

BENTUK IMPLIKATUR ILOKUSI DALAM PERSPEKTIF PENJUAL DAN PEMBELI DI PASAR: KAJIAN BERDASARKAN TEORI AUSTIN

Maria Fransisca¹, Wendy Fernando Bangun², Eko Kuntarto³,
Ade Kusmana⁴

^{1,2,3,4}Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi

¹fransiscamaria206@gmail.com, ²wendyfernando09@gmail.com, ³ekokuntarto28@unja.ac.id,

⁴ade.kusmana@unja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan tindak tutur ilokusi yang terjadi antara penjual dan pembeli di pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian etnografi komunikasi. Objek penelitian ini adalah bentuk tuturan ilokusi yang terjadi pada interaksi antara penjual dan pembeli di pasar. Responden dalam penelitian ini adalah penjual dan pembeli di pasar tradisional yang dipilih secara random. Teknik pengumpulan data penelitian ini mencakup proses observasi partisipan, rekaman tuturan, dan wawancara. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perekaman dan transkripsi. Teknik analisis data penelitian menggunakan teknik analisis wacana. Penelitian ini menggunakan teori Austin tindak tutur ilokusi kajian pragmatik untuk mengetahui tindak tutur ilokusi pada interaksi penjual dan pembeli di pasar. Hasil penelitian ini ditemukan 19 bentuk implikatur ilokusi diantaranya 7 ilokusi asertif, 7 ilokusi direktif, 2 ilokusi ekspresif, 2 ilokusi komisif, dan 1 ilokusi deklarasi.

Kata Kunci: Implikatur; ilokusi; penjual; pembeli; pasar

Abstract

This study aims to find out and describe the illocution speech that occurs between sellers and buyers in the market. This study uses a qualitative approach with the type of communication ethnographic research. The object of this research is the form of illocution speech that occurs in the interaction between sellers and buyers in the market. The respondents in this study are sellers and buyers in traditional markets who are randomly selected. The data collection techniques of this research include participant observation processes, speech recordings, and interviews. The data collection instruments used in this study are recording and transcription. The research data analysis technique uses discourse analysis techniques. This study uses Austin's theory of illocution speech acts in pragmatic studies to determine illocution speech acts in the interaction of sellers and buyers in the market. The results of this study found 19 forms of illocution implications, including 7 assertive illocutions, 7 directive illocutions, 2 expressive illocutions, 2 commissive illocutions, and 1 declarative illocution.

Keywords: Implication, illocution, seller, buyer, market



Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Pasar merupakan arena interaksi sosial yang menjadi wadah bagi beragam bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli. Dalam interaksi tersebut, komunikasi tidak hanya sekadar menjadi sarana untuk menyampaikan informasi terkait produk atau harga, melainkan juga melibatkan tindak tutur yang mengandung implikatur ilokusi, yakni makna tersembunyi di balik ujaran yang disampaikan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Zhafira & Sebastian, 2023) yang menyatakan bahwa manusia sebagai makhluk sosial pada dasarnya selalu berinteraksi dengan orang lain dan bahasa menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam proses tersebut, melalui bahasa, seseorang dapat memperlihatkan peran serta keberadaannya dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya (Kuntarto, 2016) mengungkapkan “bahasa menunjukkan bangsa” adalah peribahasa yang kerap kita temui, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, yang mengandung makna bahwa bahasa mencerminkan identitas seseorang. Ketika manusia melakukan komunikasi pada dasarnya melibatkan dua pihak yakni penutur dan mitra tutur. Melalui bahasa, seseorang dapat menyampaikan serta menggambarkan pemikirannya dalam berbagai wujud kebudayaan (Zaenab et al, 2023)].

Penggunaan bahasa dalam komunikasi dapat menghasilkan berbagai makna terhadap mitra tutur. Sejalan dengan pendapat (Kusmana, 2021) yang menyatakan bahwa bahasa mempunyai karakteristik di dalamnya, salah satunya yakni mengandung makna. Makna suatu tuturan yang disampaikan oleh penutur harus dapat dipahami oleh mitra tutur. Apabila tidak demikian maka komunikasi tidak akan berjalan dengan baik. Sesuai dengan pendapat (Andriyani & Santika, 2022) yang mengemukakan bahwa apabila makna tuturan tidak dipahami oleh mitra tutur, terdapat kemungkinan timbul perbedaan pemahaman dalam berkomunikasi yang pada akhirnya dapat menyebabkan kegagalan pragmatik. Makna yang dihasilkan dalam komunikasi tidak semata-mata ditentukan oleh struktur linguistik, tetapi juga oleh konteks sosial, budaya, serta situasi komunikasi yang mengitarinya. Dalam interaksi tersebut, pemahaman mitra bicara dipengaruhi oleh cara ia menafsirkan simbol-simbol verbal dan non-verbal yang disampaikan oleh penutur. Dengan demikian, bahasa memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi dan reaksi mitra tutur, yang dapat beragam sesuai dengan konteks serta latar belakang sosial setiap individu. Sejalan dengan pendapat (Lismayanti, 2018) yang menyatakan bahwa bahasa menjadi penghubung antara penutur dan mitra tutur agar dapat saling memahami satu dengan lainnya.

