

TINDAK TUTUR LOKUSI, ILOKUSI DAN PERLOKUSI DALAM INTERAKSI PENJUAL DENGAN PEMBELI DI PASAR RAYA MMTC

Ahmad Nur Cahyo¹ Hari Bakti Mardikantoro²

¹ Universitas Negeri Semarang
nurcahyoahmad3@students.unnes.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi dalam interaksi sosial penjual dengan pembeli di Pasar Raya MMTC. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pragmatis, pendekatan kualitatif, dan pendekatan deskriptif. Data dalam penelitian ini berupa penggalan tuturan peristiwa berbahasa atau peristiwa tutur pedagang dan pembeli yang melakukan interaksi di Pasar Raya MMTC yang diduga mengandung pemakaian tindak tutur. Sumber data dari penelitian ini yaitu seluruh tuturan atau peristiwa berbahasa pedagang dan pembeli di Pasar Raya MMTC. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode simak dengan teknik dasar teknik sadap dan teknik lanjut menggunakan teknik simak libat bebas cakap, teknik rekam dan teknik catat. Adapun metode dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode padan subjenis padan pragmatis dengan Teknik dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dasar pilah unsur penentu (PUP). Data akan dipilah berdasarkan pengelompokan tindak tutur. Adapun alat yang digunakan dalam teknik ini adalah daya pilah peneliti yang bersifat mental yang dimiliki peneliti dengan daya pilah pragmatis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tindak tutur yang ditemukan dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi dan tindak tutur perlokusi. Jenis tindak tutur lokusi yang ditemukan dalam komunikasi penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC yaitu lokusi pernyataan, lokusi perintah dan lokusi pertanyaan. Jenis tindak tutur ilokusi yang ditemukan dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC yaitu asertif, direktif, komisif dan ekspresif. Dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC tidak ditemukan jenis deklarasi. Hal tersebut disebabkan tidak ditemukan bentuk tuturan yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataan. Jenis tindak tutur perlokusi yang terdapat dalam komunikasi penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC yaitu perlokusi verbal dan perlokusi verbal non-verbal.

Kata-kata Kunci: Tindak Tutur, Interaksi, Pasar Raya MMTC

ABSTRACT

This study aims to describe locutionary, illocutionary and perlocutionary speech acts in the social interaction of sellers with buyers at Pasar Raya MMTC. This study uses a research approach used in this study is a pragmatic approach, a qualitative approach, and a descriptive approach. The data in this study are in the form of speech events of language events or speech events of traders and buyers who interact in the MMTC Raya Market which is suspected to contain the use of speech acts. The data sources of this research are all speeches or events in the language of traders and buyers at Pasar Raya MMTC. The data collection process was carried out using the listening method with the basic techniques of tapping techniques and advanced techniques using the free-talk involved listening technique, recording techniques and note-taking techniques. The methods and techniques of data analysis in this study used the pragmatic matching subtype method with the basic techniques used in the study. this is the basic technique of sorting the determining elements (PUP). The data will be sorted based on the grouping of speech acts. The tool used in this technique is the researcher's mental sorting power which is owned by the researcher with pragmatic sorting power. , illocutionary speech acts and perlocutionary speech acts. The types of locutionary speech acts found in the communication of sellers and buyers in the MMTC Raya market are statement locutions, command locutions and question locutions. The types of illocutionary speech acts found in the communication between sellers and buyers in the MMTC Raya market are assertive, directive, commissive and expressive. In the communication between the seller and the buyer in the MMTC Raya market, no declaration type was found. This is because there is no form of speech that connects the contents of the speech with reality. The types of perlocutionary speech acts found in the communication of sellers and buyers at the MMTC Raya market are verbal perlocutions and non-verbal verbal perlocutions.

