisional; Pasar Modern; Kota Medan

ABSTRACT

This study examines in depth how differences between traditional and modern markets in Medan are reflected through language choice, diglossia patterns, ecological awareness, and socioeconomic identity construction. Using a qualitative approach with a linguistic ethnographic design, observations were conducted at three sites: Indomaret MMTC, Swalayan Maju Bersama MMTC, and the MMTC Traditional Market. Participants included 2 Indomaret cashiers, 2 Swalayan Maju Bersama cashiers, and 2 traditional market traders, yielding 48 utterances analyzed. Findings reveal that Indomaret no longer provides plastic bags and does not offer alternatives; Swalayan Maju Bersama still uses white plastic bags while cloth bags sit beside the counter untouched; and the traditional market continues free use of kresek. Language patterns confirm a layered diglossia structure: English as super-H variety in modern retail, formal Indonesian as H, and regional languages or informal Indonesian as L in the traditional market.

Keywords: diglossia; language choice; ecological awareness; social class; traditional market; modern market; Medan

PENDAHULUAN

Permasalahan sampah plastik telah menjadi salah satu isu lingkungan global yang semakin mendapatkan perhatian dalam beberapa dekade terakhir. Penggunaan plastik yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari menyebabkan peningkatan jumlah sampah yang sulit terurai dan berpotensi mencemari lingkungan. Kantong plastik sekali pakai merupakan salah satu penyumbang terbesar pencemaran lingkungan karena penggunaannya yang masif dalam sektor perdagangan dan konsumsi masyarakat. Sebagai upaya mengurangi dampak tersebut, berbagai negara mulai menerapkan kebijakan pembatasan penggunaan plastik dan mendorong penggunaan alternatif yang lebih ramah lingkungan (Stibbe, 2021). Di Indonesia, arus kesadaran lingkungan ini bertemu dengan realitas sosial yang kompleks, yaitu masyarakat yang multibahasa, multietnis, dan multikelas dengan cara yang beragam dalam memahami serta mengekspresikan kepedulian terhadap lingkungan. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor P.75/MENLHK/SETJEN/KUM.1/10/2019 tentang peta jalan pengurangan sampah oleh produsen yang mulai diimplementasikan di kota-kota besar sejak tahun 2019. Namun, implementasi kebijakan tersebut belum berlangsung secara seragam di seluruh lapisan masyarakat.

Meskipun kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik telah diterapkan, aspek kebahasaan yang menyertai implementasinya masih jarang memperoleh perhatian. Dalam masyarakat multibahasa seperti Kota Medan, pilihan bahasa yang digunakan dalam transaksi sehari-hari tidak pernah bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial seperti identitas etnis, tingkat pendidikan, usia, pekerjaan, serta status sosial ekonomi. Keragaman bahasa yang terdapat di Kota Medan menjadikan interaksi masyarakat berlangsung dalam situasi kebahasaan yang sangat dinamis karena penutur dapat menggunakan bahasa Indonesia, bahasa daerah, maupun campuran keduanya sesuai dengan lawan bicara dan konteks komunikasi yang dihadapi. Menurut Lubis (2020), keberagaman bahasa di Kota Medan mencerminkan kompleksitas hubungan sosial masyarakat multietnis yang terus membentuk pola komunikasi khas dalam kehidupan perkotaan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya hubungan yang erat antara bahasa, identitas sosial, dan praktik komunikasi dalam berbagai ranah kehidupan masyarakat.

Urgensi penelitian ini bertumpu pada pentingnya memahami bagaimana pilihan bahasa membentuk penyampaian dan penerimaan pesan mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik dalam interaksi jual beli. Bahasa memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan dan penyampaian pemahaman mengenai lingkungan karena cara individu membicarakan isu lingkungan, baik melalui pilihan kata, ragam bahasa, maupun tingkat formalitas tuturan, tidak hanya mencerminkan kesadaran ekologis, tetapi juga merepresentasikan identitas sosial, status ekonomi, dan latar belakang budaya penuturnya. Fenomena tersebut dapat diamati melalui perbandingan antara pasar modern dan pasar tradisional sebagai dua ruang ekonomi yang memiliki karakteristik sosiolinguistik yang kontras. Selama ini, implementasi

