



Prosiding

Seminar Nasional Inovasi pendidikan dan Pembelajaran
Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni
IKIP PGRI Bojonegoro

Tema "Inovasi pendidikan dan Pembelajaran di era digital untuk Pengalaman Belajar
Imersif"



Kajian Daya Ilokusi dan Efek Perlokusi pada Percakapan Pedagang dengan Pelanggan di Pasar Bojonegoro

Trio Artandana¹ (✉), Abdul Ghoni Asror², Masnuatul Hawa³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia

trio.arta8@gmail.com¹, abdul_ghoni@ikippgribojonegoro.ac.id²,
masnuatul_hawa@ikippgribojonegoro.ac.id³

abstrak— Kajian ini bertolak dari kenyataan bahwa percakapan jual beli di pasar tidak berhenti pada pertukaran informasi maupun pemenuhan kebutuhan transaksi. Melalui ujaran, pedagang dan pelanggan juga menyisipkan kehendak tertentu yang kemudian dapat memunculkan tanggapan dari lawan bicara. Fenomena tersebut memperlihatkan adanya daya ilokusi serta akibat perlokusi yang perlu dipahami dengan mempertimbangkan situasi komunikasi. Tujuan kajian diarahkan pada pemaparan ragam dan pemaknaan ilokusi serta perlokusi yang muncul dalam percakapan pedagang dengan pelanggan di pasar Bojonegoro. Pendekatan yang dipakai bersifat deskriptif kualitatif. Bahan kajian berupa ujaran yang diperoleh ketika transaksi berlangsung di Pasar Wisata Bojonegoro dan Pasar Halte Bojonegoro. Data dihimpun dengan menyimak percakapan, merekamnya, membuat catatan, lalu mengalihwahkan rekaman ke bentuk transkripsi. Tahap pengolahan dilakukan melalui penandaan data, pengelompokan, dan penafsiran dengan memperhatikan latar tutur, maksud penutur, bentuk ujaran, serta tanggapan mitra tutur. Dari proses tersebut diperoleh 24 data: 19 data berdaya ilokusi dan 5 data berefek perlokusi. Pada kelompok ilokusi tercatat 4 asertif, 8 direktif, 3 komisif, 3 ekspresif, dan 1 deklaratif. Adapun kelompok perlokusi memuat 3 respons verbal serta 2 respons verbal-nonverbal. Direktif menjadi kategori ilokusi yang paling sering ditemukan karena dipakai untuk mendorong tindakan atau mengundang respons tertentu dari mitra bicara. Pemaknaan tiap ujaran ditentukan oleh konteks beserta sasaran komunikatif penutur, sedangkan efek perlokusi tampak melalui jawaban lisan ataupun tindakan nonverbal pihak yang menerima tuturan. Temuan tersebut menegaskan bahwa percakapan pedagang dan pelanggan di pasar Bojonegoro bukan semata-mata aktivitas transaksi, melainkan juga ruang pembentukan fungsi komunikasi dan relasi antarpersonal melalui daya ilokusi dan efek perlokusi.

Kata kunci— Pragmatik, Daya Ilokusi, Efek Perlokusi, Pedagang, Pelanggan.

Abstract— Market transactions involve more than exchanging information or completing purchases; speakers also embed particular intentions in their utterances and may provoke observable reactions from the people they address. This communicative situation provides a basis for examining illocutionary force and perlocutionary effects in relation to the circumstances in which the utterances occur. The inquiry therefore describes the forms and interpretations of illocution and perlocution found in

conversations between traders and customers in Bojonegoro markets. A descriptive qualitative design was applied. The material consisted of naturally occurring utterances recorded during trading activities at Bojonegoro Tourism Market and Halte Market. The corpus was assembled by listening to the interactions, recording them, taking field notes, and converting the recordings into written transcripts. The material was then marked, grouped, and interpreted with reference to the speech situation, the speaker's intention, the linguistic form, and the interlocutor's reaction. The analysis produced 24 items: 19 instances with illocutionary force and 5 showing perlocutionary effects. The illocutionary group comprised 4 assertives, 8 directives, 3 commissives, 3 expressives, and 1 declarative, whereas the perlocutionary group contained 3 verbal reactions and 2 combined verbal-nonverbal reactions. Directives occurred most frequently because they were employed to prompt an action or invite a particular response from the addressee. Interpretation of every utterance was shaped by its setting and the speaker's communicative objective, while perlocution became visible through spoken replies or nonverbal behavior. These findings indicate that trader-customer exchanges in Bojonegoro markets function not only as commercial transactions but also as interpersonal communication in which illocutionary force and perlocutionary effects help organize the relationship between participants.

Keywords – Pragmatics, Illocutionary Force, Perlocutionary Effects, Traders, Customers.

PENDAHULUAN

Bahasa menjadi perangkat pokok yang dipakai manusia untuk berbagi informasi sekaligus membangun pergaulan sosial. Asror dan Sholehhuudin (2016) menunjukkan bahwa wacana dapat ditelaah dari pilihan leksikal dan susunan gramatikalnya; kedua unsur tersebut ikut menentukan citra serta arti yang dibangun melalui bahasa. Sebagai rangkaian lambang bunyi yang bersifat arbitrer, bahasa memberi peluang kepada anggota masyarakat untuk bekerja bersama, saling berhubungan, dan menampilkan identitasnya (Mailani dkk., 2022). Menurut Ahmadi (2024) secara khusus menempatkan bahasa sebagai sarana yang menunjang komunikasi dalam kehidupan sosial. Dengan perangkat ini, manusia lebih leluasa mengutarakan gagasan, perubahan emosi, maupun kecenderungan perilaku yang ingin disampaikan kepada orang lain.

