

Kajian Pragmatik Terhadap Interaksi Sosial Melalui Penjualan Online Pada Masa Pandemi Covid-19

Evy Yuliana^{1*}, Yessi Fitriani², Muhammad Ali³

¹ SMK YP Gajah Palembang, Palembang, Indonesia

^{2,3} Universitas PGRI Palembang, Palembang, Indonesia

*Corresponding Author: evyuliana@gmail.com

Abstract

Language is a means of communication or interaction between humans with one another. The perfection of the process of communication or interaction is also inseparable from pragmatics, including in social interaction. The background of this research is to find out the politeness principle contained in the process of social interaction through online sales activities on the internet. The purpose of this study is to describe the principle of politeness used by sellers and buyers when interacting on social media. The method used in data collection is a descriptive method with a qualitative approach. The object under study is about pragmatic studies related to the principle of politeness towards social interactions carried out by sellers and buyers in online sales. Data collection techniques used in this research are observation and documentation techniques. Based on the research data, it was found that the principle of politeness in this study consisted of six maxims, namely the maxim of wisdom, the maxim of generosity, the maxim of appreciation, the maxim of simplicity, the maxim of consensus and the maxim of sympathy. However, there are four maxims used by the seller and the buyer, namely the maxim of wisdom, consensus, simplicity and appreciation.

Keywords: Pragmatics, Politeness Principles, Social Media.

Abstrak

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi atau interaksi antara manusia satu dengan manusia lainnya. Kesempurnaan proses komunikasi atau interaksi juga tidak terlepas dari pragmatik, termasuk dalam interaksi sosial. Penelitian ini dilatarbelakangi untuk mengetahui prinsip kesantunana yang terdapat pada proses interaksi sosial melalui kegiatan penjualan online di media internet. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan prinsip kesopanan yang dipergunakan oleh penjual dengan pembeli ketika berinteraksi di media sosial. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ialah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek yang diteliti yaitu tentang kajian pragmatik berkaitan dengan prinsip kesantunan terhadap interaksi sosial yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli dalam penjualan online. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik observasi dan dokumentasi. Berdasarkan data hasil penelitian diperoleh temuan bahwa prinsip kesantunan dalam penelitian ini terdiri dari enam maksim yaitu maksim kebijaksanaan, maksim kedermawanan, maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, maksim pemufakatan dan maksim kesimpatian. Namun, maksim yang digunakan oleh penjual dengan pembeli ada empat yaitu maksim kebijaksanaan, pemufakatan, kesederhanaan dan penghargaan.

Kata Kunci: Pragmatik, Prinsip Kesantunan, Media Sosial.

Article History:

Received 2022-03-31

Revised 2022-06-01

Accepted 2022-06-24

DOI:

10.31949/educatio.v8i2.2278

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sosial tentu tidak terlepas dari kegiatan interaksi dan komunikasi. Komunikasi adalah suatu kegiatan berbicara atau bertutur baik antar kelompok masyarakat maupun dengan masyarakat lainnya. Kegiatan bersosial atau bertutur yang baik harus menggunakan komunikasi yang baik juga. Komunikasi yang baik ialah komunikasi yang mudah dipahami dan dimengerti oleh lawan tutur (Monica & Afnita, 2020;

Nugraheni, 2010). Setiap komunikasi, penggunaan bahasa yang baik sangat berpengaruh untuk kelancaran sebuah kegiatan interaksi agar tujuan dari pembicaraan atau tuturan dapat tersampaikan dengan baik dan jelas.