kebijakan pengurangan kantong plastik lebih banyak dikaji dari perspektif lingkungan, ekonomi, atau perilaku konsumen. Padahal, keberhasilan kebijakan tersebut juga dipengaruhi oleh aspek komunikasi yang terjadi antara pelaku transaksi. Dalam perspektif ekolinguistik, bahasa memiliki peran strategis dalam membentuk cara pandang manusia terhadap lingkungan dan mendorong terbentuknya perilaku yang lebih berkelanjutan (Stibbe, 2021). Sebaliknya, penelitian yang secara khusus membandingkan pilihan bahasa dalam transaksi penggunaan kantong belanja antara pasar modern dan pasar tradisional di Kota Medan dengan pendekatan diglosia masih relatif terbatas.

Penelitian ini berfokus pada analisis perbedaan pilihan bahasa yang digunakan dalam transaksi terkait penggunaan kantong belanja pada tiga lokasi di Kota Medan, yaitu Indomaret MMTC, Swalayan Maju Bersama MMTC, dan Pasar Tradisional MMTC. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya menitikberatkan pada aspek lingkungan atau perilaku konsumen, penelitian ini mengkaji fenomena tersebut melalui perspektif sosiolinguistik dengan menempatkan konsep diglosia sebagai landasan analisis. Pasar modern dan pasar tradisional dipandang sebagai dua ruang sosial yang menunjukkan karakteristik komunikasi yang berbeda. Pasar modern cenderung menggunakan bahasa Indonesia yang lebih formal dan terstandar, sedangkan pasar tradisional lebih banyak memanfaatkan bahasa daerah dan bahasa Indonesia informal untuk membangun kedekatan sosial antara penjual dan pembeli. Penelitian Suhardi (2020) menunjukkan bahwa interaksi di pasar tradisional sering kali melibatkan penggunaan berbagai variasi bahasa yang mencerminkan identitas sosial dan budaya penuturnya. Selain itu, Sibarani dan Manurung (2021) menjelaskan bahwa pilihan bahasa dalam masyarakat multietnis tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya dan solidaritas kelompok. Landasan teoritis penelitian ini juga mengacu pada konsep diglosia yang diperkenalkan oleh Ferguson (1959), kemudian dikembangkan oleh Fishman (1972) melalui konsep *bilingualism with diglossia*, serta diperkuat oleh pandangan Zein (2020) mengenai dinamika hierarki prestise bahasa dalam konteks Indonesia kontemporer.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan pilihan bahasa yang digunakan dalam transaksi terkait penggunaan kantong belanja pada tiga lokasi di Kota Medan, yaitu Indomaret MMTC, Swalayan Maju Bersama MMTC, dan Pasar Tradisional MMTC, dengan fokus khusus pada bagaimana masing-masing lokasi merespons isu pengurangan kantong plastik secara linguistik maupun perilaku. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai fenomena diglosia dalam ranah transaksi ekonomi, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi komunikasi lingkungan yang lebih efektif dalam mendukung implementasi kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Ritonga et al. (2024) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan pendekatan ilmiah yang berfokus pada pemahaman mendalam (in-depth understanding) terhadap makna, pengalaman, dan konteks sosial melalui data nonnumerik seperti narasi, interaksi, dan artefak budaya. Assyakurrohim et al. (2023) studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari “suatu sistem yang terikat” atau “suatu kasus/beragam kasus” yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks. Studi kasus dinilai tepat karena penelitian ini berfokus pada investigasi kontemporer terhadap sebuah sistem terikat, yaitu fenomena diglosia dan pilihan bahasa dalam transaksi ritel ramah lingkungan (eco-friendly). Melalui desain ini, peneliti dapat melakukan analisis deskriptif yang mendalam terhadap tuturan dan interaksi kebahasaan antara kasir/pedagang dan pembeli di tiga lokasi spesifik: Indomaret MMTC, Swalayan Maju Bersama MMTC, dan Pasar Tradisional MMTC.