Keywords: Speech Action, Interaction, MMTC Market

I. PENDAHULUAN

Pragmatik merupakan salah satu cabang ilmu tata bahasa yang berkaitan erat dengan tindak tutur. Konteks dalam suatu tindak tutur ini memiliki peran yang sangat penting. Konteks dalam suatu situasi yang berbeda akan memengaruhi makna sebuah tindak tutur yang sama. Jadi, penggunaan bahasa dapat mempengaruhi maksud dan tujuan dari tindak tutur yang disampaikan oleh pelaku tindak tutur. Tindak tutur terdapat dalam komunikasi bahasa. Tindak tutur merupakan produk dari suatu kalimat dalam kondisi tertentu dan merupakan kesatuan terkecil dari komunikasi bahasa yang menentukan makna kalimat. Kajian tindak tutur sangat mendukung dalam studi analisis wacana. Tindak tutur dapat pula disebut tindak ujar. Tindak tutur dalam ujaran suatu kalimat merupakan penentu maksud kalimat itu. Namun, makna suatu kalimat tidak ditentukan oleh satu-satunya tindak ujar seperti yang berlaku dalam kalimat yang sedang diujarkan itu, tetapi selalu dalam prinsip adanya kemungkinan untuk menyatakan secara tepat maksud penuturnya. Oleh sebab itu, mungkin sekali, penutur menuturkan kalimat yang unik dalam setiap tindak tutur karena dia berusaha menyesuaikan ujaran dengan konteksnya.

Dalam pengertian seperti itu, studi tentang makna kalimat dan studi tentang tindak tutur bukanlah dua studi yang

terpisah, melainkan satu studi dengan dua sudut pandang yang berbeda. Dengan demikian, teori tindak tutur merupakan teori yang lebih cenderung meneliti tentang makna kalimat bukannya teori yang lebih cenderung berusaha menganalisis struktur kalimat. Penutur yang ingin mengemukakan sesuatu kepada orang lain, maka yang dikemukakannya itu adalah makna atau maksud kalimat. Sedangkan, untuk menyampaikan makna atau maksud, penutur harus menuangkannya dalam wujud tindak tutur. Tindak tutur yang akan dipilih sangat bergantung pada beberapa faktor. Dengan demikian, untuk satu maksud, perlu dipertimbangkan berbagai kemungkinan tindak tutur sesuai dengan posisi penutur, situasi tutur, dan kemungkinan struktur yang ada dalam bahasa itu. Penutur cenderung menggunakan bahasa seperlunya dalam berkomunikasi. Pemilihan bahasa oleh penutur lebih mengarahkan pada bahasa yang komunikatif. Melalui konteks situasi yang jelas suatu peristiwa komunikasi dapat berjalan dengan lancar.

Tindak tutur merupakan suatu tindakan yang diungkapkan melalui bahasa yang disertai dengan gerak dan sikap anggota badan untuk mendukung pencapaian maksud pembicara (Rani, 2006: 158). Konteks atau situasi tersebut meliputi berbagai aspek yaitu penutur dan lawan tutur, konteks tuturan, tujuan tuturan, serta

tuturan sebagai produk dan tindak tutur verbal. Selain itu penafsiran konteks dapat berupa personal, lokasional, temporal, dan analogi. Pasar merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli untuk melakukan interaksi jual-beli. Sarana yang digunakan dalam melakukan transaksi adalah bahasa. Manusia selalu melakukan komunikasi yang berupa pemakaian bahasa dan tindak tutur yang tidak terbatas jumlahnya. Pemahaman mengenai tindak tutur sangat diperlukan dalam berkomunikasi karena manusia sering dihadapkan dengan berbagai permasalahan dalam hidupnya.

Melalui kegiatan berkomunikasi setiap penutur hendak menyampaikan tujuan atau maksud tertentu kepada mitra tutur yang terlibat dalam Proses komunikasi yang efektif dan efisien, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh mitra tutur yang terlibat dalam proses komunikasi, proses komunikasi yang efektif dan efisien tidak akan terjadi dengan baik, apabila bahasa yang digunakan oleh penutur tidak mampu dipahami oleh mitra tutur. Dengan demikian, untuk mempermudah proses komunikasi, bahasa yang digunakan oleh penutur harus bahasa yang mudah dipahami oleh mitra tutur. Penggunaan bahasa dapat dijumpai dalam berbagai segi kehidupan. Setiap pemakaian bahasa akan berbeda antara segi kehidupan.

