

## Dominasi Ilokusi dan Perlokusi dalam Transaksi Jual Beli

Liya Umaroh,

Neni Kurniawati

[liyaumaroh17@gmail.com](mailto:liyaumaroh17@gmail.com)

Universitas Dian Nuswantoro, Semarang

### ABSTRAK

‘Dominasi Ilokusi dan Perlokusi dalam Transaksi Jual Beli’ dipilih sebagai judul dari penelitian ini. Pasar Johar, salah satu pasar tradisional terbesar di Kota Semarang, dipilih sebagai tempat pengambilan data oleh karena heterogenitasnya. Terdapat banyak pembeli dan penjual yang datang dari berbagai kota, kelompok etnis, strata sosial, bahasa, dialek, serta tradisi kultural yang berbeda-beda, yang akan memproduksi ujaran (*utterance*) yang kompleks. Metode kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk membantu dalam kajian linguistik, khususnya dalam tindak tutur (*speech act*) pragmatik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ilokusi dan perlokusi dominan di dalam transaksi jual beli.

**Kata kunci:** ilokusi, perlokusi

### ABSTRACT

*‘The domination of Illocutionary and Perlocutionary in Buying and Selling Process’ was chosen as a title of this research. One of the biggest traditional market in Semarang, Pasar Johar was selected as a place to take the data because of its heterogeneity. Many buyers and sellers come from different cities, different ethnic groups, social strata, languages, dialects and diversity of cultural traditions that will produce complex utterance. Descriptive qualitative method was used in this research, which had purposes to provide in developing linguistic studies, especially in pragmatic speech acts. Result of the research shows tha ilocutionary and perlocutionary are dominant in the process of buying and selling.*

**Keywords:** *illocutionary, perlocutionary*

### PENDAHULUAN

Secara umum pasar dipahami sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan barang dengan kesepakatan harga yang sudah ditentukan. Namun ternyata bukan hanya itu saja, pasar juga dapat digunakan untuk mempromosikan barang, mendistribusikan barang dan jasa, bahkan sebagai sarana berkompetisi. Keanekaragaman fungsi pasar memberikan dampak positif bagi seluruh aspek perekonomian masyarakat Indonesia, dari golongan bawah, menengah, dan atas memperoleh manfaat dari adanya kegiatan pasar.

Sebagai salah satu roda perekonomian, keberadaan pasar mempunyai peranan penting dalam menjalankan perputaran kegiatan ekonomi. Berbagai macam aktivitas dapat dilakukan, mulai dari menjual barang, membeli barang, menawarkan produk baru, mempromosikan produk, sampai penawaran barang pada saat proses jual beli. Selama ini pasar sudah melekat dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan sehari-hari. Bagi sebagian besar masyarakat, pasar tidak hanya digunakan untuk proses jual beli barang akan tetapi juga digunakan sebagai wadah untuk berinteraksi.

Pasar secara umum diartikan sebagai tempat penjual menawarkan barang atau jasa sesuai taksiran harga penjual serta pembeli mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan taksiran harga pembeli. Pengertian pasar dalam ilmu ekonomi lebih konseptual, yakni bertemunya permintaan dan penawaran. Dengan demikian sebuah pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat. Menurut Philip Kotler (1997:12), pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu.

Ada pendapat yang menyatakan tentang definisi pasar antara lain; Kotler, (2002:73) mengemukakan bahwa pasar adalah tempat fisik bertemunya antara penjual dan pembeli untuk menukarkan barang dan jasa. Stanton (200:51) memperjelas bahwa pasar digunakan sebagai tempat berkumpulnya orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Ahli lain berpendapat bahwa hanya dengan sekumpulan orang bisa dikatakan dengan pasar dengan catatan bahwa memiliki keinginan dan kebutuhan terhadap produk tertentu, memiliki kemampuan untuk membeli produk, memiliki kemauan untuk membelanjakan uangnya, dan mempunyai kesempatan untuk membeli atau tidak membeli produk, Simamora (2001:6).

Syarat utama disebut pasar harus ada penjual, pembeli, barang atau jasa. Disisi lain penggunaan bahasa sangat penting sebagai cara mereka menawarkan barang, membeli barang dan melakukan kesepakatan harga. Carrol (1961:10) mengemukakan bahwa bahasa adalah sistem bunyi dan urutan bunyi vokal yang terstruktur yang digunakan atau dapat digunakan dalam komunikasi interpersonal oleh sekelompok manusia dan secara lengkap digunakan untuk mengungkapkan sesuatu proses, peristiwa, dan proses yang didapat disekitar manusia. Oleh karena itu peran bahasa sangat vital dalam kegiatan di pasar.