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi atau interaksi antara manusia satu dengan manusia lainnya. Bahasa juga merupakan sistem lambang berupa bunyi yang bersifat sewenang-wenang (*arbitrer*) dan dipakai oleh anggota-anggota masyarakat untuk saling berhubungan dan berinteraksi (Sumarsono, 2012, hal 18). Bahasa berfungsi sebagai alat untuk berinteraksi dan berkomunikasi, artinya bahasa merupakan alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep, atau juga perasaan melalui peristiwa tutur (Hanum et al, 2020; Lutfiana & Sari, 2021). Bahasa memiliki peranan sebagai alat komunikasi yang penting yaitu, untuk dipergunakan sebagai sarana interaksi atau komunikasi serta bekerja sama dalam kehidupan bermasyarakat. Bahasa pada hakikatnya merupakan suatu sistem simbol yang tidak hanya merupakan urutan-urutan bunyi empiris, melainkan memiliki makna yang sifatnya nonempiris (Saymona, 2021, hal 18). Bahasa juga merupakan alat komunikasi yang paling penting bagi manusia karena dengan bahasa manusia dapat mengekspresikan apa yang ada dalam pikiran atau gagasannya (Rustono & Azizah, 2020, hal 145). Bahasa lisan adalah suatu bahasa yang dituturkan atau diucapkan secara langsung (*spontan*) kepada lawan tutur (Efendi et al, 2017). Bahasa lisan biasanya ditekankan pada cara, gaya, intonasi, dan ekspresi yang mudah dimengerti oleh lawan bicara atau lawan tutur. Ada pun bahasa tulis adalah suatu bahasa yang dituturkan atau diucapkan melalui media komunikasi dan bahasa tersebut diatur secara sistematis atau terencana, kemudian disampaikan kepada lawan tutur (Prabowo & Zalhairi, 2020). Bahasa terwujud dalam bentuk bertutur atau berbicara antara satu orang dengan orang lain atau bahkan kelompok. Manusia tidak dapat hidup perseorangan tanpa keberadaan dan bantuan orang lain. Sehingga dikatakan bahwa, bahasa ialah sarana untuk melakukan proses interaksi dalam kehidupan bersosial atau bermasyarakat. Kesempurnaan proses komunikasi atau interaksi juga tidak terlepas dari pragmatik.

Pragmatik merupakan studi yang membahas tentang hubungan tanda dengan penafsir. Sebagaimana diungkapkan pula oleh Tarigan (dikutip Rahardi et al., 2016, hal 17) bahwa pragmatik disebut juga semantik behavioral yaitu menelaah seluruh perilaku insan, terutama sekali dalam hubungannya dengan tanda-tanda dan lambang-lambang. Pragmatik berhubungan erat dengan hasil ujar antara pembicara dan pendengar atau penulis dan pembaca. Dalam hal ini, pragmatik yang dimaksud adalah keterampilan menggunakan bahasa baik menurut pembicara maupun pendengar untuk menangkap topik pembicaraan, tujuan, situasi, dan tempat pembicaraan berlangsung. Pragmatik juga sangat membantu kegiatan-kegiatan komunikasi atau berinteraksi di dalam konteks tertentu, dan sesuai dengan situasi atau kondisinya.

Dalam penelitian sebelumnya, kajian ini pernah dilakukan diantaranya oleh Nugraha (2014), Yuliana (2013), Harziko (2017), Gamgulu (2015), Prananta (2015), dan Wahidy (2019). Penelitian ini, akan melakukan kajian pragmatik terhadap interaksi sosial melalui penjualan online pada masa pandemi Covid-19. Pada masa pandemi covid-19 yang terjadi saat ini ada beberapa peraturan yang diterapkan oleh pemerintah salah satunya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Penerapan sistem PPKM dilakukan supaya masyarakat yang terjangkit atau terpapar virus covid-19 ini tidak mengalami peningkatan. Dengan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diterapkan oleh pemerintah tentu akan sangat berdampak pada aktivitas-aktivitas masyarakat khususnya dalam kegiatan interaksi sosial secara langsung. Oleh sebab itu pemerintah menganjurkan kepada masyarakat agar melakukan kegiatan interaksi atau komunikasi secara tidak langsung melalui bahasa tulis di media sosial.

Pemilihan kajian pragmatik terhadap proses interaksi sosial melalui penjualan online pada masa pandemi covid-19 ini menjadi alasan utama untuk meneliti objek tersebut sebagai bahan penelitian khususnya pada tindak tutur dan prinsip kesopanan yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli ketika berinteraksi di media sosial. Kajian pragmatik ini dilandasi karena peneliti ingin mengetahui serta memberikan gambaran tentang kerangka kerja dan juga fungsi bahasa dalam proses interaksi sosial. Secara tidak langsung interaksi yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli di media sosial atau internet seperti *whats.App*, *instagram*, *twitter*, *shopee*, *facebook*, *tokopedia* dan sebagainya merupakan suatu kegiatan pragmatik.