Dengan digunakannya bahasa, penjual dan pembeli dapat melakukan interaksi tawar-menawar. Peristiwa tindak

tutur dalam wacana pedagang dan pembeli di pasar mempunyai peranan yang sangat penting, yaitu menyampaikan maksud dan tujuan dari duabelah pihak. Penjual dan pembeli sama-sama menggunakan bahasa sebagai sarana untuk menyampaikan maksud agar tercapainya kesepakatan. Interaksi antara penjual dan pembeli di Pasar Raya MMTC menggunakan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi disebut dengan peristiwa tindak tutur.

Pasar Raya MMTC dijadikan lokasi penelitian, karena Pasar Raya MMTC adalah pasar yang sering dikunjungi oleh masyarakat yang tinggal di daerah Pancing khususnya, maupun di luar Pancing suatu hal yang sangat penting juga alasan mengapa pasar Raya MMTC dijadikan obyek penelitian karena mayoritas bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, sehingga peneliti lebih mudah memahami tindak tutur yang diujarkan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa penggunaan tindak tutur dalam interaksi jual-beli di pasar Raya MMTC.

Peneliti tertarik mengkaji dan menginterpretasi tindak tutur yang ada dalam pasar tersebut karena menurut peneliti, ketika ada banyak sekali orang yang melakukan transaksi jual-beli maka di situ juga akan ada banyak sekali pembicara yang menurut peneliti sangat menarik untuk dianalisis terutama yang berkaitan dengan tindak tutur, baik itu berkenaan dengan cara

menawarkan barang dagangan, menawar untuk mendapatkan harga terendah, maupun sekedar percakapan basa-basi penjual kepada para pembeli agar barang dagangannya bisa laku terjual. Pemaparan di atas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian yang berjudul *“Jenis Jenis Tindak Tutur Dalam Interaksi Penjual Dengan Pembeli Di Pasar Raya MMTC*. Penelitian tersebut berupa analisis jenis jenis tindak tutur dan konteks di Pasar Raya MMTC Jalan Williém Iskandar Estate.

Alasan peneliti memilih tindak tutur karena peneliti ingin mendeskripsikan dan menggambarkan jenis tindak tutur yang sering digunakan antara penjual dan pembeli di sebuah kegiatan perbelanjaan seperti pasar. Peneliti juga melihat banyaknya penggunaan berbagai tindak tutur dan adanya daya tuturan yang mampu menarik calon pembeli agar tertarik membeli dagangannya, dan bahasa dalam tuturan pedagang dalam menarik calon pembeli sangat bervariasi yang disertai dengan ekspresi pedagang untuk memperkuat daya tuturan tersebut sehingga calon pembeli tertarik.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan penelitian, yaitu pendekatan secara teoretis dan pendekatan secara metodologis. Pendekatan teoretis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik. Pendekatan penelitian yang kedua dalam

penelitian ini adalah pendekatan secara metodologis yang terbagi menjadi dua, yaitu pendekatan kualitatif dan deskriptif.

Data dalam penelitian ini berupa penggalan tuturan peristiwa berbahasa atau peristiwa tutur pedagang dan pembeli yang melakukan interaksi di Pasar Raya MMTC yang diduga mengandung pemakaian tindak tutur. Sumber data dari penelitian ini yaitu seluruh tuturan atau peristiwa berbahasa pedagang dan pembeli di Pasar Raya MMTC

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak. Metode simak yaitu metode yang berupa menyimak, dalam hal ini menyimak penggunaan bahasa (Sudaryanto, 2015, h.203). Menggunakan metode ini, peneliti bekerja dengan cara menyimak tuturan dari pembicaraan yang berlangsung antar penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC

Perhatian peneliti lebih ditujukan pada bentuk tindak lokusi, ilokusi, dan perlokusi pedagang dan pembeli di Pasar Raya MMTC. Teknik dasar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sadap yaitu dengan menyadap tuturan yang berlangsung antar penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC Medan.

Teknik lanjutan dalam penelitian ini yaitu teknik simak bebas libat cakap. Teknik simak bebas libat cakap merupakan teknik lanjutan penyediaan data yang dilakukan dengan tidak berpartisipasi ketika menyimak (Sudaryanto, 2015, h.204).

Alat yang digunakan dalam teknik ini adalah diri peneliti sendiri. Teknik ini digunakan saat peneliti menyimak tuturan yang berlangsung antar penjual dan pembeli di Pasar Raya MMTC Medan.

Kemudian menggunakan teknik rekam dan teknik catat yang digunakan untuk merekam tuturan dan mencatat beberapa hal yang diperoleh dari hasil penyimakan. Catatan digunakan untuk mencatat konteks atau situasi tutur yang terjadi, dan menggunakan teknik rekam untuk merekam tuturan yang diujarkan penjual dan pembeli di Pasar Raya MMTC Medan.

Selama pengumpulan data, peneliti dibantu oleh seorang pendamping yang terlibat bertransaksi, peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan tuturan, sehingga kegiatan tuturan berlangsung apa adanya

Dalam menganalisis data peneliti menggunakan metode padan subjenis padan pragmatis dengan Teknik dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dasar pilah unsur penentu (PUP). Data akan dipilah berdasarkan pengelompokan tindak tutur Adapun alat yang digunakan dalam teknik ini adalah daya pilah peneliti yang bersifat mental yang dimiliki peneliti dengan daya pilah pragmatis

Metode penyajian data pada penelitian ini disajikan secara informal. Penyajian informal yaitu penyajian data dalam bahasa asli ketika kali pertama diperoleh, setelah itu data disesuaikan dan dianalisis, kemudian hasil

analisis tersebut diuraikan menggunakan kata-kata formal atau baku. Metode informal digunakan agar penyajian data bisa lebih jelas

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Peristiwa Tindak Tutur antara Penjual Ubi dengan Pembeli (18 September 2022)

NO	Peristiwa Tutur
1	Penjual : ubinya dek ? Pembeli : iya bu. manis tidak bu? Penjual : iya dek. Namanya madu ya manis dek. (sambil tersenyum) Pembeli : ungu ada bu ? Penjual : ada dek ? Pembeli : saya ungu ya bu. Pilihkan yang kecil- kecil aja ya bu. Penjual : iya dek, mau berapa dek ? Pembeli : saya sekilo bu. Berapa bu ? Penjual : empat ribu saja dek Pembeli : tiga ribu gak dapat bu ? Penjual : (tersenyum dan menggelengkan kepala) Pembeli : baiklah, saya bungkus ya bu Penjual : (tersenyum sambil memasukkan ubi ke dalam kantong plastik) Pembeli : terima kasih ya bu Penjual : sama- sama dek (sambil tersenyum)

Percakapan di atas merupakan wujud tindak tutur karena adanya interaksi dalam tuturan atau percakapan antara penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dalam berinteraksi khususnya dalam tawar-menawar. Interaksi tersebut terjadi disuatu tempat yakni pada pasar penjualan sayur dan buah di pasar Raya MMTC

2) Peristiwa Tindak Tutur antara Penjual Ubi dengan Pembeli (18 September 2022)

No	Peristiwa Tutar
2	Pembeli : Ubi apa ini pak? Penjual : 'Ubi kuning' Pembeli : 'Ubi kuning, kalau yang ini satu kilo berapa pak?' Penjual : 'iya lima ribu, Pembeli : 'empat, tidak bisa kurang ya pak?' Penjual : 'tidak bisa, memang segitu' (mengeleng dan menatap pembeli berusaha untuk menjelaskan) Pembeli : 'ambilkan satu kilo jak pak' (menunjuk angka satu pada jarinya) Penjual: 'oh iya, yang ubi yang lain tidak ya, ini saja ya?' Pembeli : 'tidak pak' Penjual : 'oh iya, terimakasih Pembeli : 'sama-sama'

Percakapan di atas merupakan wujud tindak tutur karena adanya interaksi dalam tuturan atau percakapan antara penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dalam berinteraksi khususnya dalam tawar menawar. Interaksi tersebut terjadi disuatu tempat yakni pada Pasar Raya MMTC.