Lokasi dan Partisipan Penelitian

Penelitian dilakukan di tiga lokasi yang dipilih secara purposif di kawasan MMTC, Kota Medan:

1. Indomaret MMTC : minimarket jaringan nasional yang mewakili ritel modern berskala kecil. Dipilih karena telah menghentikan penggunaan kantong plastik sesuai kebijakan perusahaan, namun tidak menggantikannya dengan alternatif yang secara aktif ditawarkan kepada pembeli.
2. Swalayan Maju Bersama MMTC : supermarket lokal yang masih menggunakan kantong plastik putih, namun menyediakan tas kain di samping kasir yang tidak ditawarkan secara aktif kepada pembeli.
3. Pasar Tradisional MMTC : pasar yang melayani masyarakat dari berbagai latar belakang etnis dan sosial-ekonomi, dengan dominasi pedagang dari kelompok etnis Batak dan Jawa, yang masih bebas menggunakan kantong plastik (kresek). Partisipan inti penelitian berjumlah 6 orang, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Data Partisipan Penelitian

No.	Lokasi	Peran	Jumlah	Kode Partisipan
1	Indomaret MMTC	Kasir	2 orang	K-IN1, K-IN2
2	Swalayan Maju Bersama	Kasir	2 orang	K-MB1, K-MB2
3	Pasar Tradisional MMTC	Pedagang	2 orang	P-PT1, P-PT2
	Total Responden		6 orang	

Selain keenam partisipan inti tersebut, peneliti juga mengamati interaksi antara kasir/pedagang dengan pembeli yang datang. Hasil pengamatan digunakan sebagai tambahan catatan lapangan untuk menambah data penggunaan bahasa yang paling sering digunakan sebagai keakuratan data. Seluruh partisipan intitelah memberi persetujuan dan identitas mereka disamarkan dalam laporan.

Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui teknik observasi non-partisipan secara terstruktur yang dilakukan secara berkala di masing-masing lokasi guna mengidentifikasi konteks, pola interaksi, dan dinamika sosial terkait penggunaan bahasa. Pengumpulan data berfokus pada dua instrumen utama. Pertama, pencatatan lapangan langsung (field notes) untuk merekonstruksi tuturan dan pilihan bahasa yang digunakan dalam percakapan natural antara kasir/pedagang dan pembeli saat transaksi berlangsung. Kedua, observasi visual dan dokumentasi kontekstual untuk mengamati kondisi fisik masing-masing lokasi, termasuk keberadaan tanda peringatan, ketersediaan kantong belanja, serta penempatan tas kain alternatif seperti yang ditemukan di Swalayan Maju Bersama.

Prosedur Analisis Data

Analisis data dilakukan secara sistematis mengikuti tiga tahap. Tahap pertama adalah reduksi data. Seluruh tuturan yang terdengar dicatat secara langsung ke dalam catatan lapangan. Peneliti kemudian mengamati setiap tuturan kasir dan pembeli terkait topik kantong belanja, memberikan kode pada pilihan bahasa (bahasa Indonesia formal, bahasa Indonesia informal, bahasa Inggris, bahasa daerah, atau campur kode), serta mencatat konteks situasional setiap tuturan.

Tahap kedua adalah identifikasi pola. Berdasarkan hasil pengamatan, peneliti mengidentifikasi pola berulang dalam pilihan bahasa: terminologi apa yang digunakan untuk merujuk pada kantong plastik dan alternatifnya, apakah kasir/pedagang secara aktif menawarkan alternatif kantong, bagaimana respons pembeli, serta perbedaan pola antara ketiga lokasi.

Tahap ketiga adalah interpretasi. Pola-pola yang ditemukan diinterpretasikan menggunakan kerangka teori diglosia (Ferguson, 1959; Fishman, 1972), teori modal budaya Bourdieu (1991), dan konsep ekolinguistik (Stibbe, 2021). Validitas data dijamin melalui triangulasi waktu (observasi berkala pada situasi berbeda) dan catatan lapangan berkelanjutan, serta member checking dengan partisipan inti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Tiga Lokasi Penelitian

Sebelum menyajikan data percakapan, berikut adalah gambaran kondisi fisik dan kebijakan masing-masing lokasi terkait kantong belanja:

Tabel 2. Perbandingan Kondisi Tiga Lokasi Penelitian

Aspek	Indomaret MMTC	Swalayan Maju Bersama	Pasar Trad. MMTC
Kebijakan kantong plastik	Tidak menyediakan kantong plastik sama sekali	Masih menyediakan kantong plastik putih berbayar	Bebas menggunakan kantong plastik (kresek) gratis
Alternatif yang tersedia	Tidak ada alternatif yang disediakan	Tas kain tersedia di samping kasir	Daun pisang, keranjang (pada pedagang tertentu)
Penawaran aktif alternatif	Tidak ada penawaran alternatif	Tas kain tidak ditawarkan secara aktif	Tidak ada penawaran alternatif formal
Harga kantong	Tidak tersedia (Rp0)	Rp500 per kantong plastik	Gratis (sudah termasuk harga barang)
Bahasa dominan kasir	Indonesia formal + Inggris	Indonesia formal	Indonesia informal + bahasa daerah

Reduksi Data Percakapan Analisis

A. Indomaret MMTC – Tidak Ada Kantong Plastik, Tidak Ada Penawaran Alternatif

Di Indomaret MMTC, kasir tidak menyediakan kantong plastik sesuai kebijakan perusahaan. Namun, kasir juga tidak secara aktif menawarkan alternatif seperti tas kain atau paper bag. Berikut adalah rekonstruksi tuturan representatif dari percakapan yang diamati melalui catatan lapangan:

Catatan Tuturan 1 – Indomaret, Kasir K-IN1 (Perempuan), Pembeli P1 (Perempuan)

Kasir (K-IN1): "Halo, selamat datang. Ada yang bisa dibantu?"

Pembeli (P1): "Ini aja, Kak." [meletakkan beberapa barang di konter]

Kasir (K-IN1): [memindai barang] "Total tujuh puluh delapan ribu, Kak. Mau bayar tunai atau non-tunai?"

Pembeli (P1): "Pakai QRIS." [menunjukkan HP] "Eh, plastiknya mana, Kak?"

Kasir (K-IN1): "Maaf ya, Kak, kami sudah tidak menyediakan kantong plastik."

Pembeli (P1): "Ooh."

Catatan Tuturan 2 – Indomaret, Kasir K-IN2 (Laki-laki), Pembeli P2 (Laki-laki)

Kasir (K-IN2): "Selamat sore. Total belanjaan Bapak empat puluh dua ribu."

Pembeli (P2): "Ini ada kantong nggak?"

Kasir (K-IN2): "Mohon maaf, Pak, Indomaret sudah tidak menggunakan kantong plastik."

Pembeli (P2): "Wah, terus gimana?"

Kasir (K-IN2): "Langsung dibawa aja, Pak." [tidak menyebut alternatif apapun]

Pembeli (P2) : "Ya sudah, sebentar." [memasukkan barang satu per satu ke dalam saku dan tangan]

Pada kedua data catatan tuturan di atas, kasir Indomaret menggunakan bahasa Indonesia formal yang standar. Tidak ditemukan penggunaan terminologi bahasa Inggris seperti reusable bag atau eco bag dalam interaksi kasir. Hal yang paling menonjol adalah absennya penawaran alternatif: kasir hanya menyampaikan bahwa kantong plastik tidak tersedia, tanpa menginformasikan solusi pengganti. Tas kain atau alternatif lain tidak disebutkan sama sekali.

B. Swalayan Maju Bersama – Plastik Masih Ada, Tas Kain Tersedia tapi Tidak Ditawarkan

Di Swalayan Maju Bersama, kasir masih menyediakan kantong plastik putih berbayar. Yang menarik, tas kain alternatif tampak tersedia di samping kasir tetapi tidak pernah ditawarkan secara aktif kepada pembeli. Berikut adalah rekonstruksi tuturan representatif dari interaksi yang diamati melalui catatan lapangan:

Catatan Tuturan 3 – Maju Bersama, Kasir K-MB1 (Perempuan), Pembeli P3 (Perempuan)

Kasir (K-MB1): "Selamat datang. Silakan."

Pembeli (P3) : [meletakkan belanjaan] "Langsung aja ya."

Kasir (K-MB1): [memindai barang] "Total seratus dua belas ribu. Mau pakai kantong plastik, Bu? Lima ratus rupiah."

Pembeli (P3) : "Iya, dua aja."

Kasir (K-MB1): [mengambil dua kantong plastik putih dan memasukkan belanjaan]

Pembeli (P3) : [membayar] "Ini tas kain apa, di sini?" [menunjuk tas kain di samping kasir]

Kasir (K-MB1): "Oh, itu tas belanja, Bu. Bisa dibeli juga, dua puluh ribu."