Peranan bahasa juga melampaui fungsi sebagai pengantar percakapan karena melalui bahasa relasi sosial antarmanusia dibentuk dan dipelihara. Pemakaiannya perlu disesuaikan dengan sifat dasar bahasa serta keadaan tutur yang sedang berlangsung agar fungsi tersebut tercapai secara tepat (Widowati dalam Purnomo dkk., 2021). Santoso dkk. (2004) dalam Sutisna menerangkan bahwa bahasa dapat menjalankan fungsi informatif, menjadi medium pengungkapan diri, dan membantu seseorang menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Walaupun Hoerudin (2021)

menyampaikan penekanan dari sudut yang berbeda, pokok pandangannya searah, yakni bahasa merupakan perangkat penting untuk menumbuhkan kerja sama dan menjaga komunikasi dalam kehidupan masyarakat.

Komunikasi dapat dipahami sebagai kegiatan mengalirkan pesan, gagasan, informasi, atau kesamaan pemikiran dengan memanfaatkan simbol yang dapat dimaknai oleh pihak-pihak yang terlibat (Rudy dalam Mahadi, 2021). Di dalamnya berlangsung pertukaran secara dua arah, baik pada tataran individu, kelompok, organisasi, maupun masyarakat yang lebih luas. Suatu komunikasi dinilai efektif apabila pesan dari komunikator diterima serta dimengerti komunikan sesuai dengan maksud yang hendak disampaikan (Devito dalam Pohan & Fitria, 2021). Atas dasar itu, esensi komunikasi terletak pada kegiatan mengirim dan menerima pesan yang setidaknya melibatkan seorang individu dalam keadaan tertentu (Fitria, 2021).

Penafsiran komunikasi tidak dapat dilepaskan dari konteks yang menyertai terjadinya tuturan. Konteks mencakup kalimat, ujaran, maupun keadaan yang menjadi latar suatu peristiwa sehingga dapat dipakai sebagai pijakan untuk memahami arti pembicaraan sesuai kondisi yang sedang dibahas (Kristanto & Setiawan, 2020). Pranowo dan Firdaus (2020) memandang konteks sebagai himpunan informasi yang dapat digunakan untuk menggambarkan atau menerangkan sebuah keadaan. Oleh sebab itu, penguasaan terhadap situasi kebahasaan secara menyeluruh menjadi dasar penting agar maksud sebuah ujaran dapat ditafsirkan secara cermat (Fitrianti & Khairani, 2024).

Kedudukan konteks kembali menjadi penting ketika tujuan suatu ujaran hendak diterangkan. Latar yang mengitari percakapan berfungsi sebagai rujukan untuk menghubungkan tuturan dengan keadaan yang sedang diperbincangkan (Kristanto & Setiawan, 2020). Menurut Pranowo dan Firdaus (2020), konteks tersusun dari informasi yang dapat diaktifkan untuk memberi deskripsi maupun penjelasan mengenai situasi tertentu. Karena itu, pemahaman menyeluruh atas keadaan kebahasaan diperlukan agar arti tuturan tidak dilepaskan dari kondisi kemunculannya (Fitrianti & Khairani, 2024). Yule (dalam Agung dkk., 2021) memperjelas kaitan tersebut dengan memandang pragmatik sebagai bidang yang menafsirkan maksud ujaran melalui keterhubungannya dengan konteks tempat

ujaran diproduksi. Berdasarkan rangkaian pandangan itu, pragmatik dapat ditempatkan sebagai cabang linguistik yang menelaah bagaimana makna dibentuk dan dipahami dalam suatu peristiwa komunikasi. Dengan demikian, unsur kebahasaan yang sama dapat menghasilkan penafsiran berbeda apabila latar penutur, mitra tutur, dan keadaan percakapannya tidak sama.

Salah satu unsur yang menempati posisi penting dalam pragmatik ialah tindak tutur (Bawamenewi, 2020). Astutik, Hawa, dan Matin (2023) memanfaatkan perspektif pragmatik untuk menelaah penyimpangan prinsip kerja sama dalam komunikasi. Penggunaan tersebut memperlihatkan bahwa pragmatik berhubungan langsung dengan bahasa yang dipakai penutur dan mitra tutur, termasuk cara suatu ujaran ditafsirkan melalui latar yang menyertainya. Tindak tutur sekaligus mencerminkan kemampuan seseorang memilih dan menjalankan bahasa secara fungsional sesuai kenyataan situasi yang dihadapi (Akbar dalam Putri & Nurlaili, 2021). Secara operasional, Rahmawati (dalam Jeri, 2022) memandang tindak tutur sebagai peristiwa komunikasi yang diwujudkan lewat pengucapan kalimat untuk membawa suatu maksud kepada pihak yang diajak berbicara. Gagasan tersebut diperkuat Altikriti (dalam Frandika & Idawati, 2020), yang menempatkan telaah tindak tutur pada proses penyampaian intensi pembicara sekaligus pembentukan pemahaman terhadap intensi itu oleh pendengar.

Landasan teoretis mengenai pengelompokan tindak tutur banyak dikaitkan dengan John L. Austin melalui karya "How to Do Things with Words" yang terbit pada 1962. Austin memandang aktivitas bertutur bukan hanya sebagai sarana mengirim informasi; ketika ujaran dihasilkan, suatu tindakan juga sedang dijalankan oleh penutur (dalam Relisa & Alwi, 2024). Dari pijakan tersebut, pembahasan tindak tutur kemudian diarahkan pada tiga kategori pokok sebagaimana dirujuk melalui Austin dalam Safitri dan Mulyani (2021), yakni lokusi, ilokusi, serta perlokusi.