Pembahasan

Peristiwa Tutar 1

Percakapan pada hasil penelitian pertama merupakan wujud tindak tutur karena adanya interaksi dalam tuturan atau percakapan antara penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dalam berinteraksi khususnya dalam tawar-menawar. Interaksi tersebut terjadi disuatu tempat yakni pada pasar penjualan sayur dan buah di pasar Raya MMTC. Komunikasi tersebut memiliki konteks yakni interaksi jual-beli ubi. Sesuai dengan konteks percakapan di atas, maka setiap kata atau kalimat mengandung maksud atau tujuan yang ingin disampaikan.

Bentuk lokusi

a. Bentuk pernyataan deklaratif

Pembeli : saya sekilo bu. Berapa bu ?

Penjual : empat ribu saja dek

Kalimat “ saya sekilo ya bu “ merupakan tuturan pembeli kepada penjual untuk menyatakan akan menimbang dan menyatakan berat ubi yang akan dibeli.

b. Bentuk pertanyaan (interogatif)

Pembeli : iya bu. manis tidak bu?

Penjual : iya dek. Namanya madu ya manis dek (sambil tersenyum)

Kalimat 'manis tidak bu?' merupakan tuturan untuk menanyakan apakah rasa ubi manis atau tidak. Dengan demikian penjual memberikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan tersebut.

c. Bentuk Perintah (imperaktif)

Pembeli : saya ungu ya bu. Pilihkan yang kecil- kecil aja ya bu.

Penjual : iya dek, mau berapa dek ?

Kalimat Pilihkan yang kecil- kecil aja ya bu 'merupakan kalimat perintah yang dituturkan pembeli agar penjual memberikan tanggapan berupa tindakan atau perbuatan yang diinginkan yaitu memilihkan ubi dengan ukuran yang kecil.

Bentuk Ilokusi

a. Asertif

Pembeli : iya bu. manis tidak bu?

Penjual : iya dek. Namanya madu ya manis dek. (sambil tersenyum).

Kalimat namanya juga madu ya manis dek, adalah kalimat yang dituturkan penjual sebagai

untuk menjelaskan ubi yang dijual manis karena dari nama ubinya saja adalah ubi madu. Dalam kalimat tersebut penjual mengklaim (claiming) bahwa ubi madu sudah pasti rasanya manis.

b. Direktif

Pembeli : tiga ribu gak dapat bu ?

Penjual : (tersenyum dan menggelengkan kepala).

Kalimat ‘ tiga ribu gak dapat bu ? ’ tersebut merupakan permohonan (requesting) penjual kepada lawan tuturnya yaitu pembeli. Pembeli memberikan permohonan agar ubi yang ingin dibeli tersebut harganya tiga ribu saja.

c. Ekspresif

Pembeli : terima kasih ya bu

Penjual : sama- sama dek (sambil tersenyum).

d. Komisif

Penjual : Namanya madu ya manis dek. (sambil tersenyum).

Kalimat tersebut adalah penawaran (offering) sesuatu yaitu ubi dengan jenis ubi madu kepada pembeli.

e. Deklarasi

Dalam percakapan di atas tidak terdapat tuturan bentuk deklarasasi.

Bentuk perlokusi

Pembeli : tiga ribu gak dapat bu ?

Penjual : (tersenyum dan menggelengkan kepala)

Alasan yang dituturkan penjual berupa senyuman dan menggelengkan kepala , berarti memberikan keyakinan tidak ada pengurangan

harga kepada pembeli untuk membeli ubi yang dijual. Pembeli menerima alasan tersebut ‘baiklah, saya bungkus ya bu!’ (mengambil ubi dan memberikan uang).

Berdasarkan analisis di atas yaitu dialog penjual ubi dan pembeli, dapat dicermati terjadi prinsip-prinsip tutur. Prinsip-prinsip tutur dari interaksi penjual dan pembeli yaitu prinsip kerja sama dan prinsip kesantunan. Dengan prinsip kerja sama menjadikan penjual ubi dan pembeli saling memahami maksud tutur yang diujarkan sehingga komunikasi mengenai harga ubi dan jenis ubi berjalan dengan baik dan lancar, serta prinsip kesantunan khususnya maksim kemufakatan menjadikan penjual ubi dan pembeli dapat berinteraksi dengan baik, pembeli membeli ubi yang dijual dengan jenis ubi madu dan dengan harga yang telah ditawarkan penjual.

Peristiwa Tutur 2

Analisis Percakapan di atas merupakan wujud tindak tutur karena adanya interaksi dalam tuturan atau percakapan antara penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli menggunakan bahasa Indonesia dalam berinteraksi khususnya dalam tawar menawar. Interaksi tersebut terjadi disuatu tempat yakni pada Pasar Raya MMTC .

Percakapan tersebut memiliki konteks yakni interaksi jualbeli ubi. Sesuai dengan konteks percakapan di atas, maka setiap kata atau kalimat mengandung maksud atau tujuan yang ingin disampaikan.

Bentuk Lokusi

a. Bentuk Pernyataan (deklaratif)

Penjual: 'Ubi ungu'

Kalimat tersebut adalah pernyataan yang dituturkan penjual untuk memberikan pernyataan jenis ubi yang dijual atau ubi yang ditanyakan pembeli.

b. Bentuk Pertanyaan (interogatif)

Pembeli: Ubi apa ini?

Penjual: Ubi kuning

Kalimat ubi apa ini?' yang dituturkan pembeli tersebut adalah pertanyaan untuk menanyakan jenis ubi yang dijual. Dengan pertanyaan tersebut, lawan tutur atau penjual dapat memberikan jawaban yang sesuai.

Pembeli: 'ubi rotan. Kalau yang ini berapa satu kilo?'

Tuturan tersebut menanyakan harga ubi yang dimaksud atau yang ditunjuk : 'kalau yang ini berapa satu kilo?'

c. Bentuk Perintah (imperatif)

Pembeli: 'ambil satu pak'

Tuturan tersebut adalah kalimat untuk perintah kepada penjual untuk mengambilkan ubi yang dijual sebanyak satu kilo. Dengan demikian pendengar atau penjual memberi tanggapan berupa perbuatan yang diminta pembeli yaitu mengambilkan ubi tersebut.

Bentuk Illokusi

a. Asertif

Dalam percakapan di atas tidak terdapat tuturan bentuk asertif.

b. Direktif

penjual: 'iya lima ribu,

Pembeli: 'empat ribu, tidak bisa kurang ya?'

Kalimat 'empat ribu, tidak bisa kurang ya?' merupakan tuturan bentuk permohonan (requesting) pembeli kepada penjual agar menjual ubi dengan harga empat ribu rupiah.

c. Ekspresif

Penjual 'oh iya, terimakasih'

Kalimat tersebut adalah kalimat ucapan terimakasih (thanking) yang dituturkan penjual kepada pembeli atas pembelian ubi yang dijualnya. Bentuk tuturan tersebut berfungsi untuk menyatakan atau menunjukkan sikap psikologis penjual terhadap keadaan yang terjadi.

d. Komisif

Penjual: 'oh iya, yang ubi yang lain tidak ya, ini saja ya?'

Pembeli: 'tidak pak'

Kalimat 'ubi yang lain tidak ya?' merupakan tuturan penjual untuk menawarkan (offering) pisang selain ubi kuning yang dijualnya di kedai tersebut.

e. Deklarasi

Dalam percakapan di atas tidak terdapat tuturan bentuk deklarasi.

Bentuk Perlokusi

Pembeli: 'empat, tidak bisa kurang ya?'

