

IMPLIKATUR TUTURAN PRAMUNIAGA DEMPO COSMETIC DI PUSAT PERBELANJAAN JEMBER

Anggik Budi Prasetyo¹, Muji², Anita Widjajanti³

¹Program Magister Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jember

^{2,3}Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP, Universitas Jember

¹anggikbudi96@gmail.com, ²muji_yunilove.fkip@unej.ac.id, ³widjajantianita.fkip@unej.ac.id

Abstrak

Implikatur percakapan merupakan maksud tersembunyi yang hendak disampaikan oleh penutur kepada mitra tutur. Implikatur percakapan dapat ditemui di berbagai kegiatan pertuturan, salah satunya ialah kegiatan pemasaran suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan mendeskripsikan wujud implikatur percakapan dalam kegiatan pemasaran. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah segmen tutur berupa kata-kata yang diindikasikan mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Sumber data dalam penelitian ini yaitu kegiatan pemasaran produk Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan sosiopragmatis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukan tujuh implikatur percakapan yang muncul dalam kegiatan pemasaran produk Dempo Cosmetic. Ketujuh implikatur tersebut ialah implikatur meminta, menyarankan, menawarkan, meyakinkan, membandingkan, menyuruh, dan melarang. Implikatur tersebut diwujudkan dengan berbagai tindak ilokusi dengan fungsi pragmatis yang berbeda. Implikatur ini muncul dengan di dukung berbagai konteks tuturan yang melingkupinya.

Kata Kunci: Dempo Cosmetic; Implikatur Percakapan; Pemasaran

Abstract

The implicature of conversation is a hidden purpose that exists in speech activities, one of which is the marketing activity of a product. The purpose of this study was to find and describe the form of conversational implicatures in marketing activities. Sources of data in this study are the marketing activities of Dempo Cosmetic products at Roxy Square Jember. The data used in this study are speech segments in the form of sentences which are indicated to contain conversational implicatures in them. This research is a qualitative research with descriptive methods and the approach used is a sociopragmatic approach. The results of this study indicate that there are seven conversational implicatures that appear in the marketing activities of Dempo Cosmetic products. The seven implicatures are asking, suggesting, offering, convincing, comparing, ordering, and prohibiting. This implicature is manifested by various illocutionary acts with different pragmatic functions. This implicature appears supported by various contexts of the speech that surrounds it.

Keywords: Conversational Implicature; Dempo Cosmetic; Marketing



Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Peran penting tersebut tidak terlepas dari kehidupan sosial manusia yang selalu berinteraksi dengan sesamanya (Prasetyo, 2021:70). Pentingnya bahasa bagi manusia dapat tercermin dari penggunaan bahasa oleh suatu komunitas tutur. Lyons (1970:326) berpendapat bahwa komunitas tutur adalah semua orang yang menggunakan bahasa tertentu atau dialek. Dialek tersebut menjadi ciri dari orang-orang yang menggunakan bahasa tersebut, sehingga menjadi pengenalan bagi orang-orang tersebut. Bahasa yang digunakan oleh suatu masyarakat tutur berfungsi sebagai alat komunikasi dalam berbagai peristiwa tutur. Peristiwa tutur tersebut dapat berlangsung dimana pun dan kapan pun, misalnya pada kegiatan formal seperti kegiatan belajar mengajar di sekolah maupun pada kegiatan non formal seperti kegiatan perdagangan atau pemasaran.

Kegiatan pemasaran merupakan suatu bentuk peristiwa tutur yang bersifat persuasif yang bertujuan untuk mengajak dan menarik minat konsumen. Kegiatan ini dapat digunakan oleh seseorang, kelompok atau perusahaan untuk memasarkan produk kepada masyarakat. Ada dua cara untuk memasarkan suatu produk yaitu dengan cara langsung maupun tidak langsung. Pemasaran secara langsung dapat dilakukan dengan bertemu langsung dengan calon konsumen, sedangkan pemasaran tidak langsung dapat berupa iklan dalam bentuk cetak maupun elektronik.

