

KESANTUNAN BERBAHASA DALAM INTERAKSI ANTARA PENJUAL DAN PEMBELI TANAMAN BUNGA DAN BUAH DI PASAR KILOMETER 7 KABUPATEN BANJAR (SPEECH POLITENESS IN INTERACTION BETWEEN THE SELLERS AND THE BUYERS OF PLANTS FLOWERS AND FRUITS AT MARKET ON 7TH KILOMETERS IN BANJAR REGENCY)

Rusmini

MAN 2 Model Banjarmasin, Jl. Pramuka KM 6 RT 20 No 28

Email: miny_rusady@yahoo.co.id

Abstract

Speech Politeness in interaction between the Sellers and the Buyers of Plants Flowers and Fruits at Market on 7th Kilometers in Banjar regency. This research describes a form of civility and politeness strategies in interaction between some of sellers and buyers of flowers and fruits at traditional market on 7th Km in Banjar region. The form of politeness found in the data, it has six types; maxim of wisdom, the maxim of accept, the maxim of compliment, the maxim of modest, the maxim of deal or suitability, and the maxim of sympathy. There are three strategies of politeness; first, strategy of positive politeness. The speaker tried to greet her/his hearer to get easy close. Second, the strategy of negative politeness. It means the speaker gave some of choices to her/his hearer. Last or third, off record strategy. This strategy used sign than direct orders.

Key words: polite, sellers, buyers

Abstrak

Kesantunan Berbahasa dalam Interaksi antara Penjual dan Pembeli Tanaman Bunga dan Buah di Pasar Kilometer 7 Kabupaten Banjar. Penelitian ini mendeskripsikan wujud kesantunan dan strategi kesantunan dalam interaksi antara penjual dan pembeli tanaman bunga dan buah di Pasar Km.7 Kab. Banjar. Wujud kesantunan dalam data yang ditemukan berjumlah enam jenis, yaitu maksim kebijaksanaan, maksim penerimaan, maksim kemurahan atau pujian, maksim kerendahan hati, maksim kesepakatan atau kecocokan, dan maksim kesimpatian. Strategi kesantunan ada tiga jenis. Pertama, strategi kesantunan positif, yaitu melalui menggunakan kata sapaan yang berusaha membuat mitra tuturnya merasa akrab. Kedua, strategi kesantunan negatif, yaitu dengan memberikan pilihan kepada mitra tuturnya. Ketiga, strategi Off Record, yaitu dengan menggunakan isyarat daripada perintah langsung.

Kata-kata kunci: kesantunan, penjual, pembeli

PENDAHULUAN

Pasar adalah tempat penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pertemuan penjual dan pembeli memungkinkan terjadinya interaksi sosial. Dalam kegiatan

transaksi jual beli, setiap individu, baik penjual maupun pembeli akan melakukan hubungan sosial yang dipengaruhi oleh konteks sosial budaya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Proses interaksi yang terjadi, baik itu berupa kegiatan jual-beli maupun kegiatan yang lain akan memunculkan bentuk-bentuk interaksi. Dalam suatu percakapan umumnya partisipan-partisipan yang terlibat selalu berusaha untuk menjaga hubungannya, misalnya mereka akan memberikan informasi sesuai dengan yang dikehendaki. Hubungan antara orang yang terlibat dalam percakapan umumnya mempunyai relasi, misalnya orang tua dan anak, guru dan murid, penjual dan pembeli.

Bahasa jual beli merupakan topik yang sangat menarik dan unik untuk diteliti. Alasan ini membuat peneliti memilih topik ini. Lokasi yang peneliti ambil berada di jalan A.Yani kilometer 7. Pasar ini merupakan pasar harian, tetapi pengunjung akan lebih banyak ketika pada hari minggu. Dalam kesehariannya, di pasar ini selalu ditemui transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli tanaman bunga dan buah. Mayoritas penjual dan pembelinya berasal dari suku Banjar juga dari beberapa suku lainnya. Pada hari tertentu seperti pada hari minggu pagi, jumlah pengunjung lebih banyak dan barang yang ditawarkan pun lebih bervariasi. Penelitian ini penting karena dapat mendeskripsikan wujud kesantunan dan strategi kesantunan dalam interaksi antara penjual dan pembeli tanaman bunga dan buah di Pasar kilometer 7 Kabupaten Banjar.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berupaya mendeskripsikan data yang diperoleh berdasarkan pada gejala yang terungkap di lapangan, yaitu tuturan penjual dan pembeli tanaman bunga dan buah di Pasar kilometer 7 Kabupaten Banjar. Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik. Metode atau langkah kerja dalam menganalisis data dengan menggunakan pendekatan pragmatik adalah sebagai berikut.