Pragmatik, sebagai salah satu cabang ilmu linguistik, mempelajari hubungan antara bahasa dan konteks penggunaannya (Purwo, 1990). Kajian pragmatik mencakup berbagai topik seperti deiksis, praanggapan, implikatur percakapan, tindak tutur, dan analisis wacana (Bila et al., 2023). Penelitian ini berfokus pada implikatur, khususnya implikatur ilokusi, yang berkaitan erat dengan tindak tutur. Tindak tutur, menurut (Almahdi & Kartikasari, 2022), adalah tindakan berbahasa yang bertujuan menyampaikan dan memberikan informasi. Lebih lanjut, (Sihotang, 2018) menjelaskan bahwa tindak tutur juga memiliki fungsi psikologis dan sosial yang melampaui isi wacana. Berdasarkan teori Austin, tindak tutur terbagi menjadi tiga jenis: lokusi, ilokusi, dan perlokusi (Olagunju, 2016). Ilokusi, sebagai salah satu bentuk tindak tutur, mengacu pada maksud yang ingin dicapai oleh penutur melalui tuturan tertentu, yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga memengaruhi mitra tutur agar memahami makna di balik tuturan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap peran implikatur ilokusi sebagai wujud tindak tutur dalam interaksi sosial, sekaligus menggali fungsi bahasa dalam membangun komunikasi yang efektif.

Tindak tutur lokusi merupakan bentuk tindak tutur yang menggunakan kata, frasa, dan kalimat yang maknanya sesuai dengan arti yang terkandung dalam kata, frasa, dan kalimat tersebut (Putra & Yuana, 2019). Ilokusi merupakan tindak tutur yang umumnya diidentifikasi melalui penggunaan kalimat performatif yang bersifat eksplisit (Widyaningrum & Cahyo, 2019). Tindak tutur perlokusi merujuk pada tindak tutur yang berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan oleh ucapan seseorang terhadap sikap serta perilaku non-linguistik pendengar (Hanifah, 2014).

Ketiga jenis tindak tutur yang telah dijelaskan tersebut memiliki peranan masing-masing dalam tuturan yang disampaikan oleh penutur. Selanjutnya, tindak tutur dapat ditemui pada berbagai segi dalam kehidupan. Tindak tutur yang tepat akan mempermudah mitra tutur memahami tuturan yang disampaikan oleh penutur. Hal itu sejalan dengan pendapat (Cahyo, 2022) bahwa untuk mempermudah proses komunikasi, tuturan yang digunakan oleh penutur harus merupakan bahasa yang dapat dengan mudah dipahami oleh mitra tutur. Salah satu tempat yang memungkinkan terjadi banyak interaksi tuturan di dalamnya adalah pasar. Pasar merupakan tempat berlangsungnya transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli (Zhafira & Sebastian, 2023). Pasar menjadi tempat bertemunya banyak orang yang memiliki latar belakang suku dan budaya berbeda-beda. Oleh sebab itulah, terdapat variasi bahasa yang digunakan oleh masyarakat di pasar. Penggunaan bahasa di pasar umumnya didominasi oleh bahasa lisan yang memungkinkan terlaksananya transaksi jual-beli. Penjual di pasar seringkali menggunakan tuturan yang bersifat spontan, di mana mereka berbicara tanpa perencanaan sebelumnya. Selain itu, untuk menarik minat pembeli, para penjual seringkali menggunakan tuturan yang khas dan menarik perhatian, dengan harapan bahwa orang yang melewati area dagangan mereka akan tertarik pada barang yang dijual. Sehingga, pada akhirnya terjadi transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli. Beragamnya variasi tindak tutur di pasar menjadi alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pragmatik dengan kajian tindak tutur berdasarkan pendekatan Teori Austin.

Penelitian ini menggunakan tindak tutur ilokusi sebagai objek kajian karena relevan dengan berbagai bentuk tindak tutur. Mengacu pada teori tindak tutur yang dikemukakan oleh Austin, implikatur ilokusi menggambarkan dinamika sosial, budaya, dan ekonomi yang terjalin di pasar melalui bahasa yang digunakan oleh para pelaku interaksi. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai bentuk implikatur ilokusi dalam komunikasi penjual dan pembeli di pasar, guna memperluas pemahaman mengenai relasi antara bahasa, makna, dan konteks dalam kegiatan perdagangan.

Melalui uraian tersebut, penelitian ini memfokuskan pada tuturan antara penjual dan pembeli dalam konteks tindak tutur ilokusi. Searle (1979) dengan menggunakan pendapat Austin sebagai dasar tinjauan mengembangkan tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis: (1) asertif, yaitu tindak tutur yang mengikat penutur pada kebenaran dari pernyataannya, misalnya dalam mengatakan, melaporkan, atau menyebutkan; (2) direktif, yang bertujuan agar lawan tutur melaksanakan tindakan yang dimaksudkan dalam tuturan, seperti menyuruh, memohon, menuntut, menyarankan, dan menentang; (3) ekspresif, yang menyampaikan evaluasi penutur terhadap hal yang disebutkan, misalnya memuji, berterima kasih, mengkritik, dan menyela; (4) komisif, yang mengikat penutur untuk melakukan apa yang diucapkannya, seperti menawarkan, berjanji, atau bersumpah; dan (5) deklarasif, di mana penutur menciptakan suatu keadaan, seperti dalam memutuskan, membatalkan, melarang, mengizinkan, atau memberi maaf. Tindak tutur direktif meliputi bentuk seperti permintaan, pertanyaan, perintah, larangan, pemberian

izin, dan nasihat, sedangkan tindak tutur komisif mencakup menjanjikan, menawarkan, dan bernazar (Urbaningrum et al., 2022). Dengan demikian, tindak tutur di pasar dapat dianalisis berdasarkan bentuk dan strategi tuturan yang digunakan (Mangesa et al, 2021)].

Berdasarkan pemaparan latar belakang, peneliti akan mengkaji mengenai bentuk implikatur tindak tutur ilokusi dalam perspektif penjual dan pembeli di pasar berdasarkan pendekatan teori Austin. Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan tindak tutur ilokusi yang terjadi antara penjual dan pembeli di pasar. Selanjutnya, peneliti mendeskripsikan makna dari setiap tindak tutur ilokusi yang di temukan pada proses penelitian.