Kegiatan pemasaran secara langsung adalah bentuk peristiwa tutur yang khas. Kekhasan tersebut terletak pada pemaksimalan informasi mengenai produk yang dipasarkan melalui tindak tutur pramuniaga kepada calon konsumen. Hal ini juga terjadi pada peristiwa tutur yang melibatkan pramuniaga Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember. Pramuniaga Dempo Cosmetic menggunakan berbagai tindak tutur untuk memasarkan produknya. Tindak tutur tersebut merupakan bagian dari cara yang dilakukan pramuniaga untuk menarik minat calon konsumen. Ketika bertutur, tentunya pramuniaga memerhatikan aspek-aspek dalam memproduksi tuturan. Aspek-aspek tersebut meliputi keruntutan tuturan, pemilihan kata, kesepahaman dengan mitra tutur dan kesantunan berbahasa. Penelitian ini memfokuskan pada salah satu aspek tersebut, yaitu kesepahaman dengan mitra tutur yang mengarah pada implikatur sebuah tuturan.

Menurut Levinson (dalam Nadar, 2013:61), implikatur merupakan salah satu gagasan atau pemikiran terpenting dalam bidang ilmu pragmatik. Lebih lanjut, Nababan (dalam Mulyana, 2005:11) menyebutkan bahwa implikatur berkaitan erat dengan konvensi kebermaknaan yang terjadi di dalam proses komunikasi. Dengan kata lain, implikatur merupakan segala sesuatu yang tersembunyi dan tersirat dari sebuah tuturan. Dengan menggunakan implikatur percakapan maka penutur mampu menjelaskan sesuatu hal yang diinginkan (Speaks, 2008:11). Dalam kegiatan pemasaran tentu dapat diketahui munculnya sebuah implikatur percakapan yang terjadi antara pramuniaga dengan calon konsumen. Untuk memahami atau menemukan implikatur tindak tutur, peserta pertuturan harus memerhatikan konteks yang menyertainya.

Konteks adalah aspek-aspek yang gayut dengan lingkungan fisik dan sosial sebuah tuturan (Leech, 1993:20). Pendapat lain dikemukakan oleh Kridalaksana (dalam Andianto, 2010:35), ia berpendapat bahwa konteks adalah ciri-ciri di luar bahasa yang menumbuhkan makna ujaran atau wacana. Konteks sangat berpengaruh pada pemaknaan sebuah tuturan. Konteks meliputi semua aspek di luar kebahasaan yang menyertai sebuah tuturan. Oleh karena itu, pada situasi pemasaran suatu produk calon konsumen harus mengetahui konteks yang menyertai sebuah tuturan untuk mengerti maksud dari tuturan yang digunakan oleh pramuniaga, agar proses komunikasi antara pramuniaga

dan calon konsumen dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi kesalahpahaman yang mungkin terjadi karena adanya salah pemaknaan tuturan pramuniaga oleh calon konsumen.

Sehubungan dengan penelitian mengenai implikatur percakapan, terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Andini (2017) dengan fokus kajian jenis tindak tutur dan makna pragmatik dalam pembelajaran. Andini menggunakan teori pragmatik dalam proses analisis data. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditentukan, penelitian ini menemukan bahwa terdapat beberapa jenis tindak tutur yang digunakan oleh guru dan juga terdapat makna pragmatik yang ada di dalamnya. Jenis tindak tutur yang ditemukan ialah tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, tindak tutur tidak literal, tindak tutur langsung literal, dan tindak tutur tidak langsung literal. Selanjutnya, makna pragmatik yang ditemukan ialah makna perintah dan makna sapaan, teguran, nasihat, klarifikasi, suruhan, pujian, peringatan, sindiran, dan saran.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Mohammadzadeh, Razi, dan Yavuz (2019). Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana calon guru Bahasa Inggris di Cyprus International University memahami implikasi sebuah percakapan. Penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik dalam proses analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman calon guru Bahasa Inggris mengenai implikatur percakapan cukup rendah. Temuan penelitian ini memberi gambaran bahwa calon guru Bahasa Inggris berhasil memahami implikatur relevansi dan kurang berhasil dalam memahami implikatur kualitas. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang nilai-nilai budaya dan bahasa.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Pudyastuti dan Zamzani (2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik yang merujuk pada teori implikatur dalam proses analisis data. Penelitian ini menghasilkan beberapa hal yaitu jenis implikatur, fungsi implikatur, dan alasan penggunaan implikatur. Jenis implikatur yang ditemukan ialah implikatur percakapan umum dan khusus. Lalu, fungsi implikatur yang ditemukan ialah fungsi asertif, ekspresif, direktif, dan komisif. Selanjutnya, alasan penggunaan implikatur dalam pembelajaran yaitu guna memperhalus tuturan kepada siswa agar tidak tersinggung ketika memberikan suatu perintah tertentu.