Lokusi berkenaan dengan produksi ujaran beserta arti yang melekat di dalamnya tanpa menjadikan fungsi atau akibat ujaran sebagai titik perhatian utama (Akbar dalam Hasanah dkk., 2022). Perlokusi berada pada sisi yang berbeda karena perhatian diarahkan pada hasil yang muncul setelah tuturan disampaikan, baik berupa reaksi psikologis, respons, maupun tindakan fisik pada mitra tutur (Ziraluo,

2020). Dalam pertukaran makna, Austin (dalam Relisa & Alwi, 2024) memberi perhatian khusus kepada ilokusi dan perlokusi sebab keduanya memperlihatkan hubungan antara maksud yang dibawa ujaran dengan konsekuensi yang kemudian timbul pada pihak lain.

Ilokusi tidak cukup dipahami sebagai ujaran yang hanya memberitakan suatu hal. Di dalam tuturan juga tersimpan daya tertentu yang menunjukkan apa yang sedang dilakukan penutur melalui kata-katanya (Rizza dkk., 2022). Dengan demikian, ujaran dapat membawa informasi sekaligus menjalankan tujuan khusus yang mencerminkan tindakan kebahasaan penuturnya (Akbar dalam Putri dkk., 2022). Melani dan Utomo (2022) menjelaskan bahwa ilokusi diproduksi secara sengaja agar suatu perbuatan tertentu dapat direalisasikan melalui maksud yang melekat pada struktur ujaran. Berdasarkan beberapa pemikiran tersebut, daya ilokusi dapat dipahami sebagai kekuatan tindakan yang terkandung dalam tuturan: penutur bukan semata-mata menyusun pesan, tetapi memakai ujaran untuk melakukan atau mendorong sesuatu dalam proses komunikasi. Karena itu, pembacaan ilokusi menuntut perhatian pada fungsi yang dikerjakan oleh sebuah ujaran, bukan hanya pada arti literal kata-kata yang membentuknya. Daya tersebut baru terlihat ketika tuturan ditempatkan bersama maksud dan konteks pemakaiannya.

Searle (dalam Faroh & Utomo, 2020) selanjutnya membagi ilokusi ke dalam lima kelompok, yaitu asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Asertif menghubungkan penutur dengan kebenaran proposisi yang ia sampaikan sehingga ujarannya diarahkan pada pemberian informasi yang dianggap sesuai fakta atau keadaan objektif (Searle dalam Widyawati & Utomo, 2020). Direktif digunakan ketika penutur menghendaki mitra bicara bergerak, melakukan sesuatu, atau mengikuti arah tertentu yang dinyatakan melalui ujaran (Putri dkk., 2022). Sementara itu, komisif menempatkan penutur pada suatu keterikatan untuk melaksanakan tindakan yang telah dinyatakannya pada waktu berikutnya (Rizal dkk., 2023).

Kelompok keempat adalah ekspresif. Menurut Dahlia (2022), ujaran ekspresif dipakai untuk memperlihatkan keadaan psikologis maupun perasaan yang sedang

dialami penutur kepada pihak yang diajak berbicara. Jenis terakhir ialah deklaratif. Searle (dalam Salam dkk., 2023) menerangkan bahwa deklaratif berkaitan dengan tuturan yang keberhasilannya menghadirkan kesesuaian antara isi ujaran dan kenyataan, karena pengucapannya dimaksudkan untuk melahirkan status, keberadaan, atau keadaan baru dalam realitas.

Selain daya ilokusi, aspek lain yang penting dalam kerangka tindak tutur ialah perlokusi. Fokus perlokusi berada pada pengaruh yang muncul pada pendengar setelah suatu ujaran disampaikan. Dampaknya dapat berupa perubahan kondisi psikis maupun tindakan nyata yang dipicu oleh apa yang dikatakan penutur (Rahardi dalam Amfusina dkk., 2020). Austin (dalam Safitri & Mulyani, 2021) menggambarkan akibat tersebut melalui beragam kemungkinan, antara lain memengaruhi, mencegah, memberi tahu, mengejutkan, atau bahkan memanipulasi pihak yang menerima ujaran. Dengan merangkum pandangan itu, perlokusi dapat ditempatkan sebagai sisi komunikasi yang menyoroti konsekuensi konkret dari tuturan, yakni apa yang terjadi pada pendengar sebagai akibat dari daya ujaran penutur. Penekanan pada akibat inilah yang membedakan perlokusi dari pembahasan yang hanya memusatkan perhatian pada isi ujaran. Yang diamati bukan sekadar apa yang dikatakan, tetapi juga perubahan apa yang muncul sesudah ujaran diterima.

Khotimah (2023), dengan merujuk pada Searle, membedakan akibat perlokusi ke dalam tiga wujud: verbal, nonverbal, serta gabungan verbal-nonverbal. Respons verbal muncul ketika lawan bicara membalas melalui kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan, misalnya menyangkal, melarang, atau menyatakan tidak memberi izin (Setiani dkk., 2023). Sebaliknya, perlokusi nonverbal ditampilkan tanpa rangkaian kata dan dapat dikenali melalui gerak tubuh atau isyarat alamiah, seperti mengangguk, menggeleng, tertawa, tersenyum, menunjukkan kesedihan, ataupun menghasilkan bunyi vokal tertentu (Khotimah, 2023). Pada bentuk gabungan, jawaban verbal hadir bersamaan dengan gerakan fisik yang menguatkan respons. Contohnya ialah permintaan maaf yang diucapkan sambil menyatukan kedua telapak tangan di depan dada, sehingga ujaran dan gestur bekerja secara serempak. Pembedaan tiga wujud tersebut membantu mengenali efek tuturan secara lebih rinci

karena reaksi pendengar tidak selalu hadir dalam bentuk jawaban verbal. Sebagian efek justru tampak melalui perilaku, dan sebagian lainnya tampil sebagai kombinasi ujaran dengan tindakan.

Peristiwa tutur yang dapat dibaca secara pragmatis hadir dalam banyak ruang kehidupan sehari-hari, termasuk ketika pedagang berhubungan dengan pelanggan di pasar wilayah Bojonegoro. Pasar tidak semata berfungsi sebagai tempat berlangsungnya kegiatan usaha, tetapi juga dapat menjadi ruang ketiga (*third place*) yang mempertemukan orang dari latar sosial yang beragam untuk berbincang, berbagi informasi, berdiskusi, ataupun sekadar beristirahat dari rutinitas (Nurfadilla, 2024). Dalam kedudukannya sebagai ruang niaga sekaligus ruang sosial, pasar mempertemukan kebutuhan akan berbagai komoditas dengan suasana yang memungkinkan relasi antarmanusia berlangsung secara lebih intensif (Mais dkk., 2024).

Pada ruang seperti itu, mutu hubungan dan pelayanan banyak ditentukan oleh keberhasilan komunikasi interpersonal (Cicilia dkk., 2024). Percakapan antara pedagang dan pelanggan karena itu tidak berada di pinggir proses transaksi, tetapi menjadi bagian yang menentukan jalannya pelayanan. Pedagang berhadapan langsung dengan pelanggan untuk memahami pesanan, memberi rekomendasi, dan membangun suasana yang nyaman selama kegiatan jual beli. Strategi ujaran yang muncul melalui kata-kata maupun perilaku nonverbal dapat bekerja bersama untuk memperbaiki pengalaman konsumen, menumbuhkan kesan dihargai, serta menciptakan pola hubungan sosial yang lebih luwes dan manusiawi di lingkungan pasar.

Posisi akademis kajian ini dapat dilihat dengan membandingkannya dengan temuan terdahulu. Cahyo (2022), misalnya, menelaah tindak tutur pada transaksi jual beli di Pasar Raya MMTC Medan dengan pendekatan pragmatik. Hasilnya memperlihatkan kemunculan ilokusi asertif, direktif, komisif, dan ekspresif, sedangkan akibat perlokusinya dikelompokkan menjadi respons verbal serta nonverbal. Kajian sekarang memanfaatkan hasil tersebut sebagai pembanding, tetapi perhatian diarahkan pada pola ilokusi dan perlokusi dalam percakapan pasar tradisional dengan pembacaan konteks yang lebih teratur. Kajian Cahyo tetap

memiliki keterbatasan karena lokusnya berada pada pasar tradisional yang relatif konvensional dan uraian mengenai faktor sosial yang membentuk dinamika komunikasi belum dijabarkan secara mendalam.

Keterkaitan dengan Cahyo (2022) tampak pada kesamaan objek berupa daya ilokusi dan efek perlokusi serta penggunaan perspektif pragmatik. Perbedaannya berada pada keadaan komunikasi yang dijadikan latar analisis. Kajian ini memusatkan perhatian pada interaksi pasar yang digambarkan lebih terstruktur dan dipengaruhi oleh relasi sosial antara pihak yang melayani dan pelanggan. Perbedaan latar tersebut diharapkan dapat memperluas variasi pembahasan pragmatik, karena bentuk ujaran dan respons dapat dibaca melalui kondisi pelayanan yang tidak sepenuhnya sama dengan konteks yang dipakai pada kajian sebelumnya.

Rujukan terdahulu berikutnya berasal dari Razak (2025), yang membahas tindak tutur dalam transaksi antara pedagang dan pembeli. Temuan Razak memperlihatkan bahwa ilokusi dapat menjadi perangkat komunikasi yang berperan dalam mendorong ketertarikan konsumen dan peningkatan aktivitas transaksi. Efek perlokusi pada kajian tersebut juga dikaitkan dengan keputusan membeli serta pola hubungan yang terbentuk selama proses jual beli. Kekuatan kajian Razak terletak pada penjelasan mengenai fungsi pragmatis ilokusi sebagai bagian dari strategi pemasaran dan kaitannya dengan perilaku konsumen. Meski demikian, ruang kajiannya masih berada pada lingkungan pasar konvensional dan penjelasan tentang pengaruh faktor sosial yang lebih luas belum menjadi perhatian utama.

Kajian Razak (2025) dan kajian ini sama-sama memeriksa ilokusi serta perlokusi yang muncul dalam kegiatan transaksional. Distingsinya terletak pada karakter lokus. Razak menempatkan pembahasan pada pasar yang terbuka dan memiliki dinamika interaksi yang tinggi, sedangkan kajian ini menyoroti pola percakapan pada lingkungan pasar yang digambarkan lebih teratur, semi-formal, dan dipengaruhi oleh hubungan sosial tertentu. Perbedaan tersebut menjadi dasar untuk menawarkan sudut pandang tambahan mengenai bagaimana perilaku tutur bekerja dalam komunikasi pelayanan di pasar.

Gejala kebahasaan tersebut dapat dijumpai dengan jelas dalam kehidupan sosial pasar tradisional. Fungsinya kini tidak terbatas sebagai tempat berlangsungnya perdagangan, sebab pasar juga menjadi ruang ketiga (*third place*) bagi individu dengan latar yang beragam untuk berjumpa dan berkomunikasi. Dalam suasana demikian, keberhasilan transaksi turut bergantung pada mutu komunikasi interpersonal. Pedagang berperan sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan pembeli untuk memahami kebutuhannya, memberi rekomendasi yang diperlukan, serta menjaga kenyamanan selama pelayanan berlangsung.

Lokus kajian ditetapkan pada dua tempat di Kabupaten Bojonegoro, yakni Pasar Halte Bojonegoro dan Pasar Wisata Bojonegoro. Kedua lokasi dipilih karena interaksi para pedagangnya dinilai memperlihatkan pola pelayanan yang adaptif, solutif, dan profesional. Pembahasan utama artikel diarahkan pada pengenalan bentuk serta pemaknaan daya ilokusi dan efek perlokusi yang benar-benar muncul selama interaksi. Di sisi lain, Hasanudin (2021) menerangkan bahwa bahan ajar mencakup segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan sebagai materi belajar; dengan pengertian tersebut, setiap materi yang berfungsi menunjang proses belajar dapat ditempatkan sebagai bahan ajar (Hasanudin, 2021).

METODE PENELITIAN

Kajian ini memakai pendekatan pragmatik dengan rancangan deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis berupa potongan ujaran verbal maupun unsur nonverbal yang memperlihatkan daya ilokusi atau menghasilkan efek perlokusi. Sumbernya berasal dari rekaman percakapan yang terjadi secara alamiah antara pedagang dan pelanggan di Pasar Halte Bojonegoro serta Pasar Wisata Bojonegoro.

Penghimpunan data dilakukan melalui simak libat cakap (SLC), perekaman menggunakan gawai, serta pencatatan untuk mengubah rekaman suara menjadi transkripsi kebahasaan. Pengolahan data dijalankan dengan mempertimbangkan konteks melalui tiga alur yang berlangsung saling berkaitan: reduksi data untuk

memilih dan mengelompokkan ujaran, penyajian data dalam uraian deskriptif, lalu penarikan simpulan atau verifikasi (conclusion drawing/verification).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian atas percakapan pedagang dengan pelanggan di pasar Bojonegoro memperlihatkan bahwa pemakaian bahasa bergerak mengikuti konteks sosial yang melingkupinya. Daya ilokusi yang teridentifikasi tersebar pada lima kategori, yakni asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Adapun akibat perlokusi tampak dalam respons verbal, nonverbal, serta perpaduan keduanya.

A. Temuan yang diperoleh dari interaksi pedagang dan pelanggan pasar di Bojonegoro memperlihatkan sejumlah wujud tindakan berbahasa. Pada sisi ilokusi, data dapat dikelompokkan menjadi asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Pada sisi akibat tuturan, data menunjukkan perlokusi verbal serta respons yang menggabungkan unsur verbal dengan perilaku nonverbal. Uraian setiap kelompok disampaikan pada bagian berikut.

1. Tindak Tutur Ilokusi

a) Asertif

Asertif digunakan ketika penutur menyatakan proposisi yang ia tempatkan sebagai sesuatu yang benar. Searle (1976) menjelaskan bahwa melalui kategori ini penutur terikat pada kebenaran informasi yang ia kemukakan. Dalam transaksi pasar, fungsi tersebut dapat muncul saat pedagang memberi keterangan mengenai barang, kondisi penjualan, atau informasi lain yang diperlukan pelanggan.

Empat data ilokusi asertif ditemukan pada korpus kajian. Data 1 memuat ujaran “Buka setiap hari Mas, kawit jam setengah 6 pagi sampai jam 1 siang” (“Buka setiap hari Mas, Mulai jam setengah 6 pagi sampai jam 1 siang”), yang dipakai untuk memberi keterangan mengenai jam operasional pedagang. Pada data 2, pedagang menyampaikan “Mateng wit asli iki, Bu. Wong nggone jupuk teka kebon daerah Kapas wingi sore. Nek sampeyan belah, njerone wes kuning nembe.” (Matang pohon asli ini, Bu. Soalnya ambil dari kebun daerah Kapas kemarin sore. Kalau Anda belah, dalamnya sudah kuning tua.). Ujaran tersebut memberi penjelasan mengenai asal dan kematangan barang. Fungsi informatif yang serupa

juga tampak pada data 3 saat harga disampaikan serta pada data 4 ketika kondisi barang diterangkan kepada pelanggan.

Kesesuaian antara konsep Searle dan data lapangan terlihat dari cara pedagang memakai asertif untuk menghadirkan keterangan yang dianggap benar. Melalui ujaran representatif tersebut, informasi dibuat lebih jelas sehingga pelanggan sebagai mitra tutur memperoleh pemahaman mengenai hal yang sedang ditransaksikan.

b) Direktif

Direktif berfungsi ketika suatu ujaran diarahkan agar mitra tutur melakukan tindakan tertentu. Yule (1996:54) menjelaskan direktif sebagai tuturan yang dipakai penutur untuk membuat orang lain melakukan sesuatu. Bentuknya dapat berupa perintah, permintaan, anjuran, saran, maupun nasihat. Dalam transaksi pasar, fungsi ini kerap dipakai untuk mengarahkan perilaku pelanggan atau mengatur langkah yang perlu dilakukan selama proses pelayanan. Arah tindakan yang diminta tidak selalu disampaikan dengan bentuk keras; dalam pelayanan pasar, direktif dapat disusun secara santun sehingga fungsi pengarahannya tetap tercapai tanpa mengabaikan hubungan sosial antara kedua pihak.

Sebanyak delapan data ilokusi direktif teridentifikasi dalam kajian. Pada data 1, ujaran “wonten, mas. Monggo to langsung dipendet” (Ada, Kak. Silahkan diambil) digunakan pedagang untuk mengarahkan pelanggan agar mengambil kantong plastik sendiri dengan bentuk yang tetap sopan. Fungsi sejenis muncul pada data 4 ketika pelanggan diarahkan menunggu sambil duduk. Pada data 2, justru pelanggan yang memberi arahan kepada pedagang agar pesanan dipisahkan melalui ungkapan “dipisah mawon Buk.” Data 3 memperlihatkan permintaan pedagang supaya pelanggan memeriksa kembali uang kembalian. Permintaan layanan juga tampak pada data 5 melalui “Mas, nyuwun tulong jeroane iwak Lele dibeteti ya.” (Mas, minta tolong organ dalam ikan lele dibersihkan ya.), pada data 6 melalui “Pak, tumbas bakso, tapi gak usah diparingi sayur ya”, serta pada data 7 melalui “Daging sapiné sing pilihne kangge rawon nggih, Pak. Sing enten gajihe sithik”. Ketiganya memperlihatkan cara pelanggan menyampaikan kebutuhan layanan secara langsung namun tetap santun. Data 8 berupa “Daging ayam

kampung tiga Kilo, Buk.” (Daging ayam kampung, tiga kilogram) juga berfungsi sebagai permintaan kepada pedagang mengenai barang yang hendak dibeli. Rangkaian data tersebut menunjukkan bahwa direktif tidak hanya berasal dari pedagang. Pelanggan pun menggunakannya untuk menyampaikan spesifikasi pesanan, meminta bantuan, atau menentukan layanan yang diinginkan, sedangkan pedagang memakainya untuk mengarahkan proses transaksi agar berjalan sesuai kebutuhan.

c) Komisif

Komisif berkaitan dengan ujaran yang membuat penutur menempatkan dirinya pada suatu komitmen untuk bertindak. Menurut Searle (1976), daya komisif mengikat penutur terhadap tindakan yang akan direalisasikan kemudian. Komitmen tersebut dapat hadir melalui janji, penawaran, ataupun ancaman, bergantung pada maksud yang dibawa oleh ujaran.

Tiga data ilokusi komisif diperoleh dari hasil pengolahan. Data 1 berisi tuturan “Nggeh Mas toko sembako niki enggal, sadean merancang mulai minyak goreng, uyah, gulo, beras lan lintune katah banget Mas. Niki wonten promo beras Rp.12.000/kg sampean mau coba beli?” (Iya, Mas. Toko ini baru buka, menjual sembako mulai minyak goreng, garam, gula dan lain-lain. Ini ada promo beras seharga Rp. 12.000/Kg Kamu mau coba beli?). Dalam konteks tersebut, pedagang menawarkan produk yang sedang mendapat potongan harga agar pelanggan mempertimbangkan pembelian. Data 2 memuat “Nggih, ngapunten, mangke kulo terne”, yang menunjukkan kesanggupan pedagang untuk melakukan tindakan bagi pelanggan. Pada data 3, ujaran “Baksone menawi badhe ditambah lontong, Mas?” berfungsi sebagai penawaran tambahan atas bakso yang dipesan.

Temuan tersebut sejalan dengan pandangan Searle karena komisif selalu menempatkan unsur keterikatan pada tindakan yang akan dijalankan penutur. Dalam hubungan pedagang dan pelanggan, bentuk ini dapat dimanfaatkan untuk menyatakan kesanggupan ataupun menawarkan pilihan, sehingga kedua pihak memperoleh manfaat dari keberlanjutan transaksi.

d) Ekspresif

Ekspresif dipakai penutur untuk memperlihatkan keadaan batin, perasaan, atau sikap terhadap situasi tertentu. Wijana (1996:18) menghubungkan kategori ini dengan kondisi psikologis yang tercermin melalui ujaran, misalnya kegembiraan, kemarahan, kekaguman, simpati, ataupun kekecewaan. Dengan fungsi tersebut, ekspresif menjadi saluran bagi penutur untuk menunjukkan penilaiannya terhadap keadaan maupun terhadap orang yang menjadi mitra bicara. Sikap yang diekspresikan melalui tuturan dapat diarahkan kepada keadaan yang sedang terjadi ataupun kepada tindakan mitra tutur, sehingga kategorinya dikenali melalui hubungan antara ujaran dan kondisi psikologis penutur.

Data percakapan pedagang dan pelanggan di pasar Bojonegoro memuat tiga wujud ekspresif dengan maksud yang berbeda: satu ungkapan terima kasih, satu pujian, dan satu permintaan maaf. Pada data 1, "Terima kasih, Kak" menyatakan apresiasi pedagang kepada pelanggan setelah transaksi dilakukan. Data 2 berupa "Baksonya enak, Pak." menjadi penilaian positif atas rasa makanan yang dikonsumsi pelanggan. Pada data 3, pedagang mengatakan "Ngapunten, Mas. Kantong plastik warna hitam sampun telas, kantung warna putih" untuk menyampaikan permintaan maaf karena jenis barang yang dicari pelanggan sedang tidak tersedia. Ketiga contoh tersebut memperlihatkan variasi fungsi ekspresif dalam layanan pasar: rasa terima kasih menandai penghargaan, pujian menyatakan penilaian positif, sedangkan permintaan maaf digunakan untuk merespons keadaan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

e) Deklaratif

Deklaratif dikenali melalui hubungan antara keberhasilan pengucapan tuturan dan perubahan keadaan yang dihasilkan oleh tuturan tersebut (Meilina, 2022). Pada korpus kajian terdapat satu data, yakni "Baik Kak", yang diucapkan setelah pelanggan memberi keterangan tentang waktu pengambilan daging ayam. Dalam konteks itu, ujaran tersebut dipahami sebagai bentuk pengesahan atau penerimaan atas informasi pesanan yang telah disampaikan.

2. Tindak Tutur Perlokusi

a) Verbal

Perlokusi verbal tampak ketika akibat dari suatu tuturan diwujudkan oleh mitra bicara dalam bentuk jawaban lisan ataupun tulisan. Austin (1992) memandang perlokusi sebagai konsekuensi ujaran yang dapat menyentuh sikap, tindakan, sampai respons verbal seseorang. Apabila efek yang muncul berupa kata-kata, tanggapan tersebut ditempatkan dalam kategori verbal. Pada percakapan pasar Bojonegoro, wujudnya dapat berupa jawaban pelanggan, respons pedagang, penyampaian pendapat, ataupun klarifikasi secara lisan. Karena fokusnya berada pada efek, identifikasi perlokusi verbal dilakukan dengan melihat jawaban yang muncul sesudah tuturan sebelumnya dan menilai hubungan jawaban tersebut dengan maksud atau arahan yang diterima mitra bicara.

Tiga data menunjukkan efek perlokusi verbal. Pada data 1, jawaban pelanggan "Inggeh, leres" muncul sesudah pedagang mengonfirmasi pesanan, sehingga efek ujaran terwujud sebagai persetujuan lisan. Data 2 memuat respons "Inggeh, Buk" setelah pedagang mengarahkan pelanggan untuk menunggu dalam posisi duduk. Pada data 3, ungkapan "Sampun leres, matur suwun" diberikan setelah pelanggan diminta memeriksa kembali nota pembelian; jawaban itu menandai bahwa isi nota telah dianggap sesuai. Ketiga respons tersebut sama-sama berbentuk ujaran, tetapi fungsinya berbeda: ada yang menyatakan pembenaran, ada yang menerima arahan, dan ada pula yang mengonfirmasi kesesuaian informasi setelah pemeriksaan dilakukan.

b) Verbal nonverbal

Perlokusi verbal-nonverbal muncul ketika tanggapan terhadap ujaran tidak berhenti pada kata-kata, tetapi disertai tindakan fisik pada saat yang sama. Austin (1962) menjelaskan bahwa konsekuensi perlokusi dapat hadir dalam beragam reaksi, termasuk tindakan, perubahan emosi, maupun tuturan. Dalam interaksi pasar, perpaduan tersebut memperlihatkan respons yang lebih utuh karena jawaban lisan diperkuat oleh gerak tubuh atau ekspresi yang dapat diamati secara langsung. Oleh karena itu, analisis bentuk ini perlu mempertimbangkan dua saluran respons secara bersamaan agar makna efek tuturan tidak dipersempit hanya pada apa yang diucapkan oleh mitra tutur.

Dua data memperlihatkan perpaduan respons verbal dan nonverbal. Pada data 1, pedagang menyerahkan nota pembelian sambil mengucapkan “Niki notane Mbak saged dibeto”; efek yang muncul ialah pelanggan menerima benda tersebut sebagai bukti transaksi. Data 2 menunjukkan pedagang memberikan petunjuk mengenai lokasi toilet dengan ujaran “ Di belakang toko Mas” sekaligus menunjuk ke arah tempat yang dimaksud.

SIMPULAN

Hasil pengolahan data percakapan pedagang dan pelanggan di pasar Bojonegoro menghasilkan 24 data yang terbagi ke dalam dua kelompok besar, yakni ilokusi dan perllokusi. Sebanyak 19 data berada pada kelompok ilokusi: 4 asertif, 8 direktif, 3 komisif, 3 ekspresif, dan 1 deklaratif. Lima data lainnya menunjukkan akibat perllokusi, terdiri dari 3 respons verbal serta 2 respons verbal-nonverbal. Komposisi tersebut memperlihatkan bahwa ilokusi muncul lebih sering dibandingkan perllokusi. Di antara kategori ilokusi, direktif merupakan bentuk yang paling banyak dijumpai karena digunakan untuk mengarahkan tindakan mitra bicara atau memperoleh respons yang dibutuhkan selama transaksi. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa percakapan pasar tidak semata diarahkan pada pertukaran informasi dan penyelesaian jual beli. Melalui cara pedagang dan pelanggan menyusun ujaran serta menanggapi, hubungan interpersonal turut dibangun dan dipertahankan selama proses interaksi berlangsung. Secara keseluruhan, data menegaskan bahwa konteks menentukan cara sebuah ujaran berfungsi dan cara respons dimunculkan. Pola direktif yang dominan memperlihatkan kebutuhan koordinasi tindakan dalam transaksi, sedangkan respons perllokusi menunjukkan bagaimana ujaran memperoleh akibat nyata pada pihak yang menerimanya. Hubungan keduanya membantu menjelaskan bahwa kegiatan jual beli juga merupakan peristiwa sosial yang dibentuk melalui bahasa.