Kajian mengenai bentuk implikatur ilokusi dalam perspektif penjual dan pembeli di pasar berdasarkan pendekatan teori J.L Austin (1962) yang kemudian dikembangkan oleh muridnya Searle (1979) memiliki relevansi dalam memperdalam pemahaman tentang pola komunikasi pragmatik di lingkungan pasar. Dengan memfokuskan pada bentuk-bentuk ilokusi yang muncul dalam interaksi jual-beli, penelitian ini berkontribusi secara signifikan pada studi pragmatik, terutama dalam mengidentifikasi makna implisit yang terbentuk dari konteks sosial dan ekonomi. Melalui penerapan teori Austin, penelitian ini juga membuka peluang untuk analisis yang lebih rinci mengenai fungsi dan tujuan tuturan dalam transaksi sehari-hari, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan efektivitas komunikasi antarindividu dalam konteks serupa. Jadi, penelitian ini berperan penting dalam pendidikan bahasa, karena memperdalam wawasan mengenai penerapan teori pragmatik, terutama dalam konteks komunikasi yang berlangsung di lingkungan pasar. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam pengembangan materi pembelajaran bahasa yang berfokus pada keterampilan komunikasi dan pemahaman konteks sosial, yang pada gilirannya mampu meningkatkan kompetensi pragmatik peserta didik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian etnografi komunikasi. Sebagaimana diuraikan oleh (Nurhidayah, 2017) penelitian etnografi komunikasi merupakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami peran komunikasi dalam konteks sosial dan budaya tertentu, dengan menganalisis penggunaan interaksi verbal dan nonverbal oleh individu dalam kelompok sosial. Pendekatan penelitian ini dilakukan melalui observasi langsung terhadap perilaku komunikasi dalam lingkungan alami guna mengidentifikasi norma, nilai, dan praktik komunikasi, serta melibatkan peneliti secara aktif dalam kegiatan sosial kelompok untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terkait dinamika komunikasi yang berlangsung. Objek kajian dalam penelitian ini adalah tuturan ilokusi yang muncul dalam interaksi antara penjual dan pembeli di pasar. Responden penelitian terdiri dari penjual dan pembeli yang dipilih secara acak. Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu observasi partisipatif dan perekaman tuturan. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data mencakup alat perekam dan transkripsi hasil tuturan. Analisis data dilakukan dengan menerapkan teknik analisis wacana untuk mengungkap makna dan pola yang terkandung dalam tuturan tersebut.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Rizqa Zhafira (2023) yang menganalisis bentuk implikatur ilokusi antar pedagang dan pembeli di pasar Pagi. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian tersebut adalah ditemukannya dua wujud tindak tutur direktif, dua wujud tindak tutur komisif, dan

satu tindak tutur deklarasasi. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Riskito dkk. (2023) yang melakukan analisis tindak tutur ilokusi pada penjual dan pembeli di pasar Jargaria Dobo, Kabupaten Kepulauan Aru, Maluku. Hasil penelitian yakni sebagai berikut: (1) ilokusi asertif ditemukan 38, (2) ilokusi direktif 54, (3) ilokusi komisif ditemukan hanya 1, dan (4) ilokusi ekspresif ditemukan 5, dan (5) ilokusi deklaratif tidak ditemukan. Fungsi tindak tutur Ilokusi Kompetitif ditemukan empat data, fungsi Ilokusi Menyenangkan ditemukan 7, dan jenis Ilokusi Bekerja Sama ditemukan 48 (Rahangmetan et al., 2023). Ketiga, penelitian yang dilakukan Puspakartika, dkk (2024) yang melakukan analisis tindak tutur ilokusi dalam interaksi penjual dan pembeli di rumah batik cipaku. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ditemukan pada tindak tutur ilokusi dalam interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku. Terdapat 5 jenis ilokusi berdasarkan teori Searle yaitu asertif, komisif, direktif, ekspresif, dan deklaratif. Tahap yang memiliki frekuensi kemunculan tertinggi adalah Asertif, yaitu 49,62% dengan kemunculan 262 kali. Tuturan direktif 19,88% dengan kemunculan 105 kali. Tuturan ekspresif muncul 123 kali dengan persentase 23.29%. Pada tuturan komisif muncul 5 kali dengan persentase 0.95% dan yang terakhir tuturan deklaratif dengan kemunculan 33 kali presentase 6,25%. Bentuk kalimat dari tindak tutur ilokusi yang didapatkan dalam percakapan ini yaitu deklaratif, imperatif, dan interogatif. Pada penelitian berfokus mengetahui jenis dan bentuk tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam interaksi penjual dan pembeli di Rumah Batik Cipaku (Puspakartika et al., 2024). Berdasarkan beberapa penelitian relevan di atas terdapat perbedaan pada objek penelitian dan jenis penelitiannya. Jenis penelitian ini adalah etnografi komunikasi. Selanjutnya, objek penelitian yang peneliti gunakan adalah tuturan ilokusi yang terjadi pada tuturan penjual dan pembeli di pasar tempat peneliti tinggal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan teori tindak tutur yang diusulkan oleh J.L. Austin, ilokusi merupakan elemen krusial dalam analisis tindak tutur, yakni tindakan yang dilakukan oleh penutur melalui ujaran untuk menyampaikan maksud atau tujuan tertentu. Ilokusi tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga mencakup berbagai fungsi lain seperti memberikan perintah, membuat permintaan, menyampaikan janji, atau menyatakan sesuatu. Austin membagi tindak tutur menjadi tiga kategori utama: lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Lokusi mengacu pada tindakan memproduksi ujaran dengan makna literal, ilokusi berfokus pada maksud atau fungsi di balik ujaran tersebut, sedangkan perlokusi merujuk pada efek yang dihasilkan dari ujaran terhadap pendengar. Ilokusi sendiri mencakup beberapa jenis, yakni asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklarasasi. Oleh karena itu, ilokusi memiliki peran yang signifikan dalam menjelaskan hubungan antara bahasa, maksud, dan konteks, serta bagaimana ujaran memengaruhi interaksi dalam komunikasi. Penelitian ini mendeskripsikan bentuk-bentuk ilokusi yang terjadi pada tuturan penjual dan pembeli di pasar.