Guswita dan Andriyanti (2020) melakukan penelitian mengenai implikatur percakapan dalam proses pembelajaran Bahasa Inggris di SMA. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan jenis implikatur yang digunakan selama proses pembelajaran. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk menemukan alasan penggunaan implikatur dalam pembelajaran Bahasa Inggris. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan pragmatik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua jenis implikatur, yaitu implikatur percakapan umum dan implikatur percakapan khusus. Kemudian, alasan penggunaan implikatur percakapan tersebut ialah untuk menguatkan pesan, untuk tercapainya tujuan, untuk menarik perhatian, dan untuk memperlembut tuturan.

Beberapa paparan mengenai penelitian yang telah dilakukan di atas memiliki kontribusi yang sangat positif terhadap penelitian ini, yaitu sebagai bahan pengayaan dalam melakukan penelitian yang sejenis. Selain itu, penelitian tersebut juga memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada teori yang digunakan yaitu teori pragmatik dengan fokus kajian tentang implikatur. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

terletak pada jenis implikatur yang hendak ditemukan. Penelitian ini hendak menemukan implikatur percakapan dalam tuturan *sales* produk Dempo Cosmetic.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu suatu penelirian yang hendak menyibak fenomena yang sedang terjadi secara holistik (Moleong, 2006:6). Penelitian ini menggunakan paradigma metode deskriptif, yakni suatu metode yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu peristiwa atau kejadian dengan apa adanya (Arikunto, 2002:10). Data penelitian ini adalah segmen tutur yang diindikasikan mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Data dalam penelitian ini bersumber dari kegiatan pemasaran produk Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember. Pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan tuturan yang telah ditranskripsikan untuk mendapatkan data yang diinginkan (Subroto, 1992:42). Lebih lanjut, data dikumpulkan dengan menggunakan teknik simak-catat (Sudaryanto, 2003:5). Segmen tutur yang telah disimak dan dicermati kemudian diidentifikasi dan diklasifikasikan dengan cara mencatat sesuai kebutuhan guna tercapainya tujuan penelitian. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan sosiopragmatis dengan memberdayakan teori tentang implikatur yang dicetuskan oleh Grice (1975). Analisis ini menitikberatkan pada wujud implikatur percakapan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada kegiatan pemasaran produk Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember, maka dapat ditemukan berbagai implikatur di dalamnya. Terdapat tujuh implikatur yang ditemukan dalam tuturan pramuniaga Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember. Ketujuh implikatur tersebut, yaitu 1) implikatur meminta, 2) implikatur menyarankan, 3) implikatur menawarkan, 4) implikatur meyakinkan, 5) implikatur membandingkan, 6) implikatur menyuruh, 7) implikatur melarang.

Pembahasan

Implikatur Meminta

Implikatur berupa meminta yang ada dalam tindak tutur pramuniaga merupakan sebuah tindak tutur yang menyatakan suatu permintaan secara terselubung, tersirat dan tidak langsung kepada calon konsumen. Permintaan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meminta mitra tutur yaitu konsumen untuk melakukan atau menerima sesuatu hal yang pramuniaga inginkan. Fungsi dari implikatur meminta ini ialah untuk menunjukkan keinginan pramuniaga terhadap konsumen dengan tidak menimbulkan efek negatif.

Data (1)
Segmen Tutur
Konsumen : “Ini, Mbak. Seratus ribu.”
Pramuniaga : “*Ada uang kecil, Mbak?*”
Konsumen : “Sebentar, Mbak. Oh, ada, ada.”

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen). Tuturan terjadi ketika konsumen sedang berjalan di depan tempat pemasaran produk Dempo Cosmetic di Roxy Square

Jember. Tuturan terjadi setelah konsumen perempuan merogoh sakunya dan mengeluarkan uang pecahan senilai seratus ribu rupiah, lalu diberikan kepada pramuniaga.