Selain penjual, pembeli, dan barang ataupun produk, peran bahasa merupakan penunjang utama dalam proses terjadinya jual beli. Tanpa adanya penggunaan bahasa, interaksi jual beli tidak akan terwujud dan mencapai kesepakatan harga yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Menurut Carrol (1961:10) Bahasa adalah sistem bunyi dan urutan bunyi vokal yang terstruktur yang digunakan, atau dapat digunakan, dalam komunikasi interpersonal oleh sekelompok manusia dan secara lengkap digunakan untuk mengungkapkan sesuatu, peristiwa, dan proses yang terdapat disekitar manusia. Oleh karena itu dengan

bahasa, interaksi jual beli dapat terlaksana, promosi yang gencar melalui iklan dapat ditawarkan secara langsung kepada konsumen sehingga menarik konsumen untuk membeli barang atau produknya.

Bahasa sangatlah beragam, dilihat dari jenis, fungsi, bahkan dari kajian ilmunya. Salah satu kajian yang menarik adalah tentang tindak tutur karena setiap pengguna bahasa akan berkomunikasi dengan tuturan sehingga *addressee* mampu memahami maksud yang diinginkan. Tindak tutur merupakan bagian dari sebuah bahasa yang mempunyai pengertian suatu tuturan atau ujaran berupa satuan fungsional dalam komunikasi. Diperkuat oleh pendapat dari Kridalaksana (1984:154) Tindak tutur (*speech act*) adalah pengujaran kalimat untuk menyatakan agar suatu maksud dari pembicara diketahui pendengar. Tindak tutur pelaku pasar menjadi bagian yang menarik untuk dikaji secara ilmiah sebab pelaku pasar adalah masyarakat heterogen, maksudnya adalah masyarakat yang berasal dari berbagai kelompok etnis, strata sosial, bahasa, dialek serta tradisi kultural yang berbeda. Dengan demikian tindak tutur yang digunakan akan lebih kompleks dan variatif.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Pragmatik

Pragmatik merupakan kajian ilmu termuda setelah, phonology, morphology, syntax, dan semantic. Cabang ilmu ini diperkenalkan oleh seorang filosof bernama Charles Morris. Pragmatik adalah kajian tentang hubungan tanda dengan orang yang menginterpretasikan tanda itu (Morris, 1938:6 dalam Levinson, 1997: 1). Beberapa pakar pragmatik mendefinisikan istilah yang berbeda, seperti Pragmatik menurut Geoffrey Leech (1993: 8) adalah ilmu tentang maksud dalam hubungannya dengan situasi-situasi tuturan (*speech situation*). Proses tindak tutur ditentukan oleh konteks yang menyertai sebuah tuturan tersebut. Dalam hal ini Leech menyebutnya dengan aspek-aspek situasi tutur, antara lain pertama, yang menyapa (*penyapa*) dan yang disapa (*pesapa*); kedua, konteks sebuah tuturan; ketiga, tujuan sebuah tuturan; keempat, tuturan sebagai bentuk tindakan atau kegiatan tindak tutur (*speech act*); dan kelima, tuturan sebagai hasil tindak verbal (Leech, 1993: 19-20).

George Yule dalam bukunya *Pragmatics* (1996) mengemukakan bahwa "*Pragmatics is the study of speaker meaning as distinct from word or sentence meaning* (1996: 133), yang berarti pragmatik mempelajari tentang makna yang dimaksudkan penutur yang berbeda dengan makna kata atau makna kalimat. Menurut kedua pakar diatas, pragmatik mengemukakan makna penutur merupakan tuturan yang telah dipengaruhi oleh situasi yang beragam adanya, berkebalikan dengan makna kata yang memiliki cakupan sesuai makna yang tertulis saja. Dengan kata lain pragmatik adalah ilmu yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal yang ditentukan oleh situasi dan konteks sebagai dasar pemahaman maksud antara penutur dan mitra tutur. Karena pragmatik adalah ilmu yang mengkaji pemakaian bahasa dan berhubungan erat dengan konsep tindak tutur maka sub-bab selanjutnya akan membahas tentang tindak tutur.

## **Tindak Tutur (*Speech Act*)**

Tindak tutur (*Speech Act*) mengandung dua hal yaitu *speech* bermakna ujaran *act* bermakna tindakan. Keduanya tidak selalu membentuk makna yang sama dengan maksud penutur, terkadang memiliki makna yang berbeda. Sebagai contoh ketika penutur berujar “Bagus sekali!” belum tentu maksud dari penutur adalah memberikan pujian kepada seseorang, bisa juga bermakna sebaliknya karena penutur menggunakan susunan kata yang berlawanan dengan maksud sehingga menimbulkan keberagaman tindak tutur. Terdapat dua hal yang sangat mempengaruhi keberagaman yaitu adanya konteks dan situasi.