Pembeli (P3) : "Ooh... nggak deh, nggak usah."

Catatan Tuturan— Maju Bersama, Kasir K-MB2 (Perempuan), Pembeli P4 (Laki-laki)

Kasir (K-MB2): "Total delapan puluh enam ribu. Pakai kantong?"

Pembeli (P4) : "Iya satu aja."

Kasir (K-MB2): [memasukkan barang ke kantong plastik putih]

Pembeli (P4) : "Nggak ada yang gratis?"

Kasir (K-MB2): "Ini berbayar, Pak, lima ratus. Tapi kalau mau, ada tas kain itu." [menunjuk sekilas ke arah tas kain, tidak menawarkan secara aktif]

Pembeli (P4) : "Ah, lima ratus aja deh." [membayar dan pergi]

Kasir Swalayan Maju Bersama menggunakan bahasa Indonesia yang lebih kasual dibandingkan kasir Indomaret. Tas kain yang tersedia di samping kasir hanya disebutkan ketika pembeli sendiri yang bertanya atau menunjuknya, bukan dipromosikan secara proaktif oleh pihak kasir.

Dalam Catatan Tuturan 4, kasir baru mengarahkan perhatian pada tas kain setelah pembeli mempertanyakan eksistensi kantong gratis, bukan sebagai bentuk edukasi pilihan ramah lingkungan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa keberadaan tas kain di area kasir cenderung bersifat pasif atau sekadar formalitas pemenuhan fasilitas belanja, alih-alih menjadi bagian dari strategi komunikasi ekolinguistik yang aktif dari pihak swalayan.

C. Pasar Tradisional MMTC – Kantong Plastik Bebas, Kresek sebagai Leksikon Universal

Di pasar tradisional, kantong plastik (kresek) diberikan secara bebas tanpa biaya tambahan. Interaksi berlangsung dalam campuran bahasa Indonesia informal, bahasa Batak Toba, dan bahasa Jawa. Tidak ditemukan satu pun penggunaan terminologi bahasa Inggris terkait lingkungan. Berikut adalah rekonstruksi tuturan representatif dari interaksi yang diamati melalui catatan lapangan:

Catatan Tuturan 5 – Pasar Tradisional, Pedagang P-PT1 (Penjual Sayur, Perempuan Paruh Baya, Etnis Batak Toba), Pembeli P5 (Perempuan Dewasa, Etnis Batak Toba)

Pedagang (P-PT1): "Apa carik, Inang?"

Pembeli (P5): "Bayam satu ikat, tomat sekilo, sama cabe merah setengah kilo."

Pedagang (P-PT1): "Okelah. Ini semuanya dua puluh tiga ribu, ya."

Pembeli (P5): "Iya, ini uangnya." [membayar]

Pedagang (P-PT1): [memasukkan semua belanjaan ke dalam kresek tanpa bertanya] "Kreseknya satu ya, Inang, atau mau dua?"

Pembeli (P5): "Satu aja cukup, makasih ya."

Catatan Tuturan 6 – Pasar Tradisional, Pedagang P-PT2 (Penjual Sembako, Laki-laki Setengah Baya, Etnis Jawa), Pembeli P6 (Perempuan Lansia, Etnis Jawa)

Pedagang (P-PT2): "Arep tuku opo, Bu?"

[Mau beli apa, Bu?]

Pembeli (P6): "Gula sekilo, minyak dua liter, kecap satu."

Pedagang (P-PT2): "Sebentar ya, Bu." [mengambil barang] "Lima puluh delapan ribu."

Pembeli (P6): "Ini." [membayar tunai] "Kreseknya jangan lupa ya, Pak, yang gede."

Pedagang (P-PT2): "Iyo, Bu, sebentar." [mengambil kresek besar dan memasukkan semua barang] "Ini, Bu. Hati-hati berat."

Pembeli (P6): "Makasih, Pak."

Kedua data catatan tuturan di atas menunjukkan penggunaan bahasa daerah (Batak Toba dan Jawa) sebagai instrumen pembuka percakapan, yang berfungsi membangun keakraban (*rapport*) dan solidaritas sosial. Istilah "kresek" digunakan secara universal oleh pembeli dan pedagang, menunjukkan internalisasi leksikon lintas-etnis dalam transaksi lokal.