Data (1) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis meminta. Tindak ilokusi direktif meminta ini dimunculkan dengan modus tuturan interogatif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu “*Ada uang kecil, Mbak?*”. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa pramuniaga bukanlah bertanya tentang adanya uang yang berukuran kecil, akan tetapi pramuniaga meminta calon konsumen untuk membayar produk yang ingin dibeli dengan menggunakan uang pecahan yang nominalnya lebih kecil agar pramuniaga tidak perlu menyiapkan kembalian kepada konsumen.

Data (2)

Segmen Tutar

Pramuniaga : “*Mbak, Demponya.*”

Konsumen : “oh, iya Mas.”

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen). Tuturan terjadi pada saat konsumen sedang berjalan di depan tempat pemasaran produk Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember. Pramuniaga menuturkan dengan mengacungkan ibu jari dan menunjuk ke arah tempat duduk yang telah disediakan dengan tujuan calon konsumen mau duduk di kursi yang telah disediakan.

Data (2) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis meminta. Tindak ilokusi direktif meminta ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu “*Mbak, Demponya.*”. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa pramuniaga bukanlah memberitahu, akan tetapi tindak tutur pramuniaga ini pada dasarnya merupakan peristiwa permintaan kepada calon konsumen untuk berkenan duduk dan melihat produk yang sedang dipasarkan. Hal ini bertujuan jika calon konsumen berkenan duduk dan melihat produk yang sedang di pasarkan, maka pramuniaga dapat mendemonstrasikan produknya dengan harapan agar produk tersebut dibeli oleh calon konsumen.

Implikatur Menyarankan

Implikatur berupa saran yang ada dalam tindak tutur pramuniaga merupakan sebuah tindak tutur yang menyatakan suatu saran secara terselubung, tersirat dan tidak langsung kepada calon konsumen. Fungsi dari implikatur saran ini ialah untuk memberikan pendapat yang dikemukakan untuk dipertimbangkan.

Data (3)

Segmen Tutar

Pramuniaga : “Cara pemakaiannya gampang, Dek, cuci muka dengan sabun muka, jangan sabun mandi dibuat muka. Kamu pakai sabun muka apa?”

Konsumen : Aku pakai Citra.

Pramuniaga : “*Citra? Pakai citra dulu, keringkan dengan handuk sebelum berangkat kuliah*”

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen). Tuturan terjadi ketika konsumen sedang berjalan di depan tempat pemasaran produk Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember. Tuturan ini muncul pramuniaga ketika mengoleskan krim produk Dempo Cosmetic di wajah konsumen.

Data (3) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis menyarankan. Tindak ilokusi direktif menyarankan ini dimunculkan dengan modus tuturan interogatif dan imperatif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu "*Citra? Pakai citra dulu, keringkan dengan handuk sebelum berangkat kuliah*". Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa pramuniaga tidak hanya menunjukkan persetujuan terhadap kebiasaan konsumen yang menggunakan sabun wajah merek tersebut, akan tetapi tuturan itu juga mempunyai maksud menyarankan agar tetap menggunakan sabun wajah agar wajah tetap bersih dan terbebas dari jerawat. Saran tersebut ditujukan kepada konsumen ataupun siapa saja yang ingin menjaga kulit, agar menggunakan sabun wajah, karena dalam hal ini sabun wajah akan melembabkan kulit dan menjaga kesegaran kulit wajah.

Data (4)

Segmen Tutur

Pramuniaga : "*Pak. Lho beda, Pak, ya. Beda, nah kita bukan memutihkan, saya bilang tapi mengembalikan warna dasar anda*".

Konsumen : (mendengarkan penjelasan pramuniaga)

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (calon konsumen). Tuturan terjadi ketika konsumen sedang berjalan di depan tempat pemasaran produk Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember. Pramuniaga menuturkannya dengan memperlihatkan bahan-bahan pembuatan produk. Pramuniaga juga menunjukkan logo Badan POM yang terdapat dalam kemasan. Dituturkan dengan nada lembut dan dengan terus mengoles krim di wajah konsumen.