Hasil dari penelitian ini ditemukan 19 bentuk implikatur ilokusi dari 8 tuturan. Tuturan tersebut bersumber dari beberapa penjual di pasar diantaranya penjual tapai, penjual sayur, penjual baju, penjual cabai, penjual buah, penjual sandal, dan penjual ikan. Pasar tempat penelitian penulis merupakan pasar yang penjual dan pembelinya memiliki beragam etnis diantaranya terdapat etnis Jawa, Sunda, Minang, dan Batak. Tuturan yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tuturan antara pembeli perempuan beretnis Jawa dengan penjual perempuan beretnis Jawa:

Pm : Bude njalok tape ne bude

Pj : seng piro nduk

Pm : Pironan iki bude?

Pj : seng ini sepuluh ewu papat, seng iki sepuluh ewu telu

Pm : nggak enek seng kiloan wae toh bude?

Pj : iki telu iki sekilo, sek telu iki wae nggih

Pm : nggih bude

Pj : iki nduk

Pm : nggih bude, maturnuwun.

Keterangan:

Pj: Penjual

Pm: pembeli

Percakapan antara pembeli dan penjual tapai dalam dialog tersebut menunjukkan berbagai bentuk tindak tutur ilokusi yang mencerminkan dinamika interaksi sosial antara kedua belah pihak. Pertama, terdapat tindak tutur direktif, sebagaimana terlihat dalam pernyataan “Bude, njalok tape ne bude”, yang merepresentasikan permintaan pembeli agar penjual menyajikan tapai. Pernyataan ini mengandung tujuan agar penjual memberikan tanggapan terhadap kebutuhan pembeli dengan cara tertentu, seperti memberikan informasi atau menyediakan produk. Selain itu, pertanyaan “Nggak enek seng kiloan wae toh, bude?” juga termasuk dalam direktif karena bertujuan meminta penjual menawarkan alternatif berupa tapai yang dijual dalam satuan kilogram. Sejalan dengan pendapat (Andriarsih, 2020) yang menyatakan bahwa ilokusi direktif merupakan tuturan yang bertujuan menghasilkan dampak berupa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur. Selanjutnya, respons penjual seperti “Iki telu iki sekilo, sek telu iki wae nggih” mencerminkan tindak tutur asertif, karena penjual menyampaikan informasi yang dapat dipercaya mengenai harga dan jumlah tapai, sehingga penutur (penjual) menunjukkan komitmennya terhadap kebenaran pernyataan tersebut. Sejalan dengan pendapat (Rini, 2023) yang menyatakan bahwa tindak tutur asertif digunakan untuk menyampaikan informasi kepada seseorang yang di dalamnya terkandung pernyataan sekaligus penegasan mengenai suatu hal yang disampaikan penutur.

Selain direktif dan asertif, percakapan ini juga melibatkan tindak tutur ekspresif, yang terlihat di akhir dialog, misalnya ketika pembeli mengucapkan “Nggih bude, maturnuwun”. Ungkapan ini merupakan bentuk apresiasi pembeli atas pelayanan yang diberikan oleh penjual. Demikian pula, ungkapan penjual “Iki nduk” mencerminkan tindak tutur ekspresif yang menandakan keramahan dan kesediaan untuk melayani. Tidak terdapat indikasi tindak tutur komisif maupun deklarasi dalam percakapan ini, karena tidak ditemukan janji, keputusan, atau pernyataan yang menciptakan situasi baru. Berdasarkan teori tindak tutur oleh Searle (1979), dialog ini didominasi oleh tindak tutur direktif sebagai bentuk utama komunikasi untuk memenuhi kebutuhan praktis, dilengkapi dengan asertif sebagai upaya memastikan keakuratan informasi, serta ekspresif untuk mempererat hubungan interpersonal. Interaksi ini mencerminkan keseimbangan fungsi komunikasi dalam konteks jual beli.

2. Tuturan antara penjual perempuan beretnis Jawa dengan pembeli perempuan beretnis Jawa:

Pj : Nduk, nyayur kangkung iki

Pm : Ora bude

Keterangan:

Pj: Penjual

Pm: pembeli

Interaksi antara penjual dan pembeli dalam dialog singkat tersebut merepresentasikan penggunaan tindak tutur direktif dan asertif. Pada tuturan “Nduk, nyayur kangkung iki”, penjual secara tidak langsung memberikan saran atau arahan kepada pembeli agar bersedia membeli sayur kangkung. Tuturan ini tergolong dalam tindak tutur direktif karena bertujuan memengaruhi tindakan lawan tutur (pembeli) untuk membuat keputusan terkait pembelian. Penjual menyampaikan ajakan dengan nada ramah, yang mencerminkan keinginan untuk memotivasi tindakan pembeli tanpa unsur paksaan. Selain itu, tuturan ini juga menunjukkan adanya aspek persuasif yang sering ditemukan dalam interaksi jual beli, dengan tujuan akhir tercapainya transaksi jual beli. Sebaliknya, tanggapan pembeli yang singkat, “Ora bude”, dikategorikan sebagai tindak tutur asertif. Pernyataan ini menyampaikan penolakan secara tegas dengan menyatakan fakta atau keputusan bahwa pembeli tidak berminat untuk membeli sayur kangkung. Dalam hal ini, tindak tutur asertif digunakan untuk menyatakan posisi pembeli secara jelas terhadap ajakan penjual tanpa memberikan informasi tambahan. Berdasarkan teori tindak tutur oleh Searle (1979), direktif dan asertif saling melengkapi dalam komunikasi sosial. Direktif berfungsi untuk memulai dan mendorong tindakan tertentu, sedangkan asertif memberikan tanggapan yang definitif dan informatif. Kedua jenis ilokusi ini mencerminkan pola komunikasi yang efektif dan kontekstual dalam situasi pasar tradisional.

3. Tuturan antara penjual perempuan beretnis Melayu dengan pembeli perempuan beretnis Jawa

Pm : Ini berapa bu?

Pj : Tinggal satu itu lima puluh ribu

Pm : Yang warna hijau nggak ada ya?

Pj : Dak ado yang kayak itu warna hijau. Ini na hijau na.

Pm : Tapi jangan kaos oblong bu, mau untuk seragam acara soalnya.

Pj : Dak ado yuk

Pm : iya la bu, makasih.

Keterangan:

Pj: Penjual

Pm: pembeli

Dialog antara penjual baju beretnis Melayu dan pembeli beretnis Jawa mencerminkan penerapan tindak tutur asertif dan direktif. Dalam percakapan tersebut, penjual menggunakan tindak tutur asertif, seperti pada pernyataan “Tinggal satu itu lima puluh ribu” dan “Dak ado yang kayak itu warna hijau. Ini na hijau na” untuk memberikan informasi mengenai stok barang dan ketersediaan warna. Tuturan ini bertujuan

menyampaikan kebenaran faktual kepada pembeli, yang sesuai dengan teori Searle (1979), bahwa tindak tutur asertif mengharuskan penutur berkomitmen pada kebenaran dari pernyataannya. Penjual menyampaikan informasi secara langsung dan relevan agar pembeli dapat membuat keputusan secara tepat.

Sebaliknya, pembeli menggunakan tindak tutur direktif, misalnya melalui pertanyaan “Yang warna hijau nggak ada ya?” dan “Tapi jangan kaos oblong bu, mau untuk seragam acara soalnya”. Tuturan ini berfungsi untuk meminta penjual memberikan informasi spesifik mengenai barang yang sesuai dengan kebutuhan pembeli. Ilokusi direktif tersebut berupaya mengarahkan tindakan penjual, baik dengan menyediakan alternatif maupun memahami preferensi pembeli. Selain itu, respons pembeli di akhir percakapan, “iya la bu, makasih” mencerminkan tindak tutur ekspresif yang menunjukkan rasa terima kasih atas bantuan yang diberikan, meskipun barang yang dicari tidak tersedia. Percakapan ini menggambarkan bagaimana tindak tutur ilokusi berperan saling melengkapi dalam interaksi pasar, di mana direktif berfungsi meminta informasi, asertif menyampaikan fakta, dan ekspresif menjaga keharmonisan komunikasi.

4. Tuturan antara penjual perempuan beretnis Jawa dengan pembeli perempuan beretnis Jawa

Pj : Nduk Ayu, sayur e loro limang ewu

Pm : Sek bude, tak tuku lombok sek

Keterangan:

Pj: Penjual

Pm: pembeli

Dialog antara penjual sayur dengan pembeli dalam situasi tersebut mencerminkan penggunaan tindak tutur direktif dan asertif. Pada pernyataan “Nduk Ayu, sayur e loro limang ewu”, penjual berupaya mengarahkan pembeli untuk membeli sayur dengan memberikan informasi mengenai harga dan jumlah. Ucapan ini tergolong tindak tutur direktif karena bertujuan memengaruhi pembeli untuk mengambil tindakan tertentu, yaitu melakukan pembelian. Penggunaan frasa “Nduk Ayu” mencerminkan pendekatan yang persuasif dan bersahabat, yang sering digunakan dalam komunikasi pasar tradisional untuk menciptakan interaksi yang hangat dan menarik perhatian pembeli. Selain menyampaikan ajakan, direktif ini juga menggambarkan adanya hubungan sosial yang baik antara kedua pihak dalam percakapan.

Sementara itu, respons pembeli berupa “Sek bude, tak tuku lombok sek” menunjukkan tindak tutur asertif. Ucapan ini menyatakan keputusan pembeli untuk menunda pembelian sayur karena lebih memilih membeli cabai terlebih dahulu. Hal ini termasuk tindak tutur asertif karena pembeli mengungkapkan fakta atau keputusan yang mengikat dirinya pada tindakannya. Mengacu pada teori tindak tutur yang dikemukakan oleh Searle (1979), tindak tutur direktif berfungsi untuk memengaruhi lawan bicara agar melakukan tindakan tertentu, sedangkan tindak tutur asertif bertujuan menyampaikan informasi atau keputusan yang diyakini benar oleh penutur. Dalam percakapan ini, direktif dari penjual berfungsi untuk memulai interaksi dalam transaksi, sedangkan asertif dari pembeli memberikan tanggapan yang jelas mengenai rencananya. Percakapan tersebut mencerminkan pola komunikasi pasar tradisional yang menyeimbangkan tujuan ekonomi dengan keharmonisan sosial.