Dalam penelitian ini, data yang diambil dokumen berupa percakapan (*chat*) yang dilakukan antara penjual dengan pembeli ketika berinteraksi di media sosial. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini yaitu

prinsip kesantunan berbahasa yang dilakukan oleh pihak penjual dengan pembeli dalam kegiatan penjualan online. Prinsip kesantunan yang dianalisis meliputi: (1)maksim kebijaksanaan, (2)maksim kedermawanan, (3)maksim penghargaan, (4)maksim kesederhanaan, (5)maksim kemufakatan, dan (6)maksim kesimpatian.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan atau dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018, hal 2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian kualitatif ialah metode penelitian yang mendasarkan pada filsafat postpositivisme, dan digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2018, hal 9).

Pada penelitian ini Objek yang diteliti yaitu tentang kajian pragmatik berkaitan dengan prinsip kesantunan terhadap interaksi sosial yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli melalui penjualan online pada masa pandemi covid-19. Data yang dianalisis dalam penelitian ini dikhususkan pada kajian pragmatik, berkaitan dengan prinsip kesantunan terhadap interaksi sosial yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli melalui penjualan online pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palembang, tepatnya di sebuah butik atau toko pakaian (*Cloting Store*) yang ada di area Plaju yaitu *Soraya Shop*. Waktu penelitian kurang lebih enam bulan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik observasi dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2018, hal 224). Sependapat dengan pengertian di atas, Sugiyono (2020, hal 104) mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sedangkan teknik analisis yang digunakan yaitu *Conten Analysis* (analisis isi). Analisis isi dimaksudkan untuk menguji penelitian atau rekaman komunikasi yang sudah berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, data yang diperoleh oleh peneliti berupa tuturan (*percakapan*) yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli ketika berinteraksi di media sosial. Penelitian ini berlangsung di Kota Palembang tepatnya di sebuah Butik (*olsshop*) yang cukup terkenal dikalangan masyarakat khususnya wilayah Palembang yakni “*Soraya Shop*”. Guna mencapai tujuan dari kegiatan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan beberapa teknik pengumpulan data seperti teknik observasi, dan dokumentasi. Data dalam penelitian ini diambil dari bulan Agustus sampai dengan September tahun 2021.

Dalam penelitian ini proses interaksi (*percakapan*) antara penjual dengan pembeli di media sosial terdiri dari tiga puluh empat data yang diperoleh dari aplikasi *whatsApp*, dan *shopee*. Pada umumnya, prinsip kesantunan berbahasa ini dibagi menjadi enam kategori. Leech (dikutip Arta, 2016, hal 143) menyatakan bahwa prinsip kesantunan berbahasa meliputi: maksim kebijaksanaan, maksim kedermawanan, maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, pemufakatan, dan maksim kesimpatian. Prinsip kesantunan dalam kegiatan interaksi sosial penjualan online di masa pandemi covid-19 ini dapat dilihat dari beberapa data yang telah diperoleh melalui media sosial yaitu *whatsapp* dan *shopee*.

a. Maksim Kebijaksanaan

Data (Ke-1) Aplikasi *Shopee*

Percakapan Part (1)

@Novyliasari : Kira-kira kapan Kak ready nya?

Admin : Kurang tau juga Kakak. Nanti di post di ig (*instagram*) dan shopee Kakak kalau ready.

Dari percakapan di atas, tuturan yang diucapkan oleh admin termasuk ke dalam maksim kebijaksanaan. Hal ini diperjelas pada kalimat “*Kurang tau juga Kakak” nanti dipost ke instagram dan dan shopee kalau sudah ready*” merupakan sebuah tuturan yang menjelaskan bahwa seorang admin sangat bijaksana dalam menjawab pertanyaan dari pembeli dengan menjelaskan bahwa mereka akan menginformasikan lagi disosmed. Dengan respon tersebut seorang penjual menunjukkan sikap kebijaksanaanya dengan memberikan jawaban yang tepat agar pembeli tidak bertanya-tanya lagi.

b. Maksim Pemufakatan

Data (Ke-4) Aplikasi Shopee

- @Rapitalina : Pesanannya segera dikirm ya Kak.
 Admin : Baik Kak.
 @Rapitalina : Terima kasih Kak.
 Admin : Sudah diproses Kak, hanya tunggu JNT ambil paket jam 4 nanti Kak.
 @rapitarlina : Ok Kak.