Data (4) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis menyarankan. Tindak ilokusi direktif menyarankan ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu "*Pak. Lho beda, Pak, ya. Beda, nah kita bukan memutihkan, saya bilang tapi mengembalikan warna dasar anda*". Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa pramuniaga ingin menyarankan agar konsumen memakai produk Dempo Cosmetic karena produk ini dapat memberikan solusi terhadap masalah kulit, yaitu menghilangkan jerawat, memuluskan dan membersihkan kulit serta mengembalikan warna dasar kulit. Dengan menggunakan produk tersebut konsumen tidak perlu khawatir dengan berbagai masalah kulit.

Implikatur Menawarkan

Implikatur tindak tutur berupa menawarkan dalam tuturan pramuniaga Dempo Cosmetic merupakan bentuk tuturan yang memiliki maksud untuk memberikan pilihan kepada calon konsumen yang dapat dipertimbangkan. Fungsi implikatur menyarankan ini ialah untuk memberikan informasi-informasi yang berkaitan dengan produk yaitu mengenai harga, kualitas dan manfaat produk.

Data (5)
Segmen Tutur
Pramuniaga : “Jadi gini Mas ya,”
Konsumen : “Pakai tangan yang kiri aja ya.”
Pramuniaga : **“*Iya nggak papa, mau pakai yang kanan atau yang kiri nggak masalah. Jadi, pada dasarnya ini untuk membersihkan aja, Mas, ya. Bukan pemutih, kayak misalkan ada problem-problem kulit. Kalau Masnya, ini seumuran masnya ini palingan jerawat dan juga hitam-hitam di ketiak, ini boleh pakai krim ini.*”**

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen) yang sedang mendengarkan penjelasan pramuniaga produk Dempo Cosmetic. Pramuniaga menuturkan dengan mengoleskan krim dari produk tersebut. Dituturkan saat berdiri dan dengan memegang produk.

Data (5) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi asertif dengan fungsi pragmatis menawarkan. Tindak ilokusi asertif menawarkan ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Iya nggak papa, mau pakai yang kanan atau yang kiri nggak masalah. Jadi, pada dasarnya ini untuk membersihkan aja, Mas, ya. Bukan pemutih, kayak misalkan ada problem-problem kulit. Kalau Masnya, ini seumuran masnya ini palingan jerawat dan juga hitam-hitam di ketiak, ini boleh pakai krim ini”*. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa pramuniaga pramuniaga bukan hanya ingin memberitahu bahwa produk ini baik untuk kulit, akan tetapi pramuniaga bermaksud untuk menawarkan produknya dengan menyebutkan berbagai manfaat dan bahan yang tidak berbahaya ari produk ini agar konsumen tertarik dan membeli produknya.

Data (6)
Segmen Tutur
Konsumen : “Bisa ditukar?”
Pramuniaga : **“*Inggih, 3 botol kosong dapet satu, makasih ya, Kak*”.**

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (calon konsumen). Tuturan terjadi ketika konsumen sedang mendengarkan penjelasan mengenai produk yang dilakukan oleh pramuniaga Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember.

Data (6) di atas mengandung implikatur di dalamnya. implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi asertif dengan fungsi pragmatis menawarkan. Tindak ilokusi asertif menawarkan ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Inggih, 3 botol kosong dapet satu, makasih ya, Kak”*. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa pramuniaga menawarkan kepada calon konsumen agar berkenan membeli produk secara berkala dan jika sudah memiliki tiga wadah produk yang kosong, maka konsumen akan mendapatkan satu wadah yang masih berisi. Hal ini sebagai bentuk strategi dalam menawarkan agar konsumen terus membeli produk yang sedang dipasarkan.

Implikatur Meyakinkan

Implikatur tindak tutur berupa meyakinkan dalam tuturan pramuniaga Dempo Cosmetic merupakan bentuk tuturan yang memiliki maksud untuk menyatakan sebuah ajakan yang terselubung dan tidak langsung kepada calon konsumen.

Data (7)

Segmen Tutur

Pramuniaga : “Terus, boleh di ini, dirasain dulu gimana hasilnya, lebih bersih nah ini juga bisa dipakai di wajah kalau pemakaian di wajah boleh sebagai masker atau alas bedak.”

Konsumen : “Jadi, emang keliatan seger ya..”