Penjual: 'tidak bisa. Memang segitu dek, (mengeleng dan menatap pembeli berusaha untuk menjelaskan)

Kalimat tidak bisa. Memang segitu' adalah tuturan sebagai penjelasan kepada pembeli pembeli sebagai penolakan harga yang ditawarkan pembeli. Penjual beralasan ubi dibeli juga sudah mahal. Alasan yang dituturkan penjual

tersebut memberikan efek kepada pembeli agar tidak menawar harga ubi dan membeli ubi tersebut. Tuturan tersebut berhasil mempengaruhi penjual karena pembeli menerimanya dengan lanjut bertutur: 'ambil satu kilo pak'.

Berdasarkan analisis di atas yaitu dialog penjual ubi dan pembeli, dapat dicermati terjadi prinsip-prinsip tutur. Prinsip-prinsip tutur dari interaksi penjual dan pembeli yaitu prinsip kerja sama dan prinsip kesantunan. Dengan prinsip kerja sama menjadikan penjual ubi dan pembeli saling memahami maksud tutur yang diujarkan sehingga komunikasi mengenai harga ubi dan jenis ubi berjalan dengan baik dan lancar, serta prinsip kesantunan khususnya maksim kemufakatan menjadikan penjual ubi dan pembeli dapat berinteraksi dengan baik, pembeli membeli ubi yang dijual dengan jenis ubi yang diinginkan dan dengan harga yang telah ditawarkan penjual.

IV. KESIMPULAN

Tindak tutur yang ditemukan dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC Medan, yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi dan tindak tutur perlokusi. Jenis tindak tutur lokusi yang ditemukan dalam komunikasi penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC Medan yaitu lokusi pernyataan, lokusi perintah dan lokusi pertanyaan. Jenis tindak tutur ilokusi yang ditemukan dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di pasar

Raya MMTC Medan yaitu asertif, direktif, komisif dan ekspresif. Dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC Medan tidak ditemukan jenis deklarasi. Hal tersebut disebabkan tidak ditemukan bentuk tuturan yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataan. Jenis tindak tutur perlokusi yang terdapat dalam komunikasi penjual dan pembeli di pasar Raya MMTC Medan yaitu perlokusi verbal dan perlokusi verbal Nonverbal.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 2010. *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cummings, Louise. (1999). *Pragmatik: Sebuah Perspektif Multidisipliner*. Yogyakarta: Pusataka Pelajar
- Ibrahim, A.S. 1993. *Kajian Tindak Tutur*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Isnaniah (2019). "Tindak Tutur Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ujung Murung Banjarmasin Kalimantan Selatan (Speech Acts In The Sale And Purchase Transactions At Ujung Murung Market Banjarmasin Kalimantan Selatan)". Media Neliti
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik* (M.P.D. Oka: Terjemahan). Jakarta: UI.
- Lexy, Moloeng. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mashun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa* (Tahapan Strategi, Metode dan

- Tekniknya). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nababan, P.W.J. 1987. *Pragmatik Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Nadar, F.X. 2009. *Pragmatik dan Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nawawi, Hadari. (2005). *Metode Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Prastowo, Andi. (2011). *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Yogyakarta. Ar-Ruzz Media
- Puri, Riza (2021). "*Tindak Tutur Ilokusi Pada Interaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Bandarjo Ungaran Dalam Kajian Pragmatik*". *Jurnal Riksa Bahasa* Volume 6, No. 2. Universitas Pendidikan Indonesia
- Ridwan, M. Hasbullah (2020). "Analisis Tindak Tutur Antara Penjual dan Pembeli Di Pasar Sumberayu Muncar Banyuwangi (Kajian Pragmatik) ". *Jurnal PENEROKA Volume I, No. 1* Intitut Agama Islam Darussalam.
- Rustono. (1999). *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Sihotang, Rominar (2018). "*Aneka Tindak Tutur Interaksi Sosial Di Pasar Tradisional Aksara Medan*". *Medan Makna*. Vol 16. No 2. Badan Bahasa Kemendikbud
- Subyanto-Nababan, S. U. 1992. *Psikolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta. Depdiklud
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Wijana, IDewa Putu. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi.
- Yule. George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.