Dari percakapan di atas, tuturan yang diucap oleh kedua penutur termasuk ke dalam maksim pemufakatan. Hal ini diperjelas pada kalimat “*Pesanannya segera dikirim ya Kak dan baik Kak*”. Pada kalimat yang dituturkan oleh seorang pembeli merupakan tuturan yang berisi sebuah pernyataan untuk meminta agar pihak penjual segera mengirim barang yang telah dipesannya. Sedangkan pada kalimat “*Baik Kak*” yang dituturkan oleh penjual merupakan sebuah respon positif bahwa ia akan melaksanakan permintaan yang dituturkan oleh pembeli. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat sebuah pemufakatan antara penjual dengan pembeli.

c. Maksim kesederhanaan

Data (Ke-9) Aplikasi Shopee

- @Debi : Mbak, warna yang tadi ya satu!
 Admin : Oke kak. Mbak barangnya sudah mau di antar ke rumah.
 @Debi : Rp. 35.000,00 Mbak ya.
 Admin : Iya Kak.
 Debi : Oke ke rumah saja Mbak. Sudah sampai Kak, bagus sekali.
 Admin : Iya Kak. Terima kasih ya.
 Debi : Bakal jadi langganan ini Kak.
 Admin : Alhamdulillah.

Dari percakapan di atas, tuturan yang diucapkan oleh kedua penutur termasuk ke dalam maksim kesederhanaan. Hal ini terlihat pada dialog kelima dan keenam yaitu kalimat “*Bagus sekali Kak*” dan “*Iya Kak terima kasih, alhamdulillah*”. Pada dialog keenam yang dituturkan oleh penjual merupakan sebuah kalimat yang mengandung sifat kesederhanaan, di mana seorang penjual merespon pujian seorang pembeli dengan sewajarnya saja. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat prinsip kesantunan khususnya dalam maksim kesederhanaan.

d. Maksim Penghargaan

Data (Ke-15) Aplikasi Whatsapp

- Yuni : Kak,,, tasnya sudah sampai. Makasih ya Kak.
 Admin : Alhamdulillah, gimana Kak suka nggak?
 Yuni : Alhamdulillah suka banget Kak, bagus.
 Admin : Alhamduliilah kalau suka.

Dari percakapan di atas, tuturan yang diucapkan oleh pembeli pada dialog ketiga merupakan maksim penghargaan. Hal ini terlihat dari kalimat yang dituturkan oleh seorang pembeli bahwa ia sangat menyukai barang yang telah dipesannya, sehingga ia memberikan pujian sebagai salah satu penghargaan dengan kepuasan yang telah diberikan oleh pihak toko.

Di masa pandemi covid-19 ini semua aktivitas menjadi sangat terganggu khususnya dalam kegiatan penjualan online di butik *Soraya Shop*. Untuk mengantisipasi hal tersebut aktivitas yang sebelumnya dapat dilakukan secara langsung kini beralih di media sosial. Hal ini dilakukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian yang sangat besar meskipun keuntungan yang diperoleh juga tidak akan sama. Adapun salah satu

aktivitas yang dilakukan secara online yaitu proses interaksi di media sosial. Dalam kegiatan pemasaran media sosial yang digunakan oleh pihak toko adalah *whatsapp*, *shopee*, dan *instagram*.

Dari pembahasan hasil penelitian, diperoleh temuan terkait prinsip kesantunan yang digunakan oleh penjual dengan pembeli baik di media *whatsapp* maupun *shopee*. Keempat prinsip kesantunan yang digunakan yaitu (1)maksim kebijaksanaan, (2)maksim pemufakatan, (3)maksim kesederhanaan, dan (4)maksim pengahrgaan. Adapun maksim yang paling diominan atau sering digunakan oleh penjual dengan pembeli adalah maksim pemufakatan. Hasil penelitian ini juga sekaligus sesuai dengan hasil yang diperoleh dari penelitian-penelitian yang dilakukan Nugraha (2014), Yuliana (2013), Harziko (2017), Gamgulu (2015), Prananta (2015), dan Wahidy (2019) yang menyatakan bahwa maksim pemufakatan cenderung muncul dalam percakapan karena banyak ungkapan yang bersifat memutuskan sesuatu atau keputusan untuk memesan atau membeli barang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis mengenai prinsip kesantunan antara penjual dengan pembeli di media sosial, maka dapat disimpulkan bahwa maksim pemufakatan yang lebih sering muncul atau dominan digunakan dalam percakapan ini karena banyak kalimat yang bersifat memutuskan sesuatu dan dalam hal ini berkaitan dengan keputusan untuk memesan atau membeli barang. Pada dasarnya semua prinsip kesantunan dalam interaksi (percakapan) antara penjual dengan pembeli, namun kapasitas maksim pemufakatan lebih dari pada pada yang lainnya.