Pramuniaga : **“Iya, karena ini kan memang membersihkan dan juga merawat, bahan-bahannya bengkoang, seperti itu.”**

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (calon konsumen). Konsumen sedang melihat demonstrasi yang dilakukan oleh pramuniaga Dempo Cosmetic di Roxy Square Jember . Tuturan tersebut terjadi ketika calon konsumen sedang mendengarkan penjelasan mengenai produk yang dilakukan oleh pramuniaga. Pramuniaga menuturkannya dengan memperlihatkan bahan-bahan pembuatan produk.

Data (7) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis meyakinkan. Tindak ilokusi direktif meyakinkan ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Iya, karena ini kan memang membersihkan dan juga merawat, bahan-bahannya bengkoang, seperti itu”*. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa produk ini sangatlah aman karena terbuat dari bahan-bahan alami dan tidak berbahaya sehingga tidak menimbulkan efek samping.

Data (8)

Segmen Tutur

Pramuniaga : **“Saya sendiri pakek ini seminggu, untuk muka saya leher saya, tangan saya, biasaya kan saya lengan pendek, seminggu sekali saya buat masker.”**

Konsumen : “Lha ini berapa ini satu botol?”

Pramuniaga : “Boleh, boleh, satu botol boleh.”

Konsumen : “Satu botol.”

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (calon konsumen). Tuturan ini terjadi ketika konsumen mendengarkan demosntrasi yang dilakukan oleh pramuniaga. Tuturan ini diituturkan pramuniaga dengan menunjukkan bekas kulit hitam di leher pramuniaga.

Data (8) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis meyakinkan. Tindak ilokusi direktif meyakinkan ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Saya sendiri pakek ini seminggu, untuk muka saya leher saya, tangan saya, biasaya kan saya lengan pendek, seminggu sekali saya buat masker”*. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa produk ini sangatlah bagus dan memiliki banyak manfaat serta permasalahan kulit akan hilang jika dilakukan dengan teratur. Hal ini bertujuan

agar calon konsumen percaya bahwa produk ini mampu mengatasi permasalahan kulit yang sedang dialami.

Implikatur Membandingkan

Implikatur tindak tutur berupa membandingkan dalam tuturan pramuniaga Dempo Cosmetic merupakan bentuk tuturan yang memiliki maksud untuk memberitahu tentang kelebihan-kelebihan produk tersebut daripada produk lainnya. Fungsi implikatur membandingkan ini ialah untuk memberikan atau menjelaskan perbedaan yang dimiliki produk tersebut dengan produk yang lainnya, tanpa menyebutkan merk produk lain, sehingga perbandingan yang dilakukan ialah dengan menyebutkan berbagai kelebihan yang dimiliki oleh produk yang sedang dipasarkan ini.

Data (9)

Segmen Tutur

Pramuniaga : ***“Arahkan ke atas, leher hitam ini bisa kembali Pak. Kalau pakai sabun nggak bisa kembali, Pak, sudah lengket soale.”***

Konsumen : (mendengarkan penjelasan pramuniaga)

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (calon konsumen). Pramuniaga menuturkannya dengan mencontohkan cara menggunakan produk tersebut. Pramuniaga menuturkannya dengan nada lembut. Sebelum tuturan ini muncul, pramuniaga menjelaskan dan mencontohkan leher yang berwarna hitam.

Data (9) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi asertif dengan fungsi pragmatis membandingkan. Tindak ilokusi asertif membandingkan ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Arahkan ke atas, leher hitam ini bisa kembali Pak. Kalau pakai sabun nggak bisa kembali, Pak, sudah lengket soale”*. Tuturan ini mengimplikasikan bahwa hanya dengan produk Dempo Cosmetic semua permasalahan kulit akan teratasi. Sehingga tidak perlu menggunakan produk lain, cukup dengan produk ini saja.

Data (10)

Pramuniaga : ***“Terutama ketika kita abis pakai deodorant, bagian ketiak itu kan hitam kan? Nggak bisa dilang kan? Dengan sabun itu, harus pakai ini, ini bisa hilang.”***

Konsumen : (mendengarkan penjelasan konsumen)

Konteks :

Dituturkan penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen). Tuturan tersebut dituturkan dengan menunjukkan contoh kulit hitam akibat *deodorant*. Pramuniaga menuturkan dengan nada antusias dan dengan menatap wajah calon konsumen. sebelum menuturkan tuturan tersebut, pramuniaga menjelaskan tentang produk-produk lain yang dapat memberikan efek warna hitam kepada konsumen.