5. Tuturan antara penjual perempuan beretnis Sunda dengan pembeli perempuan beretnis Jawa

Pm : Teh berapa cabai teh

Pj : dua puluh

Pm : Sekilo

Pj : Iya, itu teh sekilo dua puluh ribu

Keterangan:

Pj: Penjual

Pm: pembeli

Dialog antara penjual cabai beretnis Sunda dan pembeli beretnis Jawa sebagaimana digambarkan mencerminkan penerapan tindak tutur direktif dan asertif. Pada bagian awal percakapan, pembeli mengajukan pertanyaan “Teh berapa cabai teh”, yang termasuk dalam tindak tutur direktif. Pertanyaan ini memiliki tujuan untuk memperoleh informasi dari penjual mengenai harga cabai, sehingga mendorong penjual memberikan jawaban yang relevan. Dalam konteks ini, tindak tutur direktif berperan sebagai sarana pembeli untuk mengarahkan penjual memberikan informasi yang dibutuhkan, sekaligus menciptakan interaksi dua arah yang efektif. Hal ini sesuai dengan konsep tindak tutur direktif sebagaimana diuraikan oleh Searle (1979), yaitu tindak tutur yang bertujuan memengaruhi lawan bicara agar melakukan suatu tindakan.

Sementara itu, respon penjual, seperti “Iya, itu teh sekilo dua puluh ribu”, merupakan contoh tindak tutur asertif. Penjual menyampaikan informasi mengenai harga cabai, yakni dua puluh ribu per kilogram, dengan mengikat dirinya pada kebenaran pernyataan tersebut. Tindak tutur ini berfungsi untuk memberikan data yang jelas dan dapat dipercaya, sehingga pembeli dapat memperoleh pemahaman yang cukup sebelum mengambil keputusan. Kombinasi antara tindak tutur direktif dan asertif dalam interaksi ini mencerminkan hubungan yang saling melengkapi antara kedua pihak. Direktif digunakan oleh pembeli untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, sedangkan asertif memastikan penjual memberikan jawaban yang tepat dan relevan. Dialog ini mencerminkan dinamika komunikasi khas di pasar tradisional yang tidak hanya berfokus pada aspek transaksi ekonomi, tetapi juga mendukung interaksi sosial melalui penyampaian informasi yang jelas dan akurat.

6. Tuturan antara penjual perempuan beretnis Minang dengan pembeli perempuan beretnis Melayu:

Pm : Berapo sandal ini?

Pj : Itu limo puluah ribu, kalau beli dua jadi sembilan puluah ribu

Pm : Apo agek boleh ditukar bu bilo ukurannya nggak cocok?

Pj : Bisa, Dek. Tapi pastikan tanda barunyo ndak hilang, jo paling lambek bisa ditukaran dalam tigo hari

Pm : Iyo, Bu. Sayo ambil duo pasang, ya. Mokasih.

Pj : Samo-samo, Dek

Keterangan:

Pj: Penjual

Pm: pembeli

Percakapan antara penjual sandal suk(Rini, 2023)u Minang dan pembeli suku Melayu pada contoh tersebut menunjukkan penerapan berbagai jenis tindak tutur ilokusi, yaitu asertif, direktif, dan deklaras. Tindak tutur asertif tercermin dalam pernyataan penjual, “Itu limo puluah ribu, kalau beli dua jadi sembilan puluah ribu”. Pernyataan ini menyampaikan informasi faktual terkait harga dan diskon sandal, sehingga penjual terikat pada kebenaran informasi tersebut. Sesuai teori yang dikemukakan oleh Searle (1979), tindak tutur asertif bertujuan untuk menyampaikan informasi yang relevan dan dapat dipercaya. Dalam konteks ini, fungsi tindak tutur asertif adalah memberikan kejelasan mengenai harga barang, yang menjadi elemen penting dalam interaksi di pasar tradisional guna memastikan pemahaman pembeli terhadap kondisi transaksi.

Selain itu, terdapat tindak tutur deklaras dalam pernyataan penjual, “Tapi pastikan tanda barunyo ndak hilang, jo paling lambek bisa ditukaran dalam tigo hari”. Ucapan ini berfungsi menciptakan aturan baru dalam transaksi, yakni menetapkan batas waktu untuk pengembalian barang. Deklarasi, sebagaimana dijelaskan oleh Searle (1979), berperan dalam menciptakan realitas baru yang mengikat kedua belah pihak berdasarkan otoritas penutur. Dalam hal ini, penjual memanfaatkan otoritasnya untuk menentukan kebijakan pengembalian barang. Melalui tindak tutur deklaras ini, tercipta kepastian dalam transaksi yang menjamin hak dan kewajiban kedua belah pihak. Kombinasi antara tindak tutur asertif dan deklaras dalam percakapan tersebut menunjukkan efisiensi komunikasi di pasar tradisional, di mana kejelasan informasi serta aturan transaksi berperan penting dalam membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli.

7. Tuturan antara penjual laki-laki beretnis Batak dengan pembeli perempuan beretnis Batak:

Pm : Amang, mangga on berapa hargana?

Pj : Tolu puluh ribu parkilo na, tapi ndang las ni hatamu, unang rugi, amang. Aku janji kalau ndang manis, boleh tukar

Pm : Nandang apa ho, amang. Aku ambil dua kilo

Ket:

Pj: Penjual

Pm: pembeli

Percakapan antara penjual dan pembeli tersebut menggambarkan penggunaan tindak tutur komisif, yang terlihat jelas dalam pernyataan penjual, “Aku janji kalau ndang manis, boleh tukar”. Menurut Searle (1979), tindak tutur komisif adalah jenis tuturan yang mengharuskan penutur untuk melaksanakan suatu tindakan di masa depan. Dalam konteks ini, penjual mengungkapkan komitmen untuk memungkinkan pembeli menukar mangga yang dibeli jika kualitasnya tidak sesuai dengan harapan, yaitu jika mangga tersebut tidak manis. Janji yang disampaikan oleh penjual berfungsi untuk membangun rasa saling percaya antara kedua pihak, yang sangat penting dalam transaksi di pasar tradisional, terkhusus dalam budaya Batak yang sangat menekankan nilai hubungan sosial dan kepercayaan.

Lebih lanjut, tindak tutur komisif ini juga memainkan peran penting sebagai strategi komunikasi persuasif yang dirancang untuk mempengaruhi pilihan pembeli. Dengan memberikan jaminan tersebut, penjual tidak hanya memperlihatkan kredibilitas dan integritasnya, tetapi juga memberikan rasa nyaman kepada pembeli untuk melakukan pembelian. Percakapan ini juga mencerminkan nilai budaya Batak dalam menjaga

hubungan harmonis melalui komunikasi yang terbuka dan penuh saling percaya. Dengan demikian, interaksi tersebut menggambarkan bahwa di pasar tradisional, transaksi ekonomi tidak hanya sekadar pertukaran barang, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai kultural yang mengedepankan hubungan interpersonal yang baik.

8. Tuturan antara penjual laki-laki beretnis Melayu dengan pembeli perempuan beretnis Melayu

Pm : Berapa ikan kembung ni bang?

Pj : Empat puluh ribu sekilo. Kalau ayuk ambek banyak biso kurang dikit

Pm : Duo kilo tujuh puluh yo bg

Pj : Iyo yuk, ambek la. Jadi duo kilo nian yo ni, ikan kembung ni cepat abisnyo yuk

Pm : oke, bang. Sayo ambek duo kilo. Pastikan ikan ni segar yo bang

Pj : Iyo yuk, sayo janji la boleh ayuk tukar kalau ikan ni ndak segar

Pm : Oke bang

Pj : Ini ikannyo yuk

Pm : Makasih bang

Keterangan:

Pj: Penjual

Pm: Pembeli

Percakapan antara penjual dan pembeli dalam tuturan tersebut merepresentasikan penggunaan tiga jenis tindak tutur ilokusi, yakni asertif, direktif, dan komisif. Tindak tutur asertif teridentifikasi pada pernyataan penjual, “Empat puluh ribu sekilo”, yang memberikan informasi faktual mengenai harga ikan. Pernyataan tersebut memenuhi definisi tindak tutur asertif menurut Searle (1979), yaitu jenis tuturan yang mengikat penuturnya pada kebenaran pernyataan yang disampaikan. Fungsi utama dari tindak tutur asertif ini adalah menyediakan kejelasan informasi kepada pembeli terkait kondisi awal transaksi, sehingga dapat menjadi dasar untuk negosiasi lebih lanjut.

Selanjutnya, tindak tutur direktif terlihat pada permintaan pembeli, “Pastikan ikan ni segar yo bang”, yang ditujukan untuk meminta penjual memastikan kesegaran ikan. Berdasarkan teori Searle (1979), tindak tutur direktif bertujuan mendorong lawan bicara untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam hal ini, pembeli berusaha memengaruhi penjual agar memberikan jaminan kualitas produk yang ditawarkan. Respon positif dari penjual terhadap permintaan ini mencerminkan adanya hubungan yang baik antara kedua pihak. Komunikasi yang jelas dan santun menjadi elemen penting yang mendukung keberhasilan transaksi di pasar tradisional.

Tindak tutur komisif ditunjukkan dalam pernyataan penjual, “Sayo janji la boleh ayuk tukar kalau ikan ni ndak segar”, yang memuat janji untuk mengganti produk jika tidak sesuai ekspektasi. Ilokusi komisif, sebagaimana dijelaskan oleh Searle (1979), adalah tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melakukan tindakan tertentu di masa mendatang. Dalam konteks ini, penjual menggunakan ilokusi komisif sebagai bentuk komitmen terhadap pembeli, sekaligus menciptakan rasa percaya dalam transaksi. Janji tersebut memberikan kepastian bagi pembeli dan menegaskan tanggung jawab moral penjual terhadap kualitas barang dagangan.

Interaksi dalam tuturan ini menggambarkan hubungan ekonomi yang berlandaskan kepercayaan dan penghormatan timbal balik. Kombinasi tindak tutur asertif, direktif, dan komisif menunjukkan bahwa aktivitas di pasar tradisional tidak

hanya berupa transaksi ekonomi, tetapi juga melibatkan dimensi sosial yang memperkuat hubungan antarpersonal dalam masyarakat. Selain itu, interaksi ini mencerminkan nilai-nilai budaya Melayu yang mengedepankan kesopanan, integritas, serta transparansi dalam komunikasi sehari-hari. Dengan demikian, tuturan ini tidak hanya berfungsi dalam konteks ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian nilai-nilai budaya lokal.

