

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa sangat berperan penting dalam kehidupan manusia. Bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi atau interaksi sosial. Sebagai alat komunikasi, bahasa dapat digunakan untuk mengungkapkan ide, gagasan, pikiran, keinginan, perasaan, dan pendapat. Bahasa yang digunakan untuk hal tersebut ada bahasa lisan dan tulisan, tetapi yang sering digunakan oleh manusia adalah bahasa lisan, misalnya dalam interaksi antara penjual dan pembeli di pasar. Pembicaraan mengenai bahasa erat hubungannya dengan pragmatik. Pragmatik menelaah penggunaan bahasa dalam situasi-situasi khusus dan memusatkan perhatian pada aneka ragam konteks sosial. Menurut Levinson (1980 : 1;27), pragmatik merupakan telaah mengenai relasi antara bahasa dan konteks yang merupakan dasar bagi suatu catatan atau laporan pemahaman bahasa.

Dalam pragmatik salah satu topik yang dibahas adalah topik tentang tindak tutur. Tindak tutur merupakan gejala individual yang bersifat psikologis dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu. Dalam tindak tutur lebih dilihat makna atau arti tindakan dan tuturannya. Menurut Searle (dalam Rohmadi, 2004: 29), tindak tutur adalah produk atau hasil dari suatu kalimat dalam kondisi tertentu yang dapat berwujud pernyataan, pertanyaan, perintah. Dapat disimpulkan, tindak tutur merupakan tindakan melakukan sesuatu melalui ucapan lisan atau tulisan.

Kajian mengenai tindak tutur sebelumnya pernah dilakukan oleh peneliti lain. Yuliana, R. (2013) penelitian yang berjudul *Daya Pragmatik Tindak Tutur Guru*

dalam Pembelajaran Indonesia pada Siswa Menengah Pertama. Dalam penelitian tersebut hasil yang diperoleh adalah jenis-jenis tindak tutur ilokusi yang terdiri dari (a) representative yang terdiri dari tindak tutur menyatakan dan menyebutkan, (b) direktif yang terdiri dari tindak tutur menyuruh, (c) komisif yang terdiri dari tindak tutur berjanji, (d) ekspresif terdiri dari tindak tutur mengkritik dan memuji, (e) deklarasi yang terdiri dari tindak tutur melarang dan memutuskan. Namun yang sering muncul dalam penelitian tersebut adalah ilokusi direktif dengan maksud tindak tutur ilokusi direktif menyuruh. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah (2017) yang berjudul *Tindak Tutur Direktif pada Upacara Lamaran Masyarakat Lampung Komerling*. Dalam penelitian tersebut hasil yang diperoleh adalah ditemukannya empat jenis tindak tutur direktif. Keempat jenis tindak tutur direktif permintaan, tindak tutur direktif harapan atau keinginan, tindak tutur direktif nasihat, dan tindak tutur direktif perintah. Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan tindak tutur dilakukan oleh Sendilatt, C. E (2009) yang berjudul *Analisis Tindak Tutur pada Film "Garuda di Dadaku"* Karya Ifa Ifansyah. Hasil dari penelitiannya yakni wujud lokusi yang berupa kalimat deklaratif (kalimat berita), wujud lokusi yang berupa kalimat interogatif (kalimat tanya), wujud lokusi yang berupa kalimat imperatif (kalimat perintah). Wujud ilokusi yang ditemukan pertama tindak konstatif meliputi megutarakan, menunjukkan, mempredisikan, menginformasikan, melaporkan, mengumumkan. Kedua tindak direktif meliputi mengajak, meminta, memhon, bertanya, membatasi, dan memperingatkan. Ketiga tindak komisif berjanji, dan keempat tindak ekspresif yaitu meminta maaf, mengucapkan salam, penerimaan ekspresi, dan marah. Wujud perlokusi yang ditemukan yaitu pertama menyakinkan, kedua membohongi, ketiga mengancam, keempat menyenangkan mitratatur, kelima membesarkan hati mitratatur,

keenam membuat malu mitratatur, ketujuh membuat jengkel mitratatur, kedelapan upaya mempengaruhi mitratatur.

Tindak tutur terjadi dalam berbagai peristiwa komunikasi. Salah satu diantaranya adalah percakapan yang terjadi antara penjual dan pembeli di Pasar. Pasar merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu dan melakukan interaksi tawar menawar. Di pasar, barang dan jasa tersedia untuk dijual dan terjadi perpindahan hak milik (Swastha, 1996: 50). Pasar adalah pertemuan penjual dan pembeli memungkinkan terjadinya interaksi sosial. Interaksi tersebut hampir tidak tanpa menggunakan bahasa. Kesempurnaan interaksi itu hanya dapat dijamin melalui bahasa. Komunikasi yang dimiliki penjual sebaiknya komunikatif sehingga tindak tutur yang dituturkan dapat diterima baik oleh pembeli. Dalam interaksi tawar menawar biasanya mengandung maksud yang tersembunyi. Untuk itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut. Fenomena tindak tutur ditemukan ketika peneliti sedang mengantar temannya pergi ke Pasar Manis Purwokerto untuk membeli sayuran. Tutarannya sebagai berikut.

- Penjual : ” Apalagi, *kiye apik-apik sayuranne*”
(Apalagi, ini sayurnya bagus-bagus.)
- Pembeli : ” Udah *Bu*”
- Penjual : ” Pakai kobis, pakai itu cesim engga?”
(Memakai kobis, cesin atau tidak?.)
- Pembeli : ” Iya sedikit boleh, tapi engga pakai kobis.”
(Iya sedikit saja,tetapi tidak memakai kobis.)
- Penjual : ”Iya *ngeneh boyong!*”(Penjual berteriak kepada pedagang didepannya.)
(Iya pindah disini saja.)
- Penjual : ”Iya terima kasih.”
- Pembeli : ”sama-sama”.

