

Analisis Tindak Tutur Illokusi pada Interaksi Penjual Pembeli Live TikTok Kajian (Pragmatik Searle)

Cindy Irene Githa Sihombing
Universitas Negeri Medan, Indonesia

Alamat: Jl. Willem Iskandar / Pasar V, Medan, Sumatera Utara

Korespondensi penulis: irenessihombing@gmail.com

Abstract: Language plays a crucial role in human communication. Technological advancements, such as the Internet and cell phones, have revolutionized long-distance communication. The Internet on mobile phones has created unique communication forms, including online shopping on platforms like TikTok. This enables easy shopping from anywhere with internet access and payment via ATM. Interactions between buyers and sellers in online shopping involve various linguistic acts, facilitating transactions between strangers. This research explores (1) forms of speech acts in seller-buyer interactions on TikTok Live, (2) strategies of these speech acts, and (3) the functions of speech acts in these interactions. Using qualitative descriptive research, the study analyzes audio segments from conversations in women's equipment transactions on TikTok. Data collection was done through documentation, and analysis involved data reduction, presentation, and conclusion drawing. Results show differences in speech act forms, strategies, and functions. Future research is suggested to delve deeper into these aspects, using this study as a reference for broader investigations.

Keywords: pragmatics, Searle, online buying and selling transactions, TikTok shop

Abstrak: Bahasa memainkan peran penting dalam komunikasi manusia. Kemajuan teknologi, seperti Internet dan ponsel, telah merevolusi komunikasi jarak jauh. Internet di ponsel telah menciptakan bentuk komunikasi yang unik, termasuk belanja online di platform seperti TikTok. Hal ini memungkinkan kemudahan berbelanja dari mana saja dengan akses internet dan pembayaran melalui ATM. Interaksi antara pembeli dan penjual dalam belanja online melibatkan berbagai tindakan linguistik, memudahkan transaksi antar orang asing. Penelitian ini mengeksplorasi (1) bentuk tindak tutur dalam interaksi penjual-pembeli di TikTok Live, (2) strategi tindakan ucapan tersebut, dan (3) fungsi tindak tutur dalam interaksi tersebut. Menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, studi ini menganalisis segmen audio dari percakapan dalam transaksi peralatan wanita di TikTok. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, dan analisis melibatkan reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil menunjukkan perbedaan.

Kata kunci: pragmatik, Searle, transaksi jual beli online, TikTok shop

1. LATAR BELAKANG

Bahasa tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat pemakainya. Seorang pemakai bahasa harus menggunakan tuturan yang komunikatif dalam berinteraksi dengan orang lain agar mudah dipahami. Salah satu contoh pembuktian bahwa bahasa merupakan alat komunikasi adalah dalam transaksi jual beli daring. Transaksi yang terjadi dalam jual beli daring menghasilkan komunikasi yang unik dan khas. Komunikasi tersebut melibatkan dua orang yang tidak saling mengenal dan tidak pernah bertemu sebelumnya tetapi dapat melakukan transaksi jual beli bahkan dapat berjalan dengan baik.

Setiap penjual pasti akan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pembeli. Apalagi dengan pembeli yang belum pernah bertemu, pasti akan melakukan negosiasi dengan menggunakan tindak tutur yang baik melalui obrolan pesan pribadi secara daring. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan kedekatan antara penjual dan pembeli sehingga pembeli merasa nyaman untuk berbelanja. Kenyamanan ini nantinya akan berujung pada kepercayaan.

Mengingat bahwa jual beli daring dilakukan oleh penjual dan pembeli yang saling berjauhan, maka tindak tutur yang baik dalam obrolan daring bisa menjadi hal yang sangat berpengaruh untuk membuat pembeli percaya dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Dalam tindak tutur juga diperlukan pemahaman mengenai konteks. Konteks dalam bertutur sangat memengaruhi makna dan pesan yang terkandung di dalam tindak tutur. Oleh karena itu, tindak tutur dalam jual beli daring cukup diperhatikan, karena tidak hanya unik dan khas melainkan juga menyangkut hubungan sosial antara penjual dan pembeli seperti kesepakatan, kerja sama, mediasi, dan toleransi.

.Berebak teknologi yang telah berkembang manusia mampu berkomunikasi jarak jauh dengan menggunakan telepon seluler (ponsel) yang dipadukan dengan jaringan internet. Kehadiran internet pada ponsel melahirkan komunikasi yang khas, di mana seseorang dapat berkomunikasi dengan lancar tanpa ada jarak yang memisahkan. Salah satu bentuk komunikasi seperti ini dapat terjadi pada bidang perdagangan. Bidang perdagangan berbasis internet erat kaitannya dengan online shop, yaitu toko yang menjual barang melalui internet. Adanya peristiwa ini mengakibatkan munculnya kebiasaan baru pada masyarakat pengguna internet yakni berbelanja secara online, dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah daring (dalam jaringan).

Komunikasi sebagai alat penyambung jual beli pada online shop semakin beragam khususnya online shop perlengkapan wanita. Perlengkapan wanita yang beragam, mulai dari fasion busana, tata rias, kosmetik, perhiasan, dan sebagainya, membuat penjual toko-toko online banyak menawarkan produk perlengkapan wanita dengan berbagai model dan harga yang terjangkau. Proses transaksi terjadi dengan cepat dan mudah. Pembayaran dapat dilakukan melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri), COD (Cash of Delivery) dan melalaui dompet digital seperti dana, ovo dll.

Dalam melakukan transaksi jual beli di Tiktok, penjual dan pembeli pasti menggunakan tindak tutur yang beragam. Dalam kegiatan interaktif antara penjual dan pembeli kerap menunjukkan tindak tutur berbahasa Indonesia, seperti memberikan pernyataan yang berupa menginformasikan sesuatu, menjelaskan, meminta, menyarankan, dan sebagainya. Penutur pasti juga memiliki fungsi agar tuturan tersebut dapat dipahami oleh mitra tutur sehingga kegiatan transaksi jual beli dapat berhasil.

Transaksi antara penjual dan pembeli secara daring ini dapat dianalisis secara lebih mendalam menggunakan kajian pragmatik tentang tindak tutur. Analisis dilakukan dari segi bahasa verbal penutur yang mendasari penggunaan suatu bahasa sebagai media transaksi. Hal penting yang harus diperhatikan dalam menelaah suatu ujaran adalah konteks. Konteks dapat

diartikan dengan berbagai cara, misalnya dengan memasukkan aspek-aspek yang sesuai atau relevan mengenai latar fisik dan sosial suatu ucapan (Tarigan, 1986:35). Konteks dapat berupa informasi yang ada di sekitar penggunaan bahasa yang menentukan makna suatu ujaran, seperti penutur, mitra tutur, topik, waktu, tempat, dan situasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Rachman (2015:4) Teori tindak tutur pertama kali dikemukakan oleh Austin (1956), kemudian diterbitkan dalam bentuk buku. Kemudian teori tindak tutur dikembangkan oleh Searle (1969), yang menyatakan bahwa semua komunikasi verbal mencakup tindak tutur. Searle menjelaskan bahwa komunikasi lebih dari sekedar kata-kata, simbol, dan ucapan. Ia percaya bahwa komunikasi dalam bentuk kata, kalimat, dan simbol menghasilkan produk nyata, yaitu tindakan verbal. Tindak tutur merupakan kajian pragmatik yang mengkaji bahasa dalam aspek-aspek penyusunnya. Tindak tutur merupakan unit pragmatik yang sentral dan terlihat.

Searle dalam Rahardi (2005:35) berpendapat bahwa secara pragmatik ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur yakni tindak lokusi, ilokusi dan perlokusi. Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang makna tuturannya sesuai dengan tuturan penutur. Tindak tutur perlokusi adalah tuturan yang dituturkan oleh penutur, yang mempunyai efek atau pengaruh bagi mitra tuturannya. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur melakukan sesuatu yang di dalamnya terkait fungsi dan maksud lain dari tuturan. Tindak tutur ilokusi terbagi menjadi lima jenis, yaitu representatif (asertif), direktif (impositif), ekspresif, komisif dan, deklarasi.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam menganalisis metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk memberikan gambaran fakta dan karakteristik secara tepat, sehingga hasil penelitian ini berupa pemaparan sebagaimana keadaan sebenarnya. Jenis penelitian ini menganalisis dokumen dan menjabarkan kembali informasi yang di dokumentasikan melalui gambar, rekaman, suara dan tulisan. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan tindak tutur yang digunakan dalam transaksi jual beli barang online pada media sosial TikTok.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Wujud Tindak Tutur Ilokusi Pada Interaksi Penjual Pembeli Live Tiktok Kajian (Pragmatik Searle)

Data (1). Tuturan: *Ready maks seminggu say.* Kode Data (TTAsMyt: Tindak tutur asertif menyatakan).

Data (1) merupakan tindak tutur asertif menyatakan. Pada tuturan tersebut Ars.bagshop menyatakan kepada Riva bahwa barang yang diinginkan tersedia maksimal satu minggu. Wujud tuturan asertif menyatakan pada data di atas terdapat pada tuturan Ars.bagshop yaitu *ready maks seminggu*. Penanda tindak tutur asertif menyatakan dengan memberi informasi tentang ketersediaan barang adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *ready maks seminggu say*.

Data (2). Tuturan: *Bisa kok saya di Jember Senin sampai Jumat.* Kode Data (TTAsMyt: Tindak tutur asertif menyatakan).

Data (2) merupakan tindak tutur asertif menyatakan. Pada tuturan tersebut Ars.bagshop menyatakan kepada Riva bahwa barang bisa diambil di Medan Johor hari Senin sampai Rabu. Wujud tuturan asertif menyatakan pada data di atas terdapat pada tuturan Ars.bagshop yaitu *Bisa kok saya di johor Senin sampai Rabu*. Penanda tindak tutur asertif menyatakan dengan memberi informasi tentang keberadaan penjual adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Bisa kok saya di Jember Senin sampai Jumat*.

Data (3). Tuturan: *Kalau yang stripe tinggal hitam putih aja mbak.* Kode Data (TTAsMyt: Tindak tutur asertif menyatakan).

Data (3) merupakan tindak tutur asertif menyatakan. Wujud tuturan asertif menyatakan pada data di atas terbukti pada tuturan Fasshop yaitu *Kalau yang stripe tinggal hitam putih aja mbak*. Fasshop memberikan informasi kepada pembeli bahwa barang yang diinginkan hanya tersisa warna hitam putih saja. Penanda tindak tutur asertif menyatakan dengan memberitahu warna barang yang tersedia terdapat pada kalimat yang dicetak miring yaitu *Kalau yang stripe tinggal hitam putih aja mbak*.

Data (4). Tuturan: *Bahan Crink.* Kode Data (TTAsMyt: Tindak tutur asertif menyatakan).

Data (4) merupakan tindak tutur asertif menyatakan. Wujud tuturan asertif menyatakan pada data di atas terdapat pada tuturan Ars.bagshop yaitu *bahan crink*. Ars.bagshop memberi tahu kepada pembeli bahwa baju yang diinginkan terbuat dari bahan crink. Penanda tindak tutur asertif menyatakan dengan memberitahu bahan produk terdapat pada kalimat yang dicetak miring yaitu *Bahan crink*.

Analisis Data Strategi Tindak Tutur Illokusi Pada Interaksi Penjual Pembeli Live Tiktok Kajian (Pragmatik Searle)

Data (5). Tuturan: *Kalau yang stripe tinggal hitam putih aja mbak.* Kode Data (SLH: Strategi langsung harfiah).

Data (5) menggunakan strategi langsung harfiah. Terbukti pada tuturan Fasshop sebagai penjual menginformasikan langsung bahwa kaos yang diinginkan Syifa hanya tinggal warna hitam putih saja. Fasshop juga langsung mengirimkan gambar kaos yang tersedia pada Syifa. Tuturan tersebut termasuk harfiah karena tidak menggunakan kalimat ungkapan. Oleh karena itu, tuturan tersebut termasuk ke dalam strategi tindak tutur langsung harfiah. Penanda strategi tindak tutur langsung harfiah adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Kalau yang stripe tinggal hitam putih aja mbak.*

Data (6). Tuturan: *Boleh minta wanya? Lebih enak pake wa kak.* Kode Data (SLH: Strategi langsung harfiah).

Data (6) merupakan strategi langsung harfiah. Terbukti pada tuturan Ars.bagshop yang meminta nomor *whatsapp* Riva agar mudah dihubungi saat akan melakukan pembayaran. Riva langsung memberikan nomor *whatsapp* miliknya kepada Ars.bagshop. Tuturan tersebut termasuk harfiah karena tidak menggunakan kalimat ungkapan. Oleh karena itu, tuturan tersebut ke dalam strategi tindak tutur langsung harfiah. Penanda strategi tindak tutur langsung harfiah adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Boleh minta wanya? Lebih enak pakek wa kak.*

Data (7). Tuturan: *Coba mbak cek di vid akun kami ya kak.* Kode Data (STLH: Strategi langsung harfiah).

Data (7) merupakan strategi tidak langsung harfiah. Terbukti pada tuturan Fasshop selaku penjual yang mengatakan agar mengecek di *TikTok Shop* nya karena kaos-kaos yang tersedia sudah ada di sana. Maksud dari tuturan Fasshop sebenarnya menyuruh Syifa untuk membuka *TikTok Shop* milik Fasshop agar dapat melihat-lihat kaos yang tersedia disana. Tuturan tersebut termasuk harfiah karena tidak menggunakan kalimat ungkapan. Oleh karena itu, tuturan tersebut menggunakan strategi tindak tutur tidak langsung harfiah. Penanda strategi tindak tutur tidak langsung harfiah adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Coba mbak cek di vid akun kami ya kak.*

Data (8). Tuturan: *Isi format order ya; nama, alamat, no. Telepon.* Kode Data (STLH: Strategi tidak langsung harfiah).

Data (8) merupakan strategi tidak langsung harfiah. Terbukti pada tuturan Cindy yang mengatakan agar Zella mengisi format pemesanan. Maksud dari tuturan Cindy sebenarnya

menyuruh Zella untuk menulis identitas dan alamatnya agar mudah dalam pengiriman barang. Tuturan tersebut termasuk harfiah karena tidak menggunakan kalimat ungkapan. Oleh karena itu, tuturan tersebut menggunakan strategi tindak tutur tidak langsung harfiah.

Penanda strategi tidak langsung harfiah adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Isi format order ya; nama, alamat, no. Telepon.*

Analisis Data Fungsi Tindak Tutur Ilokusi Pada Interaksi Penjual Pembeli Live Tiktok Kajian (Pragmatik Searle

Data (9). Tuturan: *Isi format order ya; nama,alamat, no.telp.* Kode Data (FKompMrth: Fungsi kompetitif memerintah).

Data (9) menjelaskan bahwa Zella ingin memesan barang kepada Cindy. Cindy menginginkan agar Zella mengisi format pemesanan untuk memudahkan dalam mengirim barang ke tempat pemesan. Data di atas merupakan tuturan fungsi kompetitif memerintah dengan mengisi format pemesanan. Terbukti dalam tuturan Cindy yaitu *isi format order ya.* Maksud tuturan tersebut adalah Cindy memerintah kepada Zella agar mengisi format pemesanan untuk mengetahui identitasnya sehingga memudahkan dalam mengirim barang ke tempat Zella. Penanda fungsi kompetitif memerintah dengan mengisi format pemesanan adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *isi format order ya; nama, alamat, no.telp.*

Data (10). Tuturan: *Langsung WA ya kak.* Kode Data (FKompMrth: Fungsi kompetitif memerintah).

Data (10) termasuk ke dalam tuturan fungsi kompetitif memerintah dengan memakai media lain. Hal ini terdapat pada tuturan Bella yaitu *Langsung WA ya kak.* Maksud dari tuturan Bella adalah memerintahkan pembelinya untuk langsung menghubunginya melalui media lain, yakni *WhatsApp* karena Bella jarang membuka pesan di *TikTok Shop*. Penanda fungsi kompetitif memerintahkan dengan memakai media lain adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Langsung WA ya kak.*

Data (11). Tuturan: *Boleh minta wanya? Lebih enak wa kak.* Kode Data (FKompMta: Fungsi kompetitif meminta).

Data (11) termasuk ke dalam tuturan fungsi kompetitif meminta dengan menyarankan. Hal ini terbukti pada tuturan Ars.bagshop yang meminta nomor WA dari Riva karena menurut Ars.bagshop lebih enak memakai Wa. Penanda fungsi kompetitif meminta dengan menyarankan adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Boleh minta wanya? Lebih enak wa kak.*

Data (12). Tuturan: *Kak nanti cod di Bangka 3 no. 15 ya. Nanti hub. 085733572556.* Kode Data (FKompMta: Fungsi kompetitif meminta).

Data (12) menjelaskan bahwa Zella selaku pembeli ingin melakukan pembayaran dengan penjual yaitu Cindy. Data tersebut termasuk ke dalam fungsi kompetitif meminta dengan memberikan alamat dan nomor. Hal ini terdapat pada tuturan Zella yaitu *Kak nanti cod di Bangka 3 no. 15 ya. Nanti hub. 085733572556*. Zella meminta untuk melakukan pembayaran di tempat yang diminta yakni jalan Bangka 3 no. 15. Zella juga tidak lupa memberikan nomor teleponnya untuk memudahkan Cindy menghubunginya. Penanda fungsi kompetitif meminta dengan memberikan alamat dan nomor adalah kalimat yang dicetak miring yaitu *Kak nanti cod di Bangka 3 no. 15 ya. Nanti hub. 085733572556*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang tindak tutur dalam interaksi penjual pembeli live Tiktok diperoleh beberapa wujud tindak tutur, strategi tindak tutur, dan fungsi tindak tutur. Berkenaan dengan rumusan masalah pertama tentang wujud tindak tutur ditemukan tindak tutur asertif yaitu, (a) asertif menyatakan (b) asertif memberitahukan (c) asertif menyarankan (a) direktif memesan (b) direktif memerintahkan (c) direktif meminta (a) ekspresif (b) ekspresif (c) ekspresif mengucapkan terima kasih. Kemudian tindak tutur komisif yaitu, (a) komisif berjanji; (b) komisif menawarkan. Terakhir, tindak tutur deklaratif yang terdiri dari deklaratif memutuskan.

Berkaitan dengan rumusan masalah dua mengenai strategi tindak tutur dalam interaksi penjual pembeli live Tiktok ditemukan dua strategi. Strategi yang ditemukan yaitu, (1) strategi langsung harfiah dan (2) strategi tidak langsung harfiah.

Berkenaan dengan rumusan masalah tiga mengenai fungsi tindak tutur ditemukan fungsi kompetitif yaitu, (a) kompetitif memerintah (b) kompetitif meminta. Fungsi menyenangkan yaitu, (a) menyenangkan menawarkan yang meliputi dan (b) menyenangkan mengucapkan terima kasih. Kemudian, fungsi bekerja sama menyatakan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. banyak sekali wujud tindak tutur, strategi, serta fungsi yang telah dihasilkan pada penelitian ini, bisa disarankan sebagai bahan diskusi dalam mata kuliah bidang pragmatik oleh mahasiswa sastra Indonesia
2. Bagi peneliti selanjutnya yang sebidang ilmu, penelitian ini hanya mempelajari berasal segi wujud, strategi, dan fungsi tindak tutur. oleh karena itu, penelitian ini disarankan bisa dijadikan surat keterangan buat melakukan penelitian lain yang homogen dengan bahasan

yang lebih luas serta mendalam di aspek-aspek penelitian tindak tutur pada beberapa objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfioda, T., Manaf, N. A., & Arief, E. (2016). Strategi Bertutur Dalam Tindak Tutur Ekspresif Bahasa Indonesia Pada Kegiatan Diskusi. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 456-462.
- Andianto, Mujiman Rus. 2013. *Pragmatik: Direktif Dan Kesantunan Berbahasa*. Yogyakarta: Gress Publishing.
- Chaer, Abdul Dan Leonie Agustina. 1995. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cleopatra, A. R., & Dalimunthe, S. F. (2016). Kesantunan Berbahasa Dalam Interaksi Jual Beli Di Pasar Pekan Sunggal Kecamatan Medan Sunggal Kabupaten Deli Serdang, 1–10.
- Analisis Tindak Tutur Ilokusi Pada Interaksi Penjual Pembeli Live Tiktok (Kajian Pragmatik Searle). (2023). *Skripsi*, 50-62.
- Fitriani, R. (2021). Tindak Tutur Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Akun Instagram. *Sripsi*, 10.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung :Remaja Rosdakarya
- Noermanzah. “Porsiding Seminar Nasional Bulan Bahasa (Semiba).” *Bahasa Sebagai Alat Komunikasi, Citra, Dan Kepribadian*, 2019, Pp. 306-319.
- Nurjannah, N., Martisa, E., Saerudin, S., & Putra, A. (2021). Tindak Tutur Ilokusi Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Kota