Teori tindak tutur dikemukakan oleh dua orang filosof yang bernama Austin dan John Searle pada tahun 1960an. Teori mereka menyatakan bahwa setiap kali pembicara mengucapkan suatu kalimat, maka sebenarnya dia sedang mengerjakan sesuatu dengan kata-kata dalam kalimat itu. Misalnya saja seseorang mengatakan “*promise*”, tidak hanya mengatakan “janji” saja namun juga melakukan tindakan berjanji.

## **Klasifikasi Tindak Tutur (*Speech Act*) Menurut Beberapa Ahli**

### **1. Klasifikasi Tindak Tutur (*Speech Act*) Menurut Austin**

Austin mengungkapkan bahwa ketika mengatakan sesuatu pastinya melaksanakan sesuatu itu. Menurutnya, ujaran dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu konstatif dan performatif.

#### **a. Tipe Ujaran**

##### **i. Ujaran Konstatif**

Ujaran konstatif adalah ujaran yang tidak melakukan tindakan dan dapat diketahui salah-benarnya. Menurut Austin (1962), ujaran konstatif adalah jenis ujaran yang melukiskan suatu keadaan faktual, yang isinya boleh jadi merujuk ke suatu fakta atau kejadian historis yang benar-benar terjadi pada masa lalu. Ujaran konstatif memiliki konsekuensi untuk ditentukan benar atau salah berdasarkan hubungan faktual antara si pengujar dan fakta sesungguhnya. Jadi, dimensi pada ujaran konstatif adalah benar- salah. Contoh: “Kamu terlihat bahagia.”

##### **ii. Ujaran Performatif**

Ujaran Performatif adalah ujaran yang berimplikasi dengan tindakan si penutur sekalipun sulit diketahui salah-benarnya, tidak dapat ditentukan benar-salahnya berdasarkan faktanya karena ujaran ini lebih berhubungan

dengan perilaku atau perbuatan si penutur. Ujaran seperti “Kamu dipecat!”, “Dengan ini Saudara saya nyatakan bersalah” merupakan contoh ujaran performatif. Dimensi pada ujaran performatif adalah senang-tidak senang (*happy/felicitious-unhappy/infelicitious*), yang ditentukan melalui empat jenis kondisi, yaitu: (1) adanya konvensi umum bahwa ujaran kata-kata tertentu oleh orang tertentu dalam situasi tertentu akan menghasilkan efek tertentu, (2) semua partisipan dalam prosedur (1) harus melaksanakan prosedur tersebut secara benar dan lengkap/semurna, (3) jika konvensinya adalah bahwa partisipan dalam prosedur tersebut memiliki pikiran, perasaan dan niat tertentu, maka partisipan berarti memiliki pikiran, perasaan dan nita tertentu tersebut, dan (4) jika konvensinya adalah setiap partisipan harus bersikap tertentu, berarti partisipan tersebut harus bersikap tertentu (sesuai konvensinya). Jika satu dari kondisi diatas tidak terpenuhi, berarti ujaran performatif tersebut tidak senang (*unhappy*). Namun, kemudian Austin sendiri meragukan cara pembedaan diatas dengan mengajukan tes “*I hereby*” untuk menentukan ujaran performatif atau konstantif. Austin menyebutkan bahwa ujaran performatif bercirikan “*speech act verbs*” atau verba performatif.

Sumbangan terbesar Austin dalam teori tindak tutur adalah pembedaan tindak lokusi, ilokusi dan perlokusi. Menurut Austin, setiap kali penutur berujar, dia melakukan tiga tindakan secara bersamaan, yaitu (a) tindak lokusi (*locutionary acts*), (b) tindak ilokusi (*illocutionary acts*) dan (c) tindak perlokusi (*perlocutionary acts*). Menurut Austin (1962), andai si penutur berniat mengutarakan sesuatu yang pasti secara langsung, tanpa keharusan bagi si penutur untuk melaksanakan isi tuturannya, niatannya disebut tindak tutur lokusi.

Bila si penutur berniat mengutarakan sesuatu secara langsung, dengan menggunakan suatu daya yang khas, yang membuat penutur bertindak sesuai dengan apa yang dituturkannya, niatannya disebut tindak tutur ilokusi. Dalam pernyataan lain, tindak ilokusi adalah tindak dalam menyatakan sesuatu (performatif) yang berlawanan dengan tindak menyatakan sesuatu (konstantif). Sementara itu, jika si penutur berniat menimbulkan respons atau efek tertentu kepada mitra tuturnya, niatannya disebut tindak tutur perlokusi. Bila tindak lokusi dan ilokusi lebih menekankan pada peranan tindakan si penutur, tindak perlokusi justru lebih menekankan pada bagaimana respons si mitra tutur.