Data (10) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi asertif dengan fungsi pragmatis membandingkan. Tindak ilokusi asertif membandingkan ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Terutama ketika kita abis pakai deodorant, bagian ketiak itu kan hitam kan? Nggak bisa dilang kan? Dengan sabun itu, harus pakai ini, ini bisa hilang”*. Tuturan

tersebut mengimplikasikan bahwa produk ini sangat efektif untuk menghilangkan noda-noda hitam pada kulit, sehingga tidak perlu menggunakan produk lain. Cukup dengan menggunakan produk ini maka noda hitam akan hilang.

Implikatur Menyuruh

Implikatur tindak tutur berupa menyuruh dalam tuturan pramuniaga Dempo Cosmetic merupakan bentuk tuturan yang memiliki maksud untuk memerintah atau memberikan perintah kepada konsumen untuk melakukan hal yang diinginkan oleh pramuniaga.

Data (11)
Segmen Tutur
Pramuniaga : ***“Permisi, ini kaca mata”***
Konsumen : ***“Oh iya.”*** (melepas kaca mata yang sedang dipakai)

Konteks :
Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen). Tuturan ini dituturkan dengan sedikit memegang kaca mata yang dipakai konsumen. pramuniaga sudah siap mengoleskan krim produk Dempo Cosmetic di area kelopak mata konsumen. dituturkan dengan nada lembut.

Data (11) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi adirektif dengan fungsi pragmatis menyuruh. Tindak ilokusi direktif menyuruh ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Permisi, ini kaca mata”*. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa pramuniaga menyuruh calon konsumen untuk melepaskan kaca mata yang sedang digunakannya agar pramuniaga bias dengan mudah mengoleskan krim secara merata di daerah sekitar mata konsumen.

Data (12)
Segmen Tutur
Konsumen : ***“Seumpama udah habis, bisa beli lagi dimana??”***
Pramuniaga : ***“Bisa online, bisa online, bisa beli di sini. Kita masih lama kontraknya di sini.”***

Konteks :
Dituturkan penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen) dengan menunjuk tempat pemasaran dan dengan mengacungkan jari telunjuk sebagai isyarat nomor satu. Pramuniaga menuturkannya dengan nada lembut dan dengan menatap ke arah konsumen.

Data (12) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis menyuruh. Tindak ilokusi direktif menyuruh ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu *“Bisa online, bisa online, bisa beli di sini. Kita masih lama kontraknya di sini”*. Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa konsumen dapat membeli kapan saja selagi pramuniaga masih membuka lapak di tempat tersebut maupun secara *online*.

Implikatur Melarang

Implikatur tindak tutur berupa melarang dalam tuturan pramuniaga Dempo Cosmetic merupakan bentuk tuturan yang memiliki maksud untuk menunjukkan pelarangan terhadap sesuatu yang dilakukan oleh.

Data (13)
Segmen Tutar
Pramuniaga : "Pak, cuci muka pakai sabun muka merek apa?
Jangan sabun mandi."
Konsumen : Pakai sabun.
Pramuniaga : Pakai sabun mandi?
Konsumen : Betul, sabun mandi.
Pramuniaga : "***Lho, ya salah, Pak. Makanya kotorannya nggak terangkat. Pakai sabun muka aja, terserah mau pakai papaya, Ponds, terserah Biore Mens, boleh ya.***"

Konteks :

Dituturkan oleh pramuniaga kepada konsumen. Pramuniaga menuturkan dengan menghitung dengan jari sebagai penyebutan berbagai macam merek sabun muka.

Data (13) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis melarang. Tindak ilokusi direktif melarang ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu "*Lho, ya salah, Pak. Makanya kotorannya nggak terangkat. Pakai sabun muka aja, terserah mau pakai papaya, Ponds, terserah Biore Mens, boleh ya*". Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa penggunaan sabun mandi di wajah sangat tidak dianjurkan karena dapat merusak kulit wajah. Lebih baik menggunakan produk ini karena cocok untuk semua jenis kulit, sehingga tidak akan menimbulkan permasalahan baru pada kulit wajah.

Data (14)
Segmen Tutar
Pramuniaga : "***Ini bapak kurang tidur, ada kantong matanya. Ini mulai ada flek fleknya kena sinar matahari.***"
Konsumen : (mendengarkan penjelasan pramuniaga)

Konteks :

Dituturkan oleh penutur (pramuniaga) kepada mitra tutur (konsumen) yang menawar harga. Pramuniaga menuturkan dengan menggerakkan kelima jari tangannya sebagai isyarat penolakan. Pramuniaga, menuturkan dengan nada lembut dan dengan sedikit tersenyum kepada konsumen.

Data (14) di atas mengandung implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur tersebut diwujudkan dengan menggunakan tindak ilokusi direktif dengan fungsi pragmatis melarang. Tindak ilokusi direktif melarang ini dimunculkan dengan modus tuturan deklaratif. Hal tersebut dapat dilihat dari tuturan pramuniaga yaitu "*Ini bapak kurang tidur, ada kantong matanya. Ini mulai ada flek fleknya kena sinar matahari*". Tuturan tersebut mengimplikasikan bahwa kurangnya waktu tidur dapat menimbulkan kantong mata dan sinar matahari dapat menimbulkan flek. Namun, dengan menggunakan produk ini permasalahan tersebut dapat teratasi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa di dalam kegiatan pemasaran produk Dempo Cosmetic terdapat implikatur percakapan di dalamnya. Implikatur percakapan yang muncul ialah implikatur meminta, menyarankan, membandingkan, meyakinkan, membandingkan, menyuruh, dan melarang. Implikatur-implikatur tersebut dapat ditemukan dan dianalisis berdasarkan konteks yang

melingkupinya, baik konteks kontekstual, aksiologis, maupun psikologis. Konteks-konteks tersebut diberdayakan guna memaksimalkan maksud tuturan yang tidak disampaikan secara langsung sehingga memunculkan implikatur. Hal ini bertujuan untuk memunculkan kesan kesantunan dan kesopanan kepada mitra tutur. Selain itu, penyampaian maksud yang terselubung ini untuk menghindari terjadi konflik dan kesalahpahaman antar peserta pertuturan. Dengan menggunakan implikatur ini maka konsumen akan merasa tidak terpaksa ketika hendak dijadikan tester maupun hendak membeli produk tersebut. Selain itu, implikatur ini dapat memaksimalkan daya beli calon konsumen karena pelayanan yang baik dari pramuniaga, lebih-lebih dalam ranah tuturannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andianto, M. R. (2013). *Pragmatik: Direktif dan kesantunan berbahasa*. Yogyakarta: Gress Publising.
- Andini, H. M. (2017). Jenis-jenis tindak tutur dan makna pragmatik bahasa guru pada pembelajaran bahasa Indonesia di SMA Negeri 1 Karangreja Kabupaten Purbalingga tahun ajaran 2016/2017. *Tesis*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In *Speech acts* (pp. 41-58). Brill.
- Guswita, K. A., & Andriyanti, E. (2020). Conversational implicature in English learning process at senior high school in Yogyakarta. *Metalingua*, 18(2), 239-250.
- Leech, G. (1993). *Prinsip-prinsip pragmatik* (terjemahan M.D.D. Oka). Jakarta: UI-Press.
- Lyons, J. (1970). *Chomsky*. Fontana Modern Master Series. London: Fontana-Collins.
- Mohammadzadeh, B., Razi, O., & Yavuz, M. A. (2019). Comprehension of conversational implicatures by students of the ELT department. *Folklor/Edebiyat*, 97 (1): 373-383.
- Moleong, L. J. (2001). *Metode penelitian kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana. (2005). *Kajian wacana: Teori, metode dan aplikasi prinsip-prinsip analisis wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nadar, F. X. (2009). *Pragmatik dan penelitian pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Pustaka Pelajar.
- Prasetyo, A. B. (2021). Kata kasar dan makian berbahasa Jawa dalam tuturan Cak Percil di YouTube. *Genta Bahtera: Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan*, 7 (1): 70-81.
- Pudyastuti, L. A., & Zamzani. (2019). Implikatur percakapan dalam pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah. *Widyaparwa*, 47(1), 21-32.
- Speaks, J. (2008). Conversational implicature, thought, and communication. *Mind & Language*, 23 (1): 107-122.
- Subroto. (1992). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sudaryanto. (2003). *Metode dan aneka teknik analisis bahasa*. Yogyakarta: Duta.