

Andani, Fitria. 2014. *Language Choice Used by Street Seller in Bunderan GKB, Gresik*. Skripsi. English Department, Faculty of Letters and Humanities, State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya. Pembimbing: Prof. Dr. Hj. Zuliati Rahmah M.Pd

Kata Kunci: Pilihan Bahasa, Pedagang Kaki Lima, Dwibahasa

Skripsi ini membahas tentang fenomena pilihan bahasa yang digunakan oleh pedagang kaki lima yang berjualan di Bunderan GKB. Pembahasan ini dibagi menjadi tiga rumusan masalah. Pertama, jenis pilihan bahasa yang digunakan oleh pedagang kaki lima di Bunderan GKB. Kedua, Alasan mereka dalam memilih bahasa tersebut. Dan yang terakhir, faktor sosial dalam menentukan pilihan bahasa. Fenomena pemilihan bahasa ini ditemukan ketika para pedagang kaki lima berinteraksi dengan pelanggan dan orang disekitarnya.

Dalam pembahasan ini penulis menggunakan teori dari Sumarsono (2009) dan Holmes (1992) untuk memecahkan rumusan masalah. Sumarsono (2009) menetapkan ada tiga jenis pilihan bahasa diantaranya, code switching, code mixing dan variasi dalam bahasa yang sama. Untuk memecahkan problematika ini penulis menggunakan metode kualitatif.

Dilapangan, penulis menemukan para pedagang kaki lima menggunakan dua bahasa ketika berinteraksi dengan orang lain. Mereka biasanya menggunakan bahasa jawa (Kromo dan Ngoko) dan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi. Mereka memutuskan untuk menggunakan bahasa jawa (Kromo) ketika berbicara dengan orang yang lebih tua. Sedangkan, dalam kesehariannya mereka menggunakan bahasa jawa ngoko, biasanya digunakan berinteraksi dengan keluarga dan orang-orang yang akrab dengan mereka.

Ada beberapa alasan dalam memilih bahasa. Alasan menggunakan bahasa jawa diantaranya; menunjukkan kesopanan, menunjukkan keakraban dan sebagai bahasa sehari-hari. Alasan menggunakan bahasa Indonesia adalah sebagai bahasa kesatuan dan lebih mudah difahami. Sedangkan alasan menggabungkan beberapa bahasa adalah tanpa sadar dan dipengaruhi oleh lawan bicara mereka.

Penulis juga menemukan faktor sosial yang mempengaruhi pedagang kaki lima dalam memilih bahasa. Faktor social itu meliputi, participants (lawan bicara), Setting, Topik, fungsi dan tujuan komunikasi.