Hal yang disebutkan terakhir ini, menurut Austin, berkaitan dengan fungsi bahasa sebagai pemengaruh pikiran dan perasaan manusia. Kendati demikian, ketiga tindak tutur tersebut merupakan satu kesatuan yang koheren di dalam keseluruhan proses tindak pengungkapan bahasa sehingga seharusnya mencerminkan prinsip adanya satu kata dan tindakan atau perbuatan.

## b. Tipe Tindakan

### i. Tindak Lokusi

Tindakan lokusi berarti melakukan tindakan **untuk mengatakan sesuatu**. Tindakan lokusi mengandung makna literal. Contoh: “*It is hot here*”, makna lokusinya berhubungan dengan suhu udara di tempat itu. Contoh lain “Saya lapar”, seseorang mengartikan “Saya” sebagai orang pertama tunggal (si penutur), dan “lapar” mengacu pada “perut kosong dan perlu diisi”, tanpa bermaksud untuk meminta makanan. Dengan kata lain, tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang menyatakan sesuatu dalam arti “berkata” atau tindak tutur dalam bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dipahami. Dalam tindak lokusi, Austin membagi tiga sub-jenis, yaitu:

- 1) Tindak fonik (*phonic*), yaitu dikeluarkannya bunyi atau *phonesis*
- 2) Tindak fatik (*phatic*), yaitu adanya *phemes*, bunyi-bunyi tersebut memiliki kosakata dan mengikuti aturan tata bahasa tertentu (*phemes*)
- 3) Tindak retik (*rhetic*), yaitu adanya makna dan referensi (*rhemes*)

### ii. Tindak Ilokusi

Tindakan ilokusi berarti melakukan suatu tindakan **dengan mengatakan sesuatu**. Pada tindak tutur ilokusi, penutur menyatakan sesuatu dengan menggunakan suatu daya yang khas, yang membuat si penutur bertindak sesuai dengan apa yang dituturkannya. Tindakan ini mengandung makna yang berhubungan dengan fungsi sosial. Pada kalimat “*It is hot here*”, makna ilokusinya mungkin permintaan (*request*) agar membuka jendela lebar-lebar, atau bila kalimat tersebut diulang-ulang, mungkin mengisyaratkan keluhan (*complaint*). Contoh lain: “Sudah hampir pukul tujuh.” Kalimat di atas bila dituturkan oleh seorang suami kepada istrinya di pagi hari, selain memberi informasi tentang waktu, juga berisi tindakan yaitu mengingatkan si istri bahwa si suami harus segera berangkat ke kantor, jadi minta disediakan sarapan. Oleh karena itu, si istri akan menjawab mungkin seperti kalimat berikut, “Ya Pak! Sebentar lagi sarapan siap.”

### iii. Tindak Perlokusi (*Perlocutionary Act*)

Tindakan perlokusi berarti melakukan suatu tindakan **dengan mengatakan sesuatu**. Tindak perlokusi menghasilkan efek atau hasil. yaitu hasil atau efek yang ditimbulkan oleh ungkapan itu pada pendengar, sesuai dengan situasi dan kondisi pengucapan kalimat itu. Tanggapan tersebut tidak hanya berbentuk kata-kata, tetapi juga berbentuk tindakan atau perbuatan. Efek atau daya pengaruh ini dapat secara sengaja atau tidak sengaja dikreasikan oleh penuturnya.

Contoh: “Saya lapar”, yang dituturkan oleh si penutur menimbulkan efek kepada pendengar, yaitu dengan reaksi memberikan atau menawarkan makanan kepada penutur. Pada kalimat “*It is hot here*”, berdasarkan konteks tertentu (udara panas, berada dalam ruangan yang jendela dan pintu tertutup semua, misalnya), maka hasil yang akan diperoleh adalah jendela akan dibuka lebar-lebar atau tidak dihiraukan sama sekali.

## 2. Klasifikasi Tindak Tutur Menurut Leech

Seperti halnya Searle, Leech juga mengkritisi tindak tutur yang disampaikan Austin. Dia mempersoalkan penggunaan kata kerja tindak tutur Austin yang cenderung hanya melihat kata kerja dalam bahasa Inggris berhubungan satu lawan satu dengan kategori tindak tutur. Leech mengatakan bahwa dalam klasifikasi Austin ke dalam verdikatif, eksersitif, komisif, behabit, dan ekspositif mengandung kesalahan kata kerja ilokusi (Leech, 1983:176). Menurut Leech, situasi berbeda menuntut adanya jenis-jenis kata kerja berbeda dan derajat sopan santun yang berbeda juga. Pada tingkat yang paling umum fungsi ilokusi dapat dibagi menjadi empat jenis, sesuai dengan hubungan fungsi-fungsi tersebut dengan tujuan-tujuan sosial berupa pemeliharaan perilaku yang sopan dan terhormat. Klasifikasi fungsi ilokusi Leech adalah sebagai berikut:

- a. Kompetitif (*competitive*), tujuan ilokusi bersaing dengan tujuan sosial, misalnya: memerintah, meminta, menuntut, mengemis.
- b. Menyenangkan (*convivial*), tujuan ilokusi sejalan dengan tujuan sosial, misalnya: menawarkan/mengajak/mengundang, menyapa, mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat.
- c. Bekerjasama (*collaborative*), tujuan ilokusi tidak menghiraukan tujuan sosial, misalnya; menyatakan, melapor, mengumumkan, dan mengajarkan.
- d. Bertentangan (*conflictive*), tujuan ilokusi bertentangan dengan tujuan sosial, misalnya: mengancam, menuduh, menyumpahi, dan memarahi.

Di antara keempat jenis ilokusi ini yang melibatkan sopan santun ialah jenis pertama (kompetitif) dan jenis kedua (menyenangkan). Pada ilokusi yang berfungsi kompetitif, sopan santun mempunyai sifat negatif dan tujuannya ialah mengurangi ketidakharmonisan yang tersirat dalam kompetisi apa yang ingin dicapai oleh penutur dan apa yang dituntut oleh sopan santun. Yang disebut tujuan-tujuan kompetitif ialah tujuan-tujuan yang pada dasarnya tidak bertata krama (*discourteous*), misalnya meminta pinjaman uang dengan nada memaksa. Di sini, tata krama dibedakan dengan sopan santun. Tata krama mengacu kepada tujuan, sedangkan sopan santun mengacu kepada perilaku linguistik atau perilaku lainnya untuk mencapai tujuan itu. Oleh karena itu, prinsip sopan santun dibutuhkan untuk memperlembut sifat tidak sopan yang secara intrinsik terkandung dalam tujuan itu.

Sebaliknya, jenis fungsi ilokusi yang kedua, yaitu fungsi menyenangkan, pada dasarnya bertatakrama. Pada posisi ini, sopan santun lebih positif bentuknya dan bertujuan untuk mencari kesempatan beramah tamah. Jadi, dalam sopan santun yang positif, berarti menaati prinsip sopan santun, misalnya bahwa apabila ada kesempatan mengucapkan selamat ulang tahun, kita harus melakukannya. Jenis fungsi yang ketiga, yaitu fungsi ilokusi bekerja sama, tidak melibatkan sopan santun karena pada fungsi ini sopan santun tidak relevan. Sebagian besar wacana tulisan masuk dalam kategori ini.

Dalam jenis fungsi ilokusi yang keempat, yaitu fungsi bertentangan, unsur sopan santun tidak ada sama sekali karena fungsi ini bertujuan untuk menimbulkan kemarahan. Mengancam atau menyumpahi orang misalnya, tidak mungkin dilakukan dengan sopan, kecuali penutur menggunakan eufemisme (penghalus). Agaknya dalam proses sosialisasi, si anak belajar menggantikan komunikasi yang konfliktif dengan jenis komunikasi lain, khususnya dengan jenis kompetitif. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa dalam situasi yang normal, pengaruh linguistik yang konfliktif cenderung bersifat marginal dan tidak memegang peranan yang penting.

Untuk itu, dalam membicarakan perilaku linguistik yang sopan dan tidak sopan, perhatian akan dipusatkan khusus pada ilokusi kompetitif dan ilokusi menyenangkan, dan pada kategori-kategori sopan santun yang negatif dan positif pada ilokusi-ilokusi tersebut.

Klasifikasi yang dibuat Leech berdasarkan fungsi, sedangkan yang dibuat Searle berdasarkan pada berbagai kriteria. Menurut Leech, klasifikasi Searle juga terdapat pengaruh sopan santun. Secara garis besar kategori Searle apabila dikaitkan dengan sopan santun adalah sebagai berikut.