Dari interaksi di atas penjual berusaha mempengaruhi pembeli agar tertarik membeli sayuran dagangannya. Penjual akan berusaha mempengaruhi pembeli walaupun terkadang apa yang diucapkan disertai dengan kata-kata bohong, rayuan

agar pembeli yakin dengan kata-kata penjual. Misalnya saja pada kalimat “*Apalagi, kiye sayurane apik-apik*” padahal sayuran yang ditawarkannya oleh penjual sudah layu dan tidak segar lagi karena sayuran tersebut seperti sayuran kemarin yang tidak laku terjual. Penjual menggunakan kata-kata *sayuranne apik-apik* agar pembeli tertarik untuk membelinya. Namun, dalam tawar menawar pembeli juga memiliki bahasa rayuan agar harganya barang yang diinginkan bisa diturunkan dan pembeli bisa mendapatkan harga yang murah. Dalam berkomunikasi seorang penutur mengartikulasikan ujaran dengan maksud untuk mengkomunikasikan sesuatu pada lawan bicara dan berharap lawan bicaranya dapat memahami sesuatu yang hendak dikomunikasikan itu. Pada pasar banyak ditemukan peristiwa tutur pada transaksi jual beli, seperti yang terdapat pada los sayuran di Pasar Manis Purwokerto.

Dalam penelitian ini peneliti mengkaji tindak tutur yang dipakai oleh penjual dan pembeli dengan pendekatan pragmatik. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji satuan analisis tindak tutur. Pendekatan pragmatik adalah mengkaji hubungan antara lambang dengan penafsiran lambang. Lambang disini adalah suatu ujaran, baik berupa satu kalimat atau lebih yang membawa makna tertentu penafsiran pendengaran. Sebuah satuan ujaran dalam tindak tutur dapat dipahami pendengar dengan baik apabila dieksisnya jelas, proposisinya diketahui implikatur percakapannya dipahami (Chaer. 1995: 74).

Tindak tutur merupakan salah satu bagian dari studi pramatik yang perlu dikaji karena pada waktu berbicara seseorang melakukan tindakan seperti memerintah, menyuruh, berjanji, dan mengucapkan terima kasih. Misalkan pada tuturan “*Iya boyong ngeneh!*” tuturan tersebut diucapkan oleh seorang pedagang kepada pedagang lainnya berfungsi untuk memerintah agar pedagang (lebih muda) di depannya membawakan beberapa sayuran untuk diletakan didekat daganga pedagang (lebih tua).

Suatu tuturan mempunyai banyak fungsi dalam berbicara dengan mitra tutur. Salah satu fungsi tindak tutur adalah menyatakan informasi sesuatu pada mitra tutur dan disebut tindak tutur lokusi. Sebuah tuturan selain berfungsi menyatakan sesuatu dapat juga digunakan untuk melakukan sesuatu disebut dengan tindak tutur ilokusi misalnya pada tuturan pedagang kepada pembelinya “*Iya terima kasih*” kalimat tersebut merupakan tindak tutur ilokusi ekspresif yang dilakukan pedagang kepada pembelinya dengan tujuan berterimakasih karena sudah membeli dagangannya. Tindak tutur perlokusi yang mengutaranya dapat menimbulkan efek atau pengaruh bagi lawan tutur. Misalnya, pada tuturan “*sayure apik-apik*” tuturan tersebut dimaksudkan untuk mempengaruhi pembeli agar pembeli membeli beberapa sayuran lagi. Disini jelas bahwa penjual melakukan tindak tutur perlokusi to learn that (*membuat penutur tahu bahwa*).

Namun sepanjang pengetahuan peneliti komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Manis Purwokerto belum pernah dikaji dari segi tindak tuturnya. Tidak hanya itu, peneliti tertarik melakukan penelitian di Pasar Manis Purwokerto karena Pasar Manis adalah Pasar dimana diresmikannya langsung oleh Bapak Presiden Jokowi, serta termasuk Pasar Manis merupakan pasar tradisional yang sangat luas dan rapi serta memiliki fasilitas yang lengkap. Oleh karena itu peneliti memilih pasar Manis sebagai tempat penelitian dan mengkaji tindak tutur berdasarkan status sosial pembeli untuk diteliti lebih lanjut. Status sosial diantaranya: Ibu Rumah Tangga dan pedagang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan masalah

1. Jenis tindak tutur *lokusi* apa sajakah yang terdapat dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Manis Purwokerto ?

2. Jenis tindak tutur *ilokusi* apa sajakah yang terdapat dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Manis Purwokerto ?
3. Jenis tindak tutur *perlokusi* apa sajakah yang terdapat dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Manis Purwokerto ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian yaitu:

1. Mendeskripsikan jenis tindak tutur *lokusi* yang terdapat dalam tindak tutur penjual dan pembeli di pasar Manis Purwokerto.
2. Mendeskripsikan jenis tindak tutur *ilokusi* yang terdapat dalam tindak tutur penjual dan pembeli di pasar Manis Purwokerto.
3. Mendeskripsikan jenis tindak tutur *perlokusi* yang terdapat dalam tindak tutur penjual dan pembeli di pasar Manis Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan bahan pengayaan bagi kajian pragmatik di perguruan tinggi khususnya tindak tutur.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca melakukan komunikasi pada saat transaksi agar lebih efisien dan efektif (dapat menawar dengan harga yang murah dan waktu yang singkat).