Tidak ada satu pun terminologi ekologi formal (seperti *eco-friendly* atau *reusable bag*) yang ditemukan dalam seluruh 16 korpus data tuturan yang dihimpun melalui catatan lapangan di lokasi ini. Hal ini mengukuhkan bahwa pada ekosistem pasar tradisional, diskursus kesadaran lingkungan belum terwujud dalam struktur kebahasaan masyarakat penuturnya.

Hasil Observasi

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Observasi Tiga Lokasi Penelitian

Aspek Observasi	Indomaret (K-IN1, K-IN2)	Maju Bersama (K-MB1, K-MB2)	Pasar Trad. (P-PT1, P-PT2)
Bahasa yang digunakan kasir/pedagang	Indonesia formal	Indonesia semi-formal	Indonesia informal + Batak Toba + Jawa
Penggunaan terminologi Inggris	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Penawaran kantong plastik	Tidak tersedia (tidak ditawarkan)	Ditawarkan (berbayar Rp500)	Diberikan otomatis (gratis)
Penawaran alternatif ramah lingkungan	Tidak ada sama sekali	Tas kain tersedia tapi tidak ditawarkan aktif	Tidak ada alternatif formal; sebagian pedagang gunakan daun pisang
Respons pembeli saat tidak ada plastik	Kecewa, mengemas sendiri	Mayoritas tetap membeli kantong plastik	Tidak ada keluhan; minta kresek secara natural
Istilah untuk kantong	"kantong" (Indonesia)	"kantong plastik" (Indonesia)	"kresek" (lintas etnis)
Pola diglosia	Tidak ditemukan super-H Inggris di lapangan	H: Indonesia formal (lemah)	L: Bahasa daerah + Indonesia informal
Jumlah tuturan dianalisis	16 tuturan	16 tuturan	16 tuturan

Pembahasan

Pola Pilihan Bahasa: Temuan Lapangan versus Ekspektasi Teoretis

Temuan lapangan ini menghadirkan nuansa penting yang merevisi sebagian ekspektasi awal penelitian. Berdasarkan kajian literatur, kasir supermarket modern di kota besar diperkirakan secara konsisten menggunakan terminologi bahasa Inggris seperti *reusable bag*, *eco bag*, dan *eco-friendly*. Namun data observasi di Indomaret dan Swalayan Maju Bersama menunjukkan bahwa terminologi Inggris tersebut tidak muncul dalam percakapan kasir-pembeli sehari-hari. Kasir menggunakan bahasa

Indonesia yang relatif formal, dan hanya istilah "kantong plastik" atau "kantong" yang digunakan.

Hal ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor. Pertama, kebijakan komunikasi yang berbeda antara supermarket jaringan nasional besar (seperti yang dikaji dalam literatur) dengan minimarket dan supermarket lokal. Kedua, lokasi penelitian yang berada di area kampus dengan segmen pembeli yang akrab dengan bahasa Indonesia informal, sehingga kasir beradaptasi dengan register pembeli. Ketiga, tidak adanya insentif institusional untuk menggunakan terminologi Inggris di Swalayan Maju Bersama yang merupakan usaha lokal. Temuan ini memperkuat argumen bahwa diglosia tidak beroperasi secara seragam di semua konteks "pasar modern". Hierarki linguistik yang menempatkan bahasa Inggris sebagai super-H lebih kuat pada jaringan ritel multinasional atau premium, sementara supermarket lokal menunjukkan pola yang lebih sederhana.

Ketidakhadiran Penawaran Alternatif sebagai Fenomena Sociolinguistik

Temuan yang paling signifikan dari penelitian ini bukan pada apa yang dikatakan, melainkan pada apa yang tidak dikatakan. Di Indomaret, kasir memberitahu pembeli bahwa kantong plastik tidak tersedia, tetapi tidak menawarkan alternatif apapun, meskipun secara kebijakan perusahaan telah menghentikan plastik. Di Swalayan Maju Bersama, tas kain tersedia di samping kasir tetapi tidak pernah dipromosikan secara aktif.

Fenomena ini mencerminkan apa yang dapat disebut sebagai ekologi perilaku tanpa wacana ekologi, atau dalam konteks yang lebih kritis, kebijakan hijau tanpa komunikasi hijau. Pembeli yang tidak memiliki tas sendiri dan tidak tahu bahwa tas kain tersedia di Swalayan Maju Bersama akan terpaksa menerima kantong plastik berbayar atau membawa barang tanpa wadah. Ketidakhadiran komunikasi proaktif tentang alternatif kantong merupakan kegagalan sociolinguistik yang perlu diperhatikan.

Kresek sebagai Leksikon Lintas-Etnis dan Identitas Pasar Tradisional

Istilah "kresek" yang digunakan secara universal di pasar tradisional mengonfirmasi temuan Suhardi (2020) tentang pembentukan register pasar yang organis. Kata ini telah melampaui batas etnis dan kelas, menjadi leksikon bersama yang dipahami oleh semua kelompok. Fenomena ini menggambarkan kekuatan bahasa informal dalam membangun identitas komunal dan kelancaran komunikasi lintas-etnis dalam ekologi pasar tradisional.

Implikasi untuk Program Edukasi Lingkungan

Ketiga lokasi yang diamati menunjukkan bahwa kebijakan pengurangan plastik tidak otomatis disertai komunikasi yang efektif. Indomaret menghentikan plastik tetapi tidak menginformasikan alternatif. Swalayan Maju Bersama menyediakan alternatif tetapi tidak mengomunikasikannya. Pasar tradisional tidak

memiliki kebijakan formal apapun. Program edukasi lingkungan perlu mengisi celah komunikasi ini dengan strategi yang disesuaikan dengan register dan bahasa yang digunakan di masing-masing konteks.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan tiga pola utama dalam transaksi terkait kantong belanja di tiga lokasi pasar di kawasan MMTC, Kota Medan. Pertama, Indomaret MMTC telah menghentikan penggunaan kantong plastik sesuai kebijakan perusahaan, tetapi tidak menggantinya dengan komunikasi atau penawaran alternatif yang aktif. Kedua, Swalayan Maju Bersama masih menyediakan kantong plastik putih berbayar dan memiliki tas kain di samping kasir, namun tas kain tersebut tidak ditawarkan secara proaktif kepada pembeli. Ketiga, pasar tradisional MMTC masih menggunakan kantong plastik (kresek) secara bebas, dengan istilah "kresek" berfungsi sebagai leksikon lintas-etnis yang digunakan oleh semua kelompok masyarakat.

Temuan ini menunjukkan bahwa kebijakan pengurangan plastik tidak otomatis menghasilkan komunikasi ekologi yang efektif. Baik di konteks modern maupun tradisional, terdapat kesenjangan antara ketersediaan alternatif ramah lingkungan dengan komunikasinya kepada konsumen. Program edukasi lingkungan yang efektif perlu memperhatikan strategi komunikasi yang aktif, menggunakan bahasa dan register yang sesuai dengan konteks masing-masing lokasi, dan menjembatani kesenjangan antara kebijakan institusional dengan praktik komunikasi di lapangan.

REFERENSI

- Andriani, L., Sartika, D., & Wahyuni, S. (2021). Representasi wacana lingkungan hidup dalam media sosial berbahasa Indonesia: Kajian ekolinguistik kritis. *Jurnal Linguistik Indonesia*, 39(2), 145–162.
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1).
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- Ferguson, C. A. (1959). Diglossia. *Word*, 15(2), 325–340.
- Fishman, J. A. (1972). *The sociology of language*. Newbury House.
- Lubis, M. A. (2020). Keragaman bahasa dan identitas etnis masyarakat Kota Medan. *Jurnal Bahasa, Sastra dan Pengajaran*, 7(1), 1–14.
- Ritonga, M. U., Harahap, M., & Anggreini, H. (2025). *Serba-Serbi Penelitian Kualitatif Bahasa, Sastra & Jurnalistik*. Medan: Obelia.
- Suhardi, B. (2020). Pilihan bahasa dalam masyarakat multilingual di pasar tradisional: Studi kasus Pasar Beringharjo Yogyakarta. *Jurnal Humaniora*, 32(1), 68–80.
- Suhardi, B. (2020). Pilihan bahasa dalam masyarakat multilingual di pasar tradisional: Studi kasus Pasar Beringharjo Yogyakarta. *Jurnal Humaniora*, 32(1), 68–80.
- Zein, S. (2020). *Language Policy in Superdiverse Indonesia*. Routledge.