1. Peneliti akan mengklasifikasikan analisis data berdasarkan dua bagian utama, yaitu wujud kesantunan dan strategi kesantunan. Pengklasifikasian ini dilakukan dengan tujuan agar analisis data lebih terfokus. Selain itu, hal ini juga dilakukan sebagai bentuk usaha untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan pada bagian pendahuluan. Wujud kesantunan yang diklasifikasikan dalam penelitian ini dibagi menjadi enam, yaitu maksim kebijaksanaan, maksim penerimaan, maksim kemurahan, maksim kerendahan hati, maksim kesetujuan, dan maksim kesimpatian. Pembagian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Leech (1993: 206-207). Strategi kesantunan menggunakan teori yang berbeda, yaitu strategi yang dikembangkan oleh Brown dan Levinson. Berdasarkan teori itu, ada tiga strategi kesantunan, yaitu strategi kesantunan positif, strategi kesantunan negatif, dan strategi *off record*. Peneliti akan mengklasifikasikan analisis data strategi kesantunan berdasarkan teori tersebut.
2. Analisis tentang wujud kesantunan mengklasifikasikan analisis data berdasarkan enam jenis, yaitu maksim kebijaksanaan, maksim penerimaan, maksim kemurahan, maksim kerendahan hati, maksim kesetujuan, dan maksim kesimpatian. Data-data yang memiliki ciri-ciri yang mirip dengan acuan teori yang dimaksud akan dimasukkan pada bagian itu dan dianalisis secara khusus dengan menampilkan data yang digunakan. Data dimasukkan dalam maksim kebijaksanaan bila penutur berusaha mengurangi kerugian orang lain dan menambah keuntungan orang lain melalui tuturannya. Data dimasukkan dalam maksim penerimaan

bila penutur berusaha mengurangi keuntungan diri sendiri dan menambah pengorbanan diri sendiri dalam tuturannya. Data dimasukkan dalam maksim kemurahan bila penutur berusaha mengurangi cacian pada orang lain dan menambah pujian pada orang lain dalam tuturannya. Data dimasukkan dalam maksim kerendahan hati bila penutur berusaha mengurangi pujian pada diri sendiri dan menambah cacian pada diri sendiri dalam tuturannya. Data dimasukkan dalam maksim kesetujuan bila penutur berusaha mengurangi ketidaksesuaian antara diri sendiri dengan orang lain dan meningkatkan persesuaian antara diri sendiri dan orang lain dalam tuturannya. Data dimasukkan dalam maksim kesimpatian bila penutur berusaha mengurangi antipati antara diri sendiri dan orang lain dan memperbesar simpati antara diri sendiri dan orang lain.

3. Analisis selanjutnya membahas mengenai strategi kesantunan yang digunakan oleh penjual dan pembeli. Analisis bagian ini dibagi menjadi tiga, yaitu strategi kesantunan positif, strategi kesantunan negatif, dan strategi *off record*. Pembagian ini mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Brown dan Levinson. Data dimasukkan dalam strategi kesantunan positif bila penutur berusaha memperhatikan ekspresi solidaritas mitra tuturnya dan lebih menekankan pada hubungan kedekatan antara penutur dan mitra tutur. Data dimasukkan dalam strategi kesantunan negatif bila penutur berusaha menunjukkan kesadaran terhadap hak orang lain untuk tidak dipaksa. Data dimasukkan dalam strategi *off record* bila penutur berusaha menghindari gangguan utama, misalnya mengisyaratkan, bukan membuat perintah langsung dalam tuturannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wujud Kesantunan

Maksim Kebijaksanaan

Maksim ini berdasarkan pada aturan, yaitu buatlah kerugian orang lain sekecil mungkin dan buatlah keuntungan orang lain sebesar mungkin. Maksim kebijaksanaan ini menetapkan pembicaraan untuk membuat keuntungan bagi orang lain sebesar mungkin dan menetapkan lawan bicara untuk membuat kerugian dirinya sebesar mungkin.

Dalam data penelitian ini juga ditemukan maksim kebijaksanaan antara penjual ketika salah satu dari mereka meminta pertolongan kepada yang lain. Tuturan yang diberikan ini akan memberikