

ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DAN LOKUSI DALAM INTERAKSI PENJUAL DAN PEMBELI DI PASAR TRADISIONAL PATTALLASSANG

Rini Sukarni^{1*}, A. Rahman Rahim², Arifuddin³
^{1, 2, 3} PBSI FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar
¹rinhysukarni26@gmail.com, ²abrarunismuh65@gmail.com,
³arifuddin@unismuh.ac.id
*corresponding author**

ABSTRACT

This study aims to analyze the forms of illocutionary and locutionary speech acts in the interaction between sellers and buyers at the Pattallassang Market, Takalar Regency. A qualitative descriptive approach was employed. Data were collected through direct observation, non-participant observation, and recording of conversations during market activities. The results revealed 24 illocutionary speech acts classified into assertive, directive, commissive, expressive, and declarative categories. Additionally, 14 locutionary acts were identified, including imperative, interrogative, and declarative forms. The findings indicate that various types of speech acts play a vital role in establishing effective communication, fostering interpersonal relationships, and achieving negotiation agreements. This study suggests that understanding speech acts enhances communication quality in traditional market interactions and reduces misunderstandings

Keywords: *Illocutionary, Locutionary, Market Interaction, Pragmatics, Speech Acts*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tindak tutur ilokusi dan lokusi dalam interaksi antara penjual dan pembeli di Pasar Pattallassang, Kabupaten Takalar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui teknik observasi langsung, simak bebas libat cakap, dan rekaman percakapan selama kegiatan pasar berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 24 bentuk tindak tutur ilokusi yang diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yaitu asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Adapun tindak tutur lokusi ditemukan sebanyak 14 bentuk yang meliputi bentuk imperatif, interogatif, dan deklaratif. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan berbagai jenis tindak tutur ini berperan penting dalam menciptakan suasana komunikasi yang efektif, membangun relasi interpersonal, serta mencapai kesepakatan dalam transaksi jual beli. Kajian ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap tindak tutur dapat membantu pelaku komunikasi di pasar tradisional dalam menghindari kesalahpahaman dan meningkatkan kualitas interaksi verbal.

Kata Kunci: Ilokusi, Interaksi Pasar, Komunikasi, Lokusi, Pragmatik

A. Pendahuluan

Bahasa merupakan sarana utama dalam interaksi sosial dan komunikasi manusia. Dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bahasa digunakan tidak hanya sebagai alat ekspresi, tetapi juga sebagai tindakan. Hal ini sesuai dengan pandangan Austin dan Searle bahwa bahasa mengandung tindakan yang disebut dengan tindak tutur (speech acts). Tindak tutur menjadi fokus dalam kajian pragmatik karena mampu merepresentasikan fungsi-fungsi komunikasi yang digunakan dalam berbagai konteks sosial (Yule, 2020; Rahardi, 2020).

Dalam konteks pasar tradisional, tindak tutur memainkan peran yang sangat vital dalam menunjang kelancaran proses jual beli. Percakapan antara penjual dan pembeli melibatkan berbagai ekspresi bahasa yang tidak hanya informatif tetapi juga persuasif dan ekspresif. Oleh karena itu, tindak tutur yang digunakan di pasar merupakan peristiwa tutur yang kaya akan nilai-nilai pragmatis.

Menurut penelitian Aqilah et al. (2024), pasar merupakan ruang komunikasi yang kompleks di mana peristiwa tutur terjadi secara simultan

dan intens. Penjual dan pembeli secara aktif menggunakan tuturan untuk menegosiasikan harga, menjelaskan kondisi barang, menyampaikan keluhan, hingga membangun hubungan sosial. Dalam proses ini, penutur tidak hanya mengucapkan kata-kata (lokusi) tetapi juga menyampaikan maksud tertentu (ilokusi) seperti memberi perintah, menyarankan, menjanjikan, atau mengungkapkan perasaan.

Namun, meskipun pasar sebagai ruang pragmatik telah menjadi objek studi dalam beberapa penelitian (Sidiq & Manaf, 2020; Hafifah, 2023), studi yang secara khusus memfokuskan pada analisis bentuk tindak tutur ilokusi dan lokusi di pasar tradisional lokal seperti Pasar Pattallassang, Kabupaten Takalar, masih sangat terbatas. Padahal, pasar ini memiliki karakteristik sosiolinguistik yang khas, seperti penggunaan bahasa daerah, ekspresi non-verbal, dan tuturan yang kental dengan nuansa budaya lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi bentuk tindak tutur ilokusi dan lokusi dalam interaksi antara penjual dan pembeli di Pasar Pattallassang, dan (2) menganalisis fungsi pragmatis dari tuturan tersebut

dalam konteks negosiasi dan transaksi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah penjual dan pembeli yang melakukan transaksi di Pasar Pattallassang, Kabupaten Takalar. Data diperoleh melalui observasi non-partisipatif, rekaman percakapan, serta pencatatan langsung selama kegiatan pasar berlangsung pada tanggal 24 Maret hingga 16 April 2025. Data yang terkumpul dianalisis dengan teknik analisis isi, yakni mengidentifikasi dan mengklasifikasikan bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi dan lokusi berdasarkan klasifikasi yang dikembangkan oleh Searle (1976), yakni asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif untuk ilokusi; serta imperatif, interogatif, dan deklaratif untuk lokusi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi interaksi verbal antara penjual dan pembeli di Pasar Pattallassang, ditemukan sebanyak 38 bentuk tindak tutur yang

diklasifikasikan menjadi dua kategori utama, yakni tindak tutur ilokusi dan lokusi.

1. Tindak Tutur Ilokusi (24 bentuk)

Berdasarkan klasifikasi Searle, bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi yang ditemukan adalah:

- a. Asertif (5 bentuk): tuturan yang bertujuan menyampaikan informasi, seperti menyebutkan kualitas barang atau kondisi produk.
- b. Direktif (5 bentuk): berupa permintaan, ajakan, atau instruksi, seperti menyuruh pembeli melihat barang atau mencoba produk.
- c. Komisif (5 bentuk): menunjukkan janji atau kesediaan untuk memberi potongan harga atau layanan tambahan.
- d. Ekspresif (5 bentuk): mencerminkan emosi penutur, seperti ucapan terima kasih, pujian, atau keluhan.
- e. Deklaratif (4 bentuk): menetapkan suatu kondisi atau kesepakatan, seperti pernyataan "sudah deal" atau "harga pas".

2. Tindak Tutur Lokusi (14 bentuk)

Kategori ini mengacu pada bentuk literal atau fisik dari tuturan:

- a. Imperatif (5 bentuk): perintah atau permintaan langsung, seperti “lihat ini”, “coba dulu”.
- b. Interogatif (5 bentuk): pertanyaan mengenai harga, ketersediaan barang, atau kualitas produk.
- c. Deklaratif (4 bentuk): pernyataan informatif tanpa mengharapkan tanggapan, seperti “ini ikan segar pagi tadi”.

Temuan ini menunjukkan bahwa tindak tutur ilokusi dan lokusi berperan besar dalam proses interaksi jual beli, baik untuk membangun hubungan interpersonal maupun mencapai kesepakatan.

1. Efektivitas Komunikasi:

Penggunaan tindak tutur ilokusi membantu menyampaikan maksud penutur secara implisit atau eksplisit. Misalnya, tuturan direktif seperti “ambil dua kak, nanti dikasih harga bagus” tidak hanya berisi ajakan, tetapi juga strategi negosiasi untuk menarik keputusan pembeli. Sedangkan tindak tutur lokusi mendukung

penyampaian informasi yang jelas, seperti menyebutkan “harganya lima belas ribu sekilo”, yang memudahkan proses transaksi.

2. Relasi Sosial dan Budaya:

Interaksi di pasar tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga pada hubungan sosial. Tindak tutur ekspresif seperti “makasih banyak ya bu, semoga laris juga” mencerminkan nilai-nilai budaya lokal yang menjunjung tinggi kesopanan dan rasa saling menghargai. Ini menandakan bahwa fungsi bahasa di pasar tidak lepas dari konteks sosial masyarakat setempat.

3. Negosiasi dan Kesepakatan:

Kombinasi antara lokusi dan ilokusi terlihat jelas saat proses tawar-menawar. Penjual menggunakan tuturan imperatif untuk menunjukkan dominasi sekaligus fleksibilitas, sedangkan pembeli merespons dengan interogatif atau ekspresif untuk menguji reaksi lawan tutur. Dalam banyak kasus, tindak tutur deklaratif muncul di akhir interaksi sebagai penanda tercapainya kesepakatan.

4. Konteks Lokal:

Keunikan pasar tradisional Pattallassang sebagai lokasi penelitian memberikan nilai lebih karena ragam tuturan tidak hanya terbatas pada bahasa Indonesia, tetapi juga mencakup penggunaan bahasa daerah dan ekspresi lokal. Hal ini memperkaya makna pragmatis dari tuturan yang diamati.

Dengan demikian, pemahaman terhadap jenis dan fungsi tindak tutur dalam konteks pasar tradisional dapat membantu meningkatkan kualitas komunikasi dan menghindari kesalahpahaman antar pelaku pasar.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tindak tutur ilokusi dan lokusi memainkan peran strategis dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Pattallassang. Ilokusi membantu menyampaikan maksud komunikatif secara langsung maupun tidak langsung, sementara lokusi mendukung penyampaian informasi secara literal dan jelas. Kedua bentuk ini saling melengkapi dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

Hasil penelitian ini menekankan pentingnya kesadaran pragmatis dalam interaksi verbal, terutama di ruang publik seperti pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Aqilah, A., Syahrudin, S., & Rahmawati, D. (2024). Analisis tindak tutur dalam interaksi pasar tradisional. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 12(1), 45–58.
- Hafifah, S. (2023). Konteks sosial dalam tindak tutur. *Jurnal Linguistik Terapan*, 10(2), 98–112.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of pragmatics*. Longman.
- Rahardi, K. (2020). *Pragmatik: Sebuah kajian awal*. Erlangga.
- Rahim, A. R., & Arifuddin. (2025). Bimbingan akademik terhadap skripsi “Analisis Tindak Tutur Ilokusi dan Lokusi dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Pasar Pattallassang”. Tidak diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, 5(1), 1–23.
- Sidiq, M., & Manaf, S. (2020). Strategi komunikatif dalam jual beli di pasar tradisional. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 8(1), 34–50.
- Wijana, I. D. P. (1996). *Dasar-dasar pragmatik*. Andi Offset.
- Yule, G. (2020). *Pragmatics* (2nd ed.). Oxford University Press.