- a. Asertif (*assertives*): pada ilokusi ini penutur terikat pada kebenaran proposisi yang diungkap, misalnya: menyatakan, mengusulkan, membuat, mengeluh, mengemukakan pendapat, melaporkan. Dari segi sopan santun ilokusi-ilokusi ini cenderung netral, yakni, termasuk kategori bekerjasama. Akan tetapi, ada beberapa perkecualian, misalnya membuat biasanya dianggap tidak sopan. Dari segi semantik ilokusi asertif bersifat prosisional.
- b. Direktif (*directives*): ilokusi ini bertujuan menghasilkan suatu efek berupa tindakan yang dilakukan oleh penutur, misalnya, memesan, memerintah, memohon, menuntut, memberi nasihat. Jenis ilokusi ini sering dimasukkan ke dalam kategori kompetitif karena juga mencakup kategori-kategori ilokusi yang membutuhkan sopan santun negatif. Namun di pihak lain terdapat juga ilokusi direktif (seperti mengundang) yang secara intrinsik memang sopan. Agar ilokusi direktif tidak dikacaukan dengan ilokusi langsung dan tak langsung (*direct and indirect ilocutions*) digunakan istilah impositif (*impositive*) khususnya untuk mengacu pada ilokusi kompetitif dalam kategori direktif.



- a. Komisif (*commissives*): pada ilokusi ini penutur sedikit banyak terikat pada suatu tindakan di masa depan, misalnya: menjanjikan, menawarkan. Jenis ilokusi ini cenderung berfungsi menyenangkan dan kurang bersifat kompetitif karena tidak mengacu pada kepentingan penutur tetapi pada kepentingan petutur.
- b. Ekspresif (*expressive*): fungsi ilokusi ini ialah mengungkap atau mengutarakan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat dalam ilokusi, misalnya: mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat, memberi maaf, mengecam, memuji, mengucapkan belasungkawa, dan sebagainya. Sebagaimana juga dengan ilokusi komisif, ilokusi ekspresif cenderung menyenangkan. Oleh karena itu, secara intrinsik, ilokusi ini sopan, kecuali tentunya ilokusi-ilokusi ekspresif seperti “mengecam” dan “menuduh”.
- c. Deklarasi (*declaration*): berhasilnya pelaksanaan ilokusi ini akan mengakibatkan adanya kesesuaian antara isi proposisi dengan realitas, misalnya: mengundurkan diri, membaptis, memecat, memberi nama, menjatuhkan hukuman, mengucilkan/membuang, mengangkat (pegawai), dan sebagainya. Searle mengatakan bahwa tindakan ini merupakan kategori tindak tutur yang sangat khusus karena tindakan-tindakan ini biasanya dilakukan oleh seseorang yang berada dalam kerangka acuan kelembagaan diberi wewenang untuk melakukannya. Contoh klasik ialah hakim yang menjatuhkan hukuman kepada pelanggar undang-undang, pejabat yang memberi nama pada sebuah kapal baru, dan sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa definisi antara Leech dan Searle sama-sama meneliti tindak tutur pada suatu ujaran penutur. Akan tetapi, bila dipandang dari segi fungsi Searle lebih ke arah kriteria penutur. Sedangkan, Leech hanya mengkritisi tindak tutur. Dengan demikian, dapat disimpulkan dalam suatu tuturan akan berjalan lancar jika ragam bahasa memperhatikan siapa penuturnya dan siapa mitra penuturnya.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan dengan tujuan untuk membantu dalam kajian linguistik, khususnya dalam tindak tutur (*speech act*) pragmatik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian di lapangan dalam peristiwa tutur dan tindak tutur yang ada di pasar tradisional Johar Semarang diranah sosial yaitu dari pengertian tindak tutur, terdapat tiga jenis tindak tutur yaitu tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi.

## 1. Tindak Tutur Lokusi

Tindak tutur lokusi memiliki makna secara harfiah, seperti yang dimiliki oleh komponen-komponen kalimat itu sendiri. Jadi, tindak tutur lokusi ini mengacu pada makna linguistik. Tindak tutur dengan kalimat yang sama mungkin dipahami secara berbeda oleh pendengar untuk menangkap makna secara harfiah, seperti yang dimiliki oleh komponen-komponen kalimat itu sendiri. Jadi, tindak tutur lokusi mengacu pada makna linguistik. Sebanyak 15% proses jual beli menggunakan tindak tutur jenis lokusi. Dibawah ini adalah beberapa contoh tindak lokusi yang ada dalam percakapan saat transaksi jual beli dipasar Johar.

Percakapan antara penjual dan dua orang pembeli (membeli celana panjang)

Penjual : Mari mari silahkan mampir, tanya tanya dulu boleh.

Pembeli : Langsung mampir ke kios penjual celana panjang karena mereka tahu yang dibutuhkan ada di kios itu.

Pembeli : Celana bahan ada buk?

Penjual : Sini masuk dulu, liat-liat dulu, boleh pilih warna semua ukuran komplit.

Dari petikan percakapan diatas kalimat yang diutarakan oleh penjual “Sini masuk dulu, liat-liat dulu, boleh pilih warna semua ukuran komplit”, merupakan tindak tutur lokusi yang berfungsi untuk memberikan informasi saja bahwa pembeli diminta untuk masuk kios dan memilih barang dagangannya.