Dari hasil pembahasan di atas, maka peneliti mempunyai beberapa harapan dan saran yang disampaikan sebagai berikut: Bagi guru atau pendidik khususnya dalam bidang pengajaran bahasa untuk tingkat sekolah dasar sampai tingkat perguruan tinggi atau pendidikan lainnya dapat dijadikan sumbangan literatur atau bahan ajar untuk teori-teori yang berkaitan kegiatan berbicara atau bertutur baik didalam kegiatan sehari-hari maupun kegiatan tertentu. Bagi masyarakat penelitian ini dapat menambah wawasan tentang cara dan kesantunan dalam berbicara atau bertutur. Bagi peneliti lain atau pembaca, penelitian ini diharapkan untuk dijadikan pedoman dan penambah wawasan yang berkaitan dengan prinsip kesantunan berbicara.

DAFTAR PUSTAKA

- Efendi, M., Rusminto, N. E., & Agustina, E. S. (2017). Tindak Tutur Transaksi Jual-Beli di Pasar Tradisional Central KotaBumi dan Implikasinya. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 5(3 Jul).
- Gamgulu, N. (2015). Analisis Tindak Tutur Dalam Novel Ayat-Ayat Cinta Karya Habiburrahman El Shirazy. *Jurnal Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi*, 3(2).
- Hanum, F., Ritonga, Z., Jayanti, N., & Rambe, B. H. (2020). Analisis Tindak Tutur Customer Service Bank Bri Kepada Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Pragmatik. *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 22-32.
- Harziko. (2017). *Tindak Tutur Ekspresif Bahasa Indonesia dalam Transaksi Jual-Beli di Pasar Tradisional Kota Baubau: Tinjauan Pragmatik*. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Leech, G.(2015). *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Lutfiana, M. A., & Sari, F. K. (2021). Tindak Tutur Representatif dan Direktif dalam Lirik Lagu Didi Kempot. *DIWANGKARA: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya Jawa*, 1(1).
- Monica, L., & Afnita, A. (2020). Tindak Tutur Direktif dan Strategi Bertutur Guru Mata Pelajaran Bahasa Indonesia di Kelas VII SMP Negeri 31 Padang. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(3), 217-225.
- Nugraha, S.(2014). Tindak Kelakar dan Ironi Pada Pemandu Acara Televisi: Kajian Pragmatik. *TESIS: Program Studi Magister Pengkajian Bahasa*.
- Nugraheni, Y. (2010). Analisis implikatur pada naskah film Harry Potter and The Goblet of Fire. In *prosiding seminar nasional & internasional* (Vol. 3, No. 1).

-
- Prabowo, A., & Zalhairi, M. (2020). Kajian Fonologis Kesalahan Sistematis pada Presentasi Makalah Mahasiswa Universitas Mataram. *LINGUA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 17(1), 115-147.
- Prananta, A. Y. (2015). *Perbandingan terjemahan ujaran yang mengandung implikatur percakapan pada subtitle film kategori remaja 'the avengers' dan film kategori dewasa 'the departed'* Kajian Pragmatik pada Penerjemahan (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).
- Rahardi et al. (2016). *Pragmatik*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Saymona, A.(2021). *Filsafat Bahasa dan Sastra Pendidikan*. Palembang: Neoerfikri Offset.
- Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, And R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono.(2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.CV.
- Sumarsono.(2012). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: SAB.
- Tarigan, H. G.(2009). *Pembejaran wacana*. Bandung: ANGKASA
- Yuliana, R. et al.(2013). Daya Pragmatik Tindak Tutur Guru dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *BASASTRA Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, Volume 2 Nomor 1(12302-6405), 1-14.