



Strategi Kesantunan Positif dan Negatif dalam Percakapan Penjual dan Pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru

Ani Sapitri¹, Charlina¹, Hadi Rumadi¹

¹Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Riau
E-mail: ani.sapitri2606@student.unri.ac.id

Info Artikel:

Diterima 2 Juli 2021
Disetujui 8 Agustus 2021
Dipublikasikan 23 Desember 2021

Alamat:

Ruang Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia,
Gedung H FKIP Unri, Kampus Bina Widya Panam, Pekanbaru, Riau, 29253
E-mail: redaksijtuah@gmail.com

Abstract

This study Discusses the Positive and Negative Politeness Strategies in the Conversation of Sellers and Buyers in Senja Market, Giant Pekanbaru. The purpose of this study is to describe the Positive Politeness Strategy and to describe the Negative politeness Strategy in the Conversation of sellers and buyers in Senja Market, Giant Pekanbaru. This research coincides in the twilight market, Giant Pekanbaru. This type of research uses a qualitative approach. Research data sources are 20 sellers and 20 buyers both male and female in the Senja market, Giant Pekanbaru. The data used in the form of direct speech by the publis (sellers and buyers) in the Senja market, Giant Pekanbaru. Data collection techniques carried out with documentation techniques (records, notes, photographs and interviews). Data analysis technique is done by using spiral analysis technique is done by identifying, classifying, describing, discussing and summarizing data base on Negative and Positive Political Strategies in Seller and Buyes Conversations in the Senja market, Giant Pekanbaru. Based on research found data on conversations between sellers and buyers in the Senja market, Giant Pekanbaru, namely 398 speeches of Sellers and Buyers who use positive politeness strategies (positive strategy) and 14 speeches of sellers and buyers using negative speech (negative politeness strategy).

Keywords: *strategy, politeness positive, politeness negative*

Abstrak

Penelitian ini membahas Strategi Kesantunan Positif dan Negatif dalam Percakapan Penjual dan Pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan Strategi Kesantunan Positif (*Positive Politeness Strategy*) dan untuk mendeskripsikan Strategi Kesantunan Negatif (*Negative Politeness Strategy*) dalam percakapan penjual dan pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Penelitian ini bertepatan di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian adalah 20 orang penjual dan 20 orang pembeli baik itu laki-laki dan perempuan di Pasar Senja, Giant Pekanbaru dengan metode rekaman secara langsung. Data yang digunakan berupa tuturan langsung masyarakat (penjual dan pembeli) di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi (rekaman, catat, foto, dan wawancara). Teknik analisis data dilakukan dengan teknik analisis data spiral yakni mengidentifikasi, mengklasifikasi, mendeskripsikan, membahas dan menyimpulkan data berdasarkan Strategi Kesantunan Negatif dan Positif dalam Percakapan Penjual dan Pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Berdasarkan penelitian ditemukan data pada percakapan penjual dan pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru bahwasanya setiap pembeli dan penjual memiliki strategi masing-masing untuk menarik perhatian lawan tuturnya untuk melakukan keinginannya baik dari strategi positif maupun strategi negatif.

Kata Kunci: *strategi, kesantunan positif, kesantunan negatif*

1. Pendahuluan

Kesantunan berbahasa ialah kesopanan dan kehalusan dalam menggunakan bahasa ketika berkomunikasi baik itu melalui lisan ataupun tulisan yang tidak menyinggung perasaan mitra tutur sesuai dengan penggunaan kaidah bahasa yang baik dan benar. Ketika berbahasa kita harus memperhatikan mitra tutur kita dan menjaga sikap dalam berbahasa. Kita juga memperhatikan strategi kesantunan berbahasa yang diinginkan yakni *positive face* (muka positif) yakni keinginan untuk diakui dan *negative face* (muka negatif) yaitu keinginan untuk tidak diganggu dan terbebas dari bahasa.

Menurut Hymes 1967 (Ismari, 1995), “Percakapan adalah salah satu contoh dari peristiwa tutur dan kaidah – kaidah untuk percakapan dapat dibedakan tipe-tipe peristiwa tutur yang lain, misalnya ceramah, argumen, diskusi, upacara, keagamaan, pengadilan di ruang sidang, wawancara, debat dan rapat“. Proses sosial diartikan sebagai cara-cara berhubungan yang dapat dilihat jika individu dan kelompok-kelompok sosial saling bertemu serta menentukan sistem dan bentuk hubungan sosial.

Pasar Senja disebut juga dengan pasar jongkok. Pasar Senja, Giant Pekanbaru merupakan pasar yang menjual perlengkapan seperti baju, celana, pakaian, tas, sepatu, sandal, jam tangan, perlengkapan sholat dan masih banyak lagi yang lainnya, baik itu untuk anak kecil, remaja, dewasa, laki-laki dan perempuan, tetapi mayoritas menjual pakaian maupun celana untuk semua kalangan. Pasar Senja ini terletak dibelakang pusat perbelanjaan Giant. Tepatnya di jl. Balam Sakti, Simpang Baru Seperti dengan namanya Pasar Senja, Giant Pekanbaru di buka sekitar 16:00 atau 17:00 WIB yakni pada sore hari atau Senja hari dan ditutup pada malam hari yakni sekitar jam 23:00 sampai jam 00:00 WIB.

Pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur atau penulis dan ditafsirkan oleh pendengar atau pembaca atau dapat dikatakan bahwa pragmatik adalah studi tentang maksud penutut. Pragmatik adalah kajian antara lain mengenai deiksis, implikatur, presuposisi, tindak tutur dan aspek-aspek struktur wacana. (Stalnaker, 1972, dalam F.X Nadar 2009).

Menurut Charlina dan Sinaga (2007) pragmatik mempelajari maksud ujaran atau daya (*force*) ujaran. Kita dapat mengatakan bahwa pragmatik juga mempelajari fungsi ujaran; untuk apa suatu ujaran dibuat atau dilakukan. Dapat juga dikatakan bahwa pragmatik termasuk ke dalam fungsionalisme di dalam linguistik. Satuan analisis dalam pragmatik bukanlah kalimat (karena kalimat adalah satuan tata bahasa), melainkan tindak ujaran atau tindak tutur (*speech act*). Sebagai tindak ujaran bukan kalimat, ia juga tidak persis sama dengan ujaran. Dengan satu ujaran “saya haus” misalnya sebenarnya kita melakukan dua tindak ujaran, yaitu memberitahu dan meminta.

Menurut Fasold (dalam Rustono 1999) pragmatik ialah kajian mengenai penggunaan konteks untuk menarik inferensi tentang makna. Maksud dengan inferensi disini adalah simpulan yang ditarik dari suatu tuturan. Menurut Fasold makna bukanlah yang melekat pada suatu kata, tetapi merupakan proses dinamis yang melibatkan penutur dan petutur, konteks tuturan, dan makna potensial dari suatu tuturan.

Zamzani (2007) berpendapat kajian pragmatik selalu terarah pada permasalahan pemakai bahasa dalam suatu masyarakat. Pragmatik dipandang sebagai pengungkap pemakai bahasa yang dikaitkan dengan konteks pemakai yang tepat sehingga komunikatif. Penutur harus mampu mengolah setiap ujaran atau tuturan yang disampaikan agar tercapai komunikasi yang berhasil dan makna yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pemilihan bahasa yang tidak tepat dapat menimbulkan rasa canggung pada lawan bicara.

Tindak tutur adalah tuturan dari seseorang yang bersifat psikologis dan yang dilihat dari makna tindakan dalam tuturannya itu. Serangkaian tindak tutur akan membentuk suatu peristiwa tutur (*speech event*). Kemudian, tindak tutur dan peristiwa tutur menjadi dua gejala yang terdapat dalam suatu proses, yakni proses komunikasi. (Chaer, 2010).

Menurut Rustono (1999) konteks adalah sesuatu yang menjadi sarana penjelas suatu maksud. Selain itu meliputi dua macam yang pertama berupa bagian ekspresi yang dapat mendukung kejelasan maksud dan yang berupa bagian ekspresi yang dapat mendukung kejelasan maksud itu disebut ko-teks. Sedangkan konteks berupa situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian lazim.

Menurut Mulyana (2005) konteks ialah situasi atau latar terjadinya suatu komunikasi. Konteks dianggap sebagai sebab dan alasan terjadinya suatu pembicaraan atau dialog. Segala sesuatu yang berhubungan dengan tuturan, sangat bergantung pada konteks yang melatarbelakangi peristiwa.

Kesantunan merupakan satu hal yang fundamental dalam pragmatik karena kesantunan adalah fenomena universal dalam pemakaian bahasa pada konteks sosial (Brown dan Levinson 1987 (dalam Nadar 2009)).

Kesantunan berbahasa dalam tuturan pada hakikatnya tergantung pada tiga kaidah yang harus ditaati. Menurut Chaer dalam Jurnal Febriasari Vol. 2 No 1 2018 terdiri dari formalitas, ketidaktegasan, dan kesekawan atau kesamaan.

Secara umum kesantunan didefinisikan sebagai keputusan sosial yaitu tindakan dimana seseorang menunjukkan tingkah laku yang teratur dan menghargai orang lain sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat. Kesantunan berbahasa menurut strategi kesantunan Brown dan Levinson dalam buku Abdul Chaer ada dua macam yakni Strategi kesantunan positif dan strategi kesantunan negatif.

2. Metodologi

Metode penelitian kualitatif, dimana seluruh data berbentuk kebahasaan (dialog) yang menggambarkan hakikat bahasa, hakikat tindak tutur, hakikat pragmatik, Kesantunan Berbahasa Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi (rekaman, catat, foto, dan wawancara). Teknik analisis data spiral dalam penelitian ini yakni mengidentifikasi data berdasarkan tuturan langsung masyarakat (penjual dan pembeli) yakni Strategi Kesantunan Positif dan Negatif dalam Percakapan Penjual dan Pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Mengklasifikasi data satu persatu yang diperoleh ke bagian-bagian kesantunan berbahasa. Mendeskripsikan data berdasarkan hakikat kesantunan positif dan negatif. Membahas data berdasarkan kesantunan berbahasa baik itu penutur maupun mitra tutur (penjual dan pembeli). Menyimpulkan data berdasarkan strategi kesantunan positif dan negatif dalam percakapan penjual dan pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru.

3. Hasil dan Pembahasan

Strategi Kesantunan Brown dan Levinson

3.1 Strategi Kesantunan Positif (Positive Politeness Strategy)

3.1.1 Memperhatikan kesukaan, keinginan, dan kebutuhan lawan tutur.

Data 1:

Konteks Tuturan:

Pembeli memasuki toko baju dari salah satu toko yang ada di Pasar Senja, Giant Pekanbaru dan membeli baju tersebut.

Tuturan :

Pembeli (1) : Iii, cantik baju tuh kan. (*Melihat dari luar toko baju tersebut bersama temannya*).

Pembeli (2) : Iyo cantik nian! (*Melihat dari luar toko baju*).

Penjual : Lihat saja dulu Kak, mana tau tertarik. Cantik-cantik bajunya kak (*Penjual berdiri dan mendekati pembeli sambil tersenyum*).

Pembeli : (*Masuk dan melihat-lihat model baju yang dipajang oleh penjual*).

Data tersebut merupakan salah satu bentuk tuturan antara penjual dan pembeli yang termasuk pada point pertama yakni memperhatikan kesukaan, keinginan, dan kebutuhan lawan tutur yang ada pada kalimat "...Cantik-cantik bajunya kak...". Kalimat tersebut menggambarkan bahwasanya mitra tutur memperhatikan apa yang diinginkan oleh penuturnya, yakni pembeli (1) yakni melakukan strategi agar pembeli membeli apa yang diinginkannya. Pada data tersebut si penutur terlihat lebih muda daripada mitra tutur, dapat dilihat pada tuturan yang dilakukan pada data satu tersebut. Bahwasanya mitra tutur (penjual) memanggil kakak kepada pembeli dikarenakan tidak saling kenal.

3.1.2 Membesar-besarkan perhatian, persetujuan, dan simpati kepada lawan tutur.

Data 2 :

Konteks Tuturan:

Pembeli berminat dan tertarik dengan kedua model *helss* yang dia pegang, akhirnya pembeli membeli salah satu *hells* yang dia inginkan.

Tuturan :

Pembeli (1): Bagus yang warna apa *hellsnya* Kak?

Penjual : Dua-duanya bagus. (*Sambil melihat *helss* yang dipegang pembeli*).

Pembeli (2): Lebih bagus warna hitam ada manik-maniknya seperti mahal. Hehe (*Sambil tersenyum*).

Data di atas merupakan strategi kesantunan pada point kedua yakni membesar-besarkan perhatian, persetujuan, dan simpati kepada lawan tutur. Hal tersebut dapat dilihat pada kalimat pembeli (2) "*Lebih bagus warna hitam ada manik-maniknya seperti mahal. Hehe (sambil tersenyum)*". Dalam tuturan di atas penjual dan pembeli berada di dalam toko penjual tersebut. pada tuturan tersebut si penutur terlihat lebih muda daripada mitra tutur. Karena tidak saling kenal di panggil dengan sebutkan kakak kepada mitra tutur (penjual).

3.1.3 Mengintensifkan perhatian penutur dengan mendramatisasikan peristiwa dan fakta.

Data 3:

Konteks Tuturan:

Pembeli bertanya kepada penjual di saat sedang berbelanja. Karena Pasar Senja, letaknya berubah dari tempat pertama ke tempat yang lain yang lebih bagus lagi.

Tuturan :

Pembeli : Bapak tau, kenapa pasar Senja, Giant Pekanbaru dipindahkan ke sebelah kanan Jl. manyar ini Pak? Padahal kan bagus yang ditempat lama lebih enak dan penjual lebih ramaikan Pak?

Penjual : Bapak kurang tau nak, kalau masalah dipindahkan tuh, yaa yang jelas menurut bapak dipindahkan kesini untuk memperbaiki posisi dari Pasar yang lama ke yang baru mungkin. (*sambil tersenyum*).

Data tersebut merupakan salah satu contoh strategi kesantunan positif. Hal tersebut dibuktikan pada tuturan pembeli kepada penjual yang bertanya dan membuat sedikit cerita untuk mendramatisasikan peristiwa dan fakta dalam

percakapan tersebut. Dalam data tersebut pembeli dan penjual berada di dalam toko penjual pakaian (baju pria). Dalam data penelitian ini, si penutur terlihat lebih muda daripada mitra tutur, dikarenakan tidak saling mengenal dipanggil dengan sebutan Bapak. Namun, penjual menyebut nama petutur dengan sapaan nak (anak) untuk menghargai pembelinya.

- 3.1.4 Menggunakan penanda identitas kelompok (seperti bentuk sapaan, dialek, jargon atau slang).

Data 4 :

Konteks Tuturan:

Dengan sapaan yang menarik perhatian pembeli. Akhirnya tas yang di tawarkan penjual di beli oleh pembeli.

Tuturan :

Penjual : Hai Kakak cantik, belilah Kak tas cantiknya. (*Menawarkan barang dagangannya dengan merayu pembeli yang sedang berjalan di depan toko tas yang dijualnya*).

Pembeli : Iya Bang, terima kasih (*melihat dan membeli salah satu tas yang diminati*).

Data di atas merupakan salah satu contoh strategi positif menggunakan penanda identitas kelompok (seperti bentuk sapaan, dialek, jargon, atau slang). Dimana kalimat tersebut yakni “Hai kakak cantik,...” petutur (Penjual telah menggunakan penanda identitas kelompok yakni berupa bentuk sapaan untuk menarik pengunjung (pembeli) membeli barang yang dijualnya. Dalam tuturan tersebut si penutur terlihat lebih tua daripada mitra tutur, karena tidak saling mengenal akhirnya mitra tutur (pembelinya) di sapa dengan sapaan Kakak Cantik. Begitu juga pembeli membalas sapaan tersebut dengan sapaan Abang, untuk menghargai penjual tersebut.

- 3.1.5 Mencari persetujuan dengan topik yang umum atau mengulang sebagai atau seluruh ujaran penutur (lawan tutur).

Data 5:

Konteks Tuturan:

Pembeli mencari persetujuan harga barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli dengan mencari persetujuan bahwasanya dia sudah berlangganan berbelanja di Toko tersebut.

Tuturan :

Pembeli : Mahal mah Dah? lah langganan awak boli sandal siko mah Dah, ndak juo murah.

Penjual : Oh lah langganan adiak I (*Sambil kebingungan*). Tapi, lah harga mati mah Diak. Ndak bisa kurang lai do. (*Tersenyum kepada pembeli*).

Penjual : Ndeh, kalau mahal ndak jadilah Bang. Lah langganan di siko, masih jo mahal samo pelanggan ko lai. (*Sedikit kecewa dengan tanggapan penjual yang tidak mau menurunkan harga sandal yang diinginkan oleh pembeli tersebut*).

Data di atas merupakan contoh strategi kesantunan positif pada point ke 5 yakni menggunakan penanda identitas kelompok (seperti bentuk sapaan, dialek, jargon atau slang). Contoh pada tuturan di atas yakni “oh lah langganan...”. Hal tersebut bertujuan agar penjual dan pembeli lebih bisa akrab dan menawar barang yang dia inginkan dengan mudah. Dalam tuturan di atas si penutur terlihat lebih muda dari pada mitra tutur, tetapi karena tidak saling mengenal si penutur memanggil dengan sapaan “Uda” kepada mitra tutur (penjual).

- 3.1.6 Menghindari ketidaksetujuan dengan pura-pura setuju, persetujuan yang semu (*psedo agreement*), menipu untuk kebaikan (*white lies*), atau pemagaran opini (*hedging opinion*).

Data 6 :

Konteks Tuturan:

Pembeli (1) memilih baju dan bertanya kepada pembeli (2) dan penjual. Apakah baju yang dipilihnya cantik atau tidak. Pembeli pertama bertanya agar mencari persetujuan bahwa baju tersebut cantik.

Tuturan :

Pembeli (1) : Cantik nggak bajunya? (*Menunjukkan kepada penjual*).

Penjual : Cantik kok Kak. (*Melihat baju yang telah dicoba oleh pembeli di dalam toko*)

Pembeli (1) : Cantik ndak we? (*Kepada temannya atau pembeli 2*)

Pembeli (2) : Cantik..! (*Padahal jelek, berbohong untuk menyenangkan hati temannya*).

Data di atas merupakan salah satu contoh dari strategi kesantunan positif antara penjual dan pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Yakni Menghindari ketidaksetujuan dengan pura-pura setuju, persetujuan yang semu (*psedo agreement*), menipu untuk kebaikan (*white lies*), atau pemagaran opini (*hedging opinion*). Pada kalimat “Cantik..! (*padahal jelek, berbohong untuk menyenangkan hati temannya*)”. Dalam tuturan di atas penjual memanggil pembeli dengan sapaan “Kakak (kak)”, dikarenakan tidak saling kenal satu sama lain. Namun, penjual menyebutkan sapaan tersebut ke pembeli untuk menghargai pembeli.

- 3.1.7 Menunjukkan hal-hal yang yang dianggap mempunyai kesamaan melalui basa-basi (*smalk talk*) dan praanggapan (*preseupposition*).

Data 7 :

Konteks Tuturan:

Pembeli memasuki toko baju dari salah satu toko penjual yang ada di pasar Senja, Giant Pekanbaru. Tetapi tidak untuk melihat, hanya sekedar melihat-lihat (cuci mata saja).

Tuturan :

Penjual : Lihat saja dulu Kak, mana tau berminat. (berdiri di luar toko)

Pembeli (1): Iii, cantik ee lai baju tuh.

Pembeli (2): Iyo cantik nian, tengok mo. (*Masuk dan melihat-lihat model baju yang dipajang oleh penjual*).

Data di atas merupakan salah satu bentuk tuturan antara penjual dan pembeli yang termasuk pada point ketujuh yakni menunjukkan hal-hal yang yang dianggap mempunyai kesamaan melalui basa-basi (*smalk talk*) dan praanggapan

(*preseupposition*) yang ada pada kalimat “ Iyo cantik nian, tengok mo. (*Masuk dan melihat-lihat model baju yang dipajang oleh penjual*)”. Dalam tuturan di atas si penutur (penjual) terlihat lebih muda daripada mitra tutur, karena tidak saling mengenal mitra tutur dipanggil dengan sapaan “kakak”.

3.1.8 Menggunakan lelucon.

Data 8 :

Konteks Tuturan:

Penjual menggunakan lelucon agar pembeli akrab dengan pembeli dan mau membeli barang dagangannya.

Tuturan :

Pembeli : Bang, pansus yang ini ada nomor 35 Bang?

Penjual : Nomor 35 ada Dek tapi ndak di toko Abang do. Di toko pansus anak-anak tuh a Dek. Haha (*sambil tertawa terbahak-bahak*).

Data di atas merupakan salah satu strategi kesantunan positif menggunakan lelucon. Bukti dari percakapan antara penjual dan pembeli di atas yakni pada tuturan penjual yakni “nomor 35 ada dek tapi ndak di toko abang do. Di toko pansus anak-anak tuh a dek. Haha (*sambil tertawa terbahak-bahak*). Dalam data di atas penutur terlihat lebih muda dari pada mitra tutur, karena tidak saling mengenal di panggil dengan sapaan “Abang”. Namun, pembeli menyebutkan ke pembeli untuk menghargai pembeli tersebut.

3.2 Strategi Kesantunan Negatif (*Negative Politeness Strategy*)

3.2.1 Ungkapkan secara tidak langsung sesuai konvensi (kesepakatan)

Data 9 :

Konteks Tuturan:

Pembeli minta tolong secara tidak langsung kepada penjual untuk mengambilkan baju yang ditunjuknya yakni pbaju paling atas.

Tuturan :

Pembeli : Bang lihat baju yang di atas tuh?

Penjual: Boleh Dek. (*mengambil baju tersebut*)

Pembeli : Berapa nih Bang?

Penjual: 85.000 rupiah Dek.

Data dalam penelitian ini merupakan salah satu contoh strategi kesantunan negatif Ungkapkan secara tidak langsung sesuai konvensi (kesepakatan). Tuturan diatas menunjukkan bahwa pembeli meminta tolong kepada penjual untuk mengambilkan baju yang ingin dilihat oleh pembeli tersebut. Dengan kalimat “*Bang lihat baju yang di atas tuh?*”. Dengan tuturan tersebut pembeli tidak meminta tolong secara langsung. Melainkan berkata bahwa dia ingin melihat baju yang ada di patung paling atas tersebut. Dalam tuturan di atas si penutur terlihat lebih tua daripada mitra tutur, karena tidak saling kenal dipanggil “Abang”. Namun, pembeli menyebutkan ke penjual untuk menghargai penjual.

3.2.2 Gunakan bentuk pertanyaan.

Data 10 :

Konteks Tuturan:

Pembeli mencoba jam yang ada dipajang dan bertanya kepada penjual harga jam tersebut.

Tuturan :

Penjual : Mau ambil berapa Dek?

Pembeli : Satu nyo Bang. Ini tahan lama kan bang jamnya?

Penjual : Iya dek (*Sambil tersenyum*).

Data dalam percakapan antara penjual dan pembeli merupakan tuturan yang menggunakan bentuk pertanyaan. Hal tersebut termasuk strategi kesantunan negatif point kedua. Dalam tuturan di atas penjual terlihat lebih tua daripada pembeli. Walaupun tidak saling mengenal satu sama lain, mereka memakai sapaan “adek dan abang” untuk menghormati satu sama lain.

3.2.3 Minimalkan paksaan (Kurangi kekuatan atau ancaman terhadap muka lawan tutur).

Data 11 :

Konteks Tuturan :

Pembeli menawarkan harga bantal kepada penjual dengan harga yang lebih murah tetapi setelah penjual tidak mau, pembeli berjalan meninggalkan toko dengan menawar kembali.

Tuturan :

Pembeli : 35.000 Rupiah, ya Buk bantalnya

Penjual : 50.000 Rupiah harga pasnya Kak.

Pembeli : Ya sudahlah Buk, kalau tak mau 35.000 ribu (*Sambil berjalan keluar toko*).

Penjual : (*Tersenyum dengan muka sedikit kecewa karena pembeli tidak jadi membeli*)

Data di atas menunjukkan bahawasanya pembeli minimalkan paksaan. Pembeli menawar sekali saja kepada ibu yang berjualan bantal tersebut dan penjual tidak mau menurunkan harga jual yang ditawarkannya kepada pembeli. Yakni menurunkan harga jualan dari 40.000 menjadi 35.000. Dalam tuturan ini penjual terlihat lebih tua daripada pembeli, tetapi penjual memanggil pembeli dengan sapaan atau kata “Kakak”. Namun, penjual menyebutkan ke pembeli untuk menghargai pembeli tersebut.

3.2.4 Beri penghormatan.

Data 12 :

Konteks tuturan:

Membeli berjalan melihat-lihat baju yang ada di setiap toko-toko di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Pada akhirnya ada satu toko yang penjualnya sangat bersemangat menawarkan barang dagangannya kepada pembeli.

Tuturan :

Penjual : Caliak caliaklah Diak, mana tau berminat, mampir aja dulu Dek, lihat-lihat tidak beli juga nggak apa-apa. (*berbicara disaat ada pengunjung atau pembeli melewati tokonya*)

Pembeli : (*Masuk dalam toko penjual tersebut sambil berbicara*) Semangat kali abang nih.

Penjual : Kalau ndak semangat ndak lo homo urang boli jualan abang ko do Dek. (*Sambil melihatkan model terbaru dari baju yang di pajangnya*).

Data di atas termasuk kedalam strategi kesantunan negatif point kelima yaitu beri penghormatan. Terdapat dalam tuturan pembeli “*Semangat kali abang nih*”. kalimat tersebut menggambarkan kalimat penghormatan kepada penjual yang menjual dagangannya. Dalam tuturan ini penjual terlihat lebih tua daripada pembeli, tetapi penjual memanggil pembeli dengan sapaan atau kata “Adik” dengan dialek Minang. Namun, penjual menyebutkan ke pembeli untuk menghargai pembeli tersebut.

3.2.5 Gunakan permohonan maaf.

Data 13 :

Konteks Tuturan:

pembeli bertanya kepada penjual saat berjalan melihat gamis yang cantik dan setelah bertanya pembeli tidak jadi membeli dan pergi.

Tuturan :

Pembeli : Berapa harga gamis nih Bu?

Penjual : 150.000 rupiah Dek.

Pembeli : Maaf Bu (*pembeli pergi meninggalkan penjual*).

Data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tuturan yang di gunakan pembeli dalam percakapan penjual dan pembeli menggunakan strategi kesantunan positif point keenam yakni menggunakan permohonan maaf. Hal tersebut dapat dilihat pada tuturan pembeli “*Maaf Bu (pembeli pergi meninggalkan penjual)*”. Dalam data di atas penutur terlihat lebih muda dari pada mitra tutur, karena tidak saling mengenal di panggil dengan sapaan “Ibu”. Namun, pembeli menyebutkan ke pembeli untuk menghargai pembeli tersebut.

3.2.6 Nyatakan tindakan mengancam wajah sebagai suatu ketentuan sosial yang umum berlaku.

Data 14 :

Konteks Tuturan:

Penjual melarang kepada pembeli pada saat pembeli ingin mencoba baju berwarna putih

Tuturan :

Pembeli : (*Mengambil paju putih yang ada di patung pajangan*)

Penjual: (*Melihat pembeli mengambil baju putih tersebut*)

Pembeli : (Mau mencoba baju yang diambil dari panjangn tersebut).

Penjual: Maaf Mbak, baju putih dilarang untuk dicoba.

Pembeli : Oh, oke Kak. Saya tidak tau.

Data di atas menunjukkan bahwasanya penjual melarang pembeli untuk memakai baju putih dikarenakan baju putih merupakan salah satu warna yang cepat kotor. Hal tersebutlah yang membuat penutur (penjual) melakukan strategi kesantunan negatif kepada pembeli agar tidak terjadi kerugian nantinya. Dalam tuturan di atas penjual (Mitra tutur) terlihat lebih muda daripada mitra tutur. Karena tidak saling mengenal dipanggil “Mbah”.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat ditemukan strategi kesantunan positif dan kesantunan negatif menurut Brown dan Levinson dalam percakapan penjual dan pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru. Terdapat 38 data tuturan strategi kesantunan positif yang ada dalam percakapan penjual dan pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru dan 14 tuturan strategi kesantunan negatif yang ada dalam percakapan penjual dan pembeli di Pasar Senja, Giant Pekanbaru.

Tuturan yang memiliki strategi kesantunan positif yang ditemukan adalah: 3 data memperhatikan kesukaan, keinginan, dan kebutuhan lawan tutur, 2 data membesar-besarkan perhatian, persetujuan, dan simpati kepada lawan tutur, 1 data mengintensifkan perhatian penutur dengan mendramatisasikan peristiwa dan fakta, 3 data menggunakan penanda identitas kelompok (seperti bentuk sapaan, dialek, jargon atau slang), 3 data mencari persetujuan dengan topik yang umum atau mengulang sebagian atau seluruh ujaran penutur, 4 data menghindari ketidaksetujuan dengan pura-pura setuju, persetujuan semu (*psedo agreement*), menipu untuk kebaikan (*white lies*), atau pemagaran opini (*hedging opinion*), 3 data menunjukkan hal-hal yang dianggap mempunyai kesamaan melalui basa-basi (*small talk*) dan praanggapan (*presupposition*), 2 data menggunakan lelucon, 1 data menyatakan paham atau mengerti akan keinginan lawan tutur, 8 data memberikan tawaran atau janji, 1 data menunjukkan keoptimisan, 3 data melibatkan oenutur dan lawan tutur dalam aktivitas, 1 data memberikan pertanyaan atau meminta alasan, 2 data menyatakan hubungan secara timbal balik (resiprokal), 1 data memberikan hadiah (barang, simpati, perhatian, kerja sama) kepada lawan tutur.

Penutur atau mitra tutur melakukan konteks positif atau strategi kesantunan positif agar lawan tuturnya baik itu pembeli maupun penjual mengerti apa yang dia inginkan dan paham maksud dan tujuan yang dituturkan oleh lawan tuturnya. Sedangkan tuturan yang memiliki strategi kesantunan negatif yang ditemukan adalah: 1 data menggunakan tuturan tidak langsung (yang secara konvensional digunakan oleh masyarakat yang bersangkutan), 1 data gunakan pagar (*hedge*), 0 data tunjukkan sikap pesimis, 1 data minimalkan paksaan, 1 data berikan penghormatan, 7 data minta maaf, 0 data pakailah bentuk impersonal yaitu dengan tidak menyebutkan penutur dan lawan tutur, 3 data ujkarkan tindak tutur itu sebagai kesantunan bersifat umum.

Daftar Pustaka

- Chaer, A. (2010). *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Charlina & Sinaga, M. (2007). *Pragmatik*. Pekanbaru: Cendekia Insani.
- Febriasari, D. (2008). Kesantunan Berbahasa dalam Proses Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Jurnal Kredo*, 2(1), 142-143.
- Ismari. (1995). *Percakapan*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Nadar. F. X. (2009). *Pragmatik dan Penelitian Pragmatik*. Bandung: Graha Ilmu.
- Rustono. (1999). *Pokok-pokok Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Mulyana. (2005). *Kajian Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

- Zamzani, Lilis. (2014). Kesantunan Berbahasa Pegawai Perpustakaan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau (*Skripsi*). Pekanbaru: FKIP Universitas Riau.
- Zamzani. (2007). *Kajian Sosiopragmatik*. Yogyakarta: Cipta Pustaka.