SIMPULAN

Penelitian berjudul Bentuk Implikatur Ilokusi dalam Perspektif Penjual dan Pembeli di Pasar Berdasarkan Pendekatan Teori Austin berhasil mengungkapkan 19 bentuk implikatur ilokusi yang menggambarkan variasi fungsi komunikasi dalam interaksi jual beli. Hasil kajian menunjukkan dominasi tindak tutur asertif dan direktif, masing-masing sebanyak tujuh bentuk, yang menandakan pentingnya penyampaian informasi dan permintaan tindakan dalam transaksi di pasar. Selain itu, tindak tutur ekspresif dan komisif, masing-masing sebanyak dua bentuk, menonjolkan peran komunikasi interpersonal dalam mempererat hubungan sosial dan membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Adanya satu bentuk tindak tutur deklarasi menunjukkan peran penting otoritas penutur dalam menciptakan atau mengubah situasi tertentu dalam proses interaksi. Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman mengenai dinamika komunikasi di pasar sebagai ruang interaksi sosial yang kompleks. Hasil kajian ini juga memperkaya literatur terkait teori tindak tutur, terutama dalam konteks budaya dan ekonomi yang lebih spesifik.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih jauh bentuk-bentuk implikatur ilokusi pada konteks pasar yang berbeda, seperti pasar daring atau pasar di daerah perkotaan, guna memahami pola komunikasi yang lebih beragam. Pendekatan kualitatif yang lebih terfokus, misalnya analisis pragmatik-kontekstual, dapat digunakan untuk mengeksplorasi faktor budaya yang memengaruhi penggunaan tindak tutur tertentu. Selain itu, kajian mengenai pengaruh peran gender atau status sosial terhadap pola tindak tutur dalam interaksi jual beli juga diharapkan dapat dikembangkan. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk merancang pelatihan komunikasi yang bertujuan meningkatkan keterampilan negosiasi dan pelayanan pelanggan. Kolaborasi lintas disiplin, seperti linguistik dan ekonomi, dapat memberikan wawasan yang lebih menyeluruh tentang komunikasi dalam konteks transaksi. Dengan demikian, pengembangan penelitian ini dapat mendukung kemajuan teori dan praktik komunikasi yang relevan dengan berbagai konteks sosial dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Almahdi, Z., & Kartikasari, R. D. (2022). Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Dalam Cerita Pendek Langit Makin Mendung Karya Ki Panji Kusmin: Kajian Sociolinguistik. *Prosiding Seminar Nasional Sasindo*, 2(2), 186–196. <https://doi.org/10.32493/sns.v2i2.22093>
- Andriarsih, L., & Budiasih, K. (2020). Tindak Tutur Direktif dalam Interaksi Penjual dan Pembeli Online Shop di Media Sosial Whatsapp. *La-Tahzan: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(2), 251-263.
- Andriyani, A. A. A. D., & Santika, I. D. A. D. (2022). Wujud Tindak Tutur Pada Interaksi Penjual dan Pembeli di Warung Makan. *Kulturistik: Jurnal Ilmu Bahasa dan Budaya*, 6(2), 99-105.
- Bila, S., Rosadi, N. P., & Purwanti. (2023). Analisis Implikatur Percakapan Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Sungai Pinang dalam Samarinda. *Segara Widya:*

- Jurnal Penelitian Seni*, 11(1), 35-41.
- Cahyo, A. N. (2022). Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi dan Perlokusi dalam Interaksi Penjual Dengan Pembeli di Pasar Raya Mmtc. *Jurnal Serunai Bahasa Indonesia*, 19(2), 144–153. <https://doi.org/10.37755/jsbi.v19i2.675>
- Jamaludin, Z., & Serlin, M. F. (2023). Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Waelengga Kecamatan Kota Komba Kabupaten Manggarai Timur. *Retorika: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.37478/rjpbsi.v4i1.2914>
- Kuntarto, E. (2016). Kesantunan Berbahasa Ditinjau dari Prespektif Kecerdasan Majemuk. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. 16(2)
- Kusmana, A. (2021). Makna Leksikal Nama-Nama Hidangan Makanan Tradisional Khas Provinsi Jambi. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*. 05(2).
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press
- Lismayanti, H., & Aswadi, D. (2018). Tindak Tutur Lokusi Pedagang dan Pembeli di Pasar Sudi Mampir Banjarmasin. *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 3(1).
- Mangesa, F. B., & Kandari, H. (2021). Tindak Tutur Langsung dan Tidak Langsung dalam Transaksi Jual Beli. *Mataallo : Masyarakat Peneliti Pendidikan Bahasa Indonesia*, 1(2), 44–50. <https://doi.org/10.47178/mataallo.v1i2.1332>
- Nurhidayah, Y. (2017). Pola Komunikasi Perempuan Pesisir: Studi Etnografi Komunikasi. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 209-231.
- Puspakartika, A., Wirza, Y., & Muniroh, R. D. D. (2024). Tindak Tutur Ilokusi dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Rumah Batik Cipaku. *Journal on Education*, 6(4), 22396–22405. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.6194>
- Rahangmetan, R. L., Widayati, W., & Tobing, V. M. T. L. (2023). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Pada Penjual Dan Pembeli Di Pasar Jargaria Dobo, Kabupaten Kepulauan Aru, Maluku. *Buana Bastra*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.36456/bastra.vol10.no2.a8005>
- Rini, I. O. (2023). Tindak Tutur Asertif dalam Interaksi Jual Beli di Pasar Bondowoso dan Pemanfaatannya dalam Teks Negosiasi di SMA. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.30651/lf.v7i1.6964>
- Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press
- Sihotang, R. (2018). Aneka Tindak Tutur Interaksi Sosial di Pasar Tradisional Aksara Medan. *MEDAN MAKNA*, 16(2)
- Urbaningrum, T., Triana, L., & Sari, V. I. (2022). Tindak Tutur Ilokusi Pada Youtube Nihongo Mantappu “Jika Aku Menjadi Menteri Pendidikan...” *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 3(02), 91–100. <https://doi.org/10.46772/semantika.v3i02.593>
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press
- Zhafira, R., & Sebastian, A. G. (2023). Bentuk Implikatur Ilokusi Antar Pedagang dan Pembeli di Pasar Pagi. *Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni*, 11(2), 65-69.