REFERENSI

Agung, E. N. K., Wijayawati, D., & Pujihastuti, E. (2021). Deiksis dalam pidato pembina upacara di sd negeri sidorejo sebagai bahan ajar materi pidato kelas ix

- (kajian pragmatik). Prawara: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 2(1), 24-31. <https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jpbsi/article/view/4315>
- Ahmadi, A., Ismail, I., & Suprayitno, K. (2024). Menggali Kearifan Lokal: Pendampingan Masyarakat untuk Meningkatkan Literasi Al-Qur'an dan Bahasa Arab. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 1256-1268. DOI: <https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7941>
- Asror, A. G., & Sholehuddin, M. (2016). Analisis bahasa pencitraan iklan politik Pilkada Kabupaten Tuban tahun 2015. Pedagogia: Jurnal Pendidikan, 5(2). <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v5i2.251>
- Astutik, D., Hawa, M., & Matin, M. F. (2023). Analisis pragmatik bentuk-bentuk penyimpangan prinsip kerja sama dalam novel Argantara karya Falistiyana serta relevansinya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. Prosiding Seminar Nasional Daring: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 83-97. <https://doi.org/10.31332/aladl.v3i1.1996>
- Bawamenewi, A. (2020). Analisis tindak tutur bahasa nias sebuah kajian pragmatik. Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 3(2), 200-208. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.pphp/jrpp/article/view/1217>
- Cahyo, A. N. (2022). Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi Dan Perlokusi Dalam Interaksi Penjual Dengan Pembeli di Pasar Raya MMTC. Jurnal Serunai Bahasa Indonesia, 19(2), 144-153. <https://www.ejournal.stkipbudidaya.ac.id/index.php/je/article/view/675>
- Cicilia, V. D., Susylowati, E., Zakiyah, F., & Sandy, D. K. (2024). Eksplorasi campur kode dalam interaksi pelanggan dan barista di kopi Kelud Bangkalan. Journal of Social, Culture, and Language, 2(2), 1-9. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jscl/article/view/25588/9605>
- Fitria, T., & Amrillah, M. (2021). Media komunikasi guru terhadap penyandang tunarungu selama pandemi. J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam, 2(2), 113-122. <https://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/j-kis/article/view/335>
- Fitrianti, E., & Khairani, Z. (2024). PENERAPAN BASE CASE METHOD DALAM PEMBELAJARAN PRAGMATIK PADA MATERI KONTEKS. Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah, 9(4), 427-437. <https://ejurnal.stkipessel.ac.id/index.php/kp/article/view/641>
- Frandika, E., & Idawati, I. (2020). Tindak tutur ilokusi dalam film pendek "Tilik (2018)". Pena Literasi: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, 3(2), 61-69. DOI: <https://doi.org/10.24853/pl.3.2.61-69>
- Hoerudin, C. W. (2021). Implementasi Bahasa Indonesia sebagai identitas nasional dan sarana penguatan karakter masyarakat. Kelola: Jurnal Ilmu Sosial, 4(2), 24-31. DOI: <https://doi.org/10.54783/jk.v4i2.506>
- Jeri, E. (2022). Tindak Tutur Direktif dalam Novel Lebih Senyap dari Bisikan Karya Andina Dwifatma (Kajian Pragmatik) (Doctoral dissertation). <http://diglib.ikipgripta.ac.id/id/eprint/939>
- Khotimah, H. (2023). Ilokusi Dan Perlokusi Film Kartun "Fatātun Kasūlah Wa Fatātun Mujiddah" Pada Kanal Youtube Arabian Fairy Tales. Maharaat: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab, 5(2), 101-125. DOI: <https://doi.org/10.18196/mht.v5i2.17123>

- Kristanto, P. D., & Setiawan, P. G. F. (2020, February). Pengembangan soal HOTS (Higher Order Thinking Skills) terkait dengan konteks pedesaan. In PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika (Vol. 3, pp. 370-376). <https://journal.unnes.ac.id/sju/prisma/article/view/37616>
- Mahadi, U. (2021). Komunikasi pendidikan (urgensi komunikasi efektif dalam proses pembelajaran). JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari, 2(2), 80-90. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOPPAS/article/view/2385>
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. Kampret Journal, 1(2), 1-10.
- Mais, M., Ogi, I. W., & Raintung, M. C. (2024). Pengaruh Lifestyle, Cafe Atmosphere, dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Kalangan Anak Muda Pada De" Kersen Cafe Manado. Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 12(1), 37-49. <https://ejournal.usrat.ac.id/index.php/emba/article/view/53674>
- NURFADILLA, S. (2024). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Kafe Havana Garden Kabupaten Bireuen) (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh). <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/3810/>
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies, 2, 29-37. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss/article/view/158>
- Pranowo, N. F. N., & Firdaus, W. (2020). Penggunaan Bahasa Nonverbal dalam Upacara Adat Pernikahan Gaya Yogyakarta: Kajian Simbolik Etnopragmatik. Ranah: Jurnal Kajian Bahasa, 9(1), 35-55. https://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/jurnal_ranah/article/view/2321
- Purnomo, E., Wahyudi, A. B., & Santoso, J. Fungsi bahasa dalam wacana ungkapan hikmah di sekolah dasar se-Karisidenan Surakarta. <https://ejournal.unipma.ac.id/index.php/linguista/article/view/8383>
- Putri, V. A. W., & Nurali, N. (2021). PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN KOMITMEN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI (STUDI PADA DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO KABUPATEN JOMBANG) (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang). <http://repository.itbisdewantara.ac.id/id/eprint/2353>
- Razak, N. K. (2025). Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi dalam Interaksi Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional. Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 11(1), 376-386. <https://ejournal.my.id/onoma/article/view/5209>
- Relisa, A. P., & Alwi, N. A. (2024). Analisis tindak tutur guru PGSD dalam pengembangan keterampilan berpikir kritis siswa sekolah dasar. Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia, 2(3), 191-201. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/JUBPI/article/view/3097>
- Safitri, R. D., & Mulyani, M. (2021). Teori tindak tutur dalam studi pragmatik. Kajian Bahasa dan Sastra (KABASTRA), 1(1), 59-67. DOI: <https://doi.org/10.31002/kabastra.v1i1.7>

Santoso, R., & Aulia, D. (2023). Analisis tinndak tutur ekspresif dalam interaksi sehari-hari. *Jurnal Pragmatik Indonesi*, 5(2), 67-75.