Percakapan antara penjual dan beberapa orang pembeli (Kios baju perempuan)

Penjual : Cari apa, Mbak? Sini *tak* kasih murah.

Pembeli : Masuk ke kios dan melihat-lihat baju dan sekilas melihat harga baca itu.

Pembeli : Yang ini berapa, Mas?

Penjual : Mendekat dan menanyakan lagi apa yang diinginkan pembeli.

Penjual : Yang mana, Mbak? Coklat atau hitam?

Pembeli : Hitam *aja*, dicoba boleh tidak nih?

Penjual : Kamar pas di ujung, Mbak.

Dari petikan percakapan diatas tuturan “Cari apa, Mbak? Sini *tak* kasih murah” menyatakan bahwa penjual hanya memberikan informasi saja bahwa di kiosnya menjual baju dengan harga lebih murah dibanding dengan kios dan toko lain yang menagndung makna lokusi.

## 2. Tindak Tutur Ilokusi

Tindak tutur dengan kalimat yang sama mungkin dipahami secara berbeda oleh pendengar ini adalah makna tindak tutur ilokusi. Sebaliknya, pembicara pun sebenarnya mempunyai harapan bagaimana si pendengar akan menangkap makna sebagaimana yang dimaksudkannya. Sebagai contoh percakapan yang mengandung tindak tutur ilokusi adalah dibawah ini.

Masih dengan setting yang sama yaitu di kios celana panjang kain dan jeans dengan seorang penjual dan dua orang pembeli.

- Penjual : Sini, Mbak, *nek* misal harganya cocok nanti ada diskon spesial *wis*.
- Pembeli 1 : Serius buk?
- Pembeli 2 : Diskon 50 persen mau banget ya
- Penjual : Ya bener, tak *kasi* harga pas ya?
- Pembeli 2 : Lho pie *ton*? Tadi katanya mau *kasi* diskon kok sekarang bilang harga pas!
- Penjual : *Iyo*, beres.

Dari penggalan percakapan diatas kalimat “Sini, Mbak, *nek* misal harganya cocok nanti ada diskon spesial *wis*”. Penjual mempunyai maksud agar pembeli tertarik dan akhirnya ingin membeli celana panjang yang memang pembeli tertarik sekali maka penjual memberikan penawaran harga dengan iming-iming diskon. Tindak tutur ilokusi mempunyai peranan pada si penutur/penjual mempunyai maksud tertentu dibalik kalimat yang telah diucapkannya dengan iming-iming diskon. Contoh cuplikan percakapan lain adalah sebagai berikut:

Setting percakapan berada di kios seragam anak sekolah,ada beberapa orang pembeli dan satu orang penjual.

- Pembeli 1 : *Sragam* sekolah SMP ada?
- Pembeli 2 : Aku *kanggo* cah TK ono rak pak?
- Anak-anak : aku rok aja mah, atasanku masih bagus, sama kaos kaki ya mah yang ikut orang tuanya
- Pembeli 3 : Topi pramuka ada, Pak?
- Penjual dengan sigap melayani semua pembeli.
- Penjual : ada semuanya ada, komplit untuk seragam sekolah

Dari petikan percakapan diatas penjual mengatakan “Ada, semuanya ada, komplit untuk seragam sekolah”, dia meyakinkan pembeli bahwa semua yang dibutuhkan untuk perlengkapan sekolah ada dan komplit namun mungkin saja ada beberapa barang yang tidak ada stoknya dan dengan sigap sipenjual bisa mengambil barang dari kios yang lain namun seolah-olah yang memiliki barang lengkap adalah kios milik si penjual.

### 3. Tindak Tutur Perlokusi

Makna tindak tutur perlokusi mempunyai pengaruh petutur untuk melakukan apa yg dikatakan oleh penutur, diberikan contoh penggalan percakapan dibawah ini untuk melihat seperti apa contoh tindak tutur perlokusi yang ada dalam transaksi jual beli dipasar johar.

Masih dengan setting yang sama yaitu di kios celana panjang

Pembeli : Ya sudah, Buk, saya ambil ukuran 29 *aja*.

Penjual : Warnanya biru atau hitam?

Pembeli : Saya jadinya ukuran 29 warna hitam tapi mintanya yang masih baru bukan yang digantung ini.

Penjual : Ok siap, sebentar ya.

Dari penggalan percakapan “Saya jadinya ukuran 29 warna hitam tapi mintanya yang masih baru bukan yang digantung ini”, jelas bahwa pembeli meminta penjual untuk mengambilkan barang yang diiginkannya. Karena kesepakatan harga sudah diperoleh sebelumnya. Contoh lain tindak tutur perlokusi adalah sebagai berikut:

Setting berada di kios baju muslim

Pembeli : Buk, ada gamis corak bunga kecil warna hijau?

Penjual : Masuk sini, Say..? Masuk lihat lihat dulu.

Pembeli akhirnya masuk dan memutuskan untuk memilih milih baju yang sangat komplit.

Pembeli : Yang ini bagus *banget* harganya berapa buk?

Penjual : Ada yang lebih bagus lho, Say....

Pembeli : Boleh, Buk, mana saya lihat.

Penjual mengambilkan gamis yang lebih indah

Penjual : Ini, Mbak, jadi mau yang mana?

Pembeli : Haduh.. jadi bingung.....(dengan wajah bingung)

Penjual : Beli dua-duanya nanti saya diskon gimana, Say?

Dari cuplikan percakapan diatas seperti tuturan yang dilakukan oleh penjual “masuk sini, Say..? Masuk lihat lihat dulu”, akhirnya pembeli mau masuk dan melihat-lihat dan akhirnya tertarik untuk membeli barang yang padahal sebelumnya tidak diinginkannya. Seperti diketahui tujuan dia (pembeli) mencari gamis dengan motif bunga kecil pada kenyataanya dia tertarik dengan bunga motif besar. Kemampuan perlokusi bisa mempengaruhi seseorang untuk tertarik dan akhirnya membeli barang yang memang sebelumnya tidak diinginkan.

## KESIMPULAN

Dalam suatu peristiwa tutur peranan penutur dan pendengar dapat berganti-ganti. Pihak yang tadinya menjadi pendengar sesudah mendengar dan memahami ujaran yang diucapkan oleh penutur akan segera bereaksi melakukan tindak tutur, sebagai pembicara atau penutur. Sebaliknya, yang tadinya berperan sebagai pembicara atau penutur berubah kini menjadi pendengar. Tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi selalu ada dalam percakapan, namun pada penelitian di pasar johar yang muncul sangat dominan adalah tindak tutur ilokusi dan perlokusi, dua tindak tutur sangat sering dilakukan karena dari sisi penjual mereka mempunyai cara untuk mempengaruhi pembeli agar mau membeli barang dagangannya, meskipun barang itu tidak ada dikiosnya, mereka mau mengambilkan dari kios lain demi melakukan pelayanan prima terhadap pembeli.

Penelitian yang telah dilakukan di pasar johar Semarang memperoleh prosentase dominan penggunaan tindak tutur yakni tindak tutur ilokusi sebesar 40% dan perlokusi sebesar 45% dan dilengkapi dengan tindak tutur langsung yang banyak dilakukan pada saat penelitan dilaporkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Austin, J. L. 1962. *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.  
BASASTRA Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya Volume 2 Nomor 1, April 2013, ISSN I2302-6405.
- Cohen, A.D. 1996. “Speech acts” dalam N. H. Hornberger & S. L. McKay. *Sociolinguistics and Language Teaching*. Cambridge: CUP.
- Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Grice, H.P. 1975. *Logic and conversation*. In Cole & Morgan, eds. 1975. *Syntax and Semantics, Vol. 3: Speech Acts*. NY: Academic Press.

- Hasibuan, Namsyah. 2005. *Perangkat Tindak Tutur dan Siasat Kesantunan Berbahasa*. Universitas Sumatra Utara.
- Halliday, M.A.K, & R. Hasan. 1989. *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Victoria: Deakin University.
- Kridalaksana, Harimurti et al. 1984. *Tata Bahasa Deskriptif Bahasa Indonesia*: Sintaksis.
- Kridalaksana, H. 1993. *Kamus Linguistik Edisi ke-3*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa – Departemen P dan K.
- Leech, Geoffrey. 1983. *Principles of Pragmatics*. London dan New York: Longman.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik* (Diterjemahkan oleh Oka). Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Leech, G.N. 1983. *Principles of Pragmatics*. Essex, England: Longman Group Ltd.
- Levinson, S. C. 2011. *Universals in pragmatics*. In P. C. Hogan (Ed.), *The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences* (pp. 654-657). New York: Cambridge University Press.
- Malmkjer, K. 2006. *The Linguistics Encyclopedia*. London: Routledge.
- Philip Kotler. 1997. *Marketing Management ed. 9th, prj*. Hendra Teguh dan Rony Rusli, Jakarta.
- Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 12 No. 3, Desember 2012.
- Rustono. 1999. *Pokok-Pokok Pragmatik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Searle, John. 1969. *Speech Acts An Essay in The Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press
- Searle, J.R. 1969. *Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Septy, Silvia Sari. 2012. *Analisis Tindak Tutur penjual dan Pembeli di Pasar Satwa dan Taman Hias Yogyakarta*. S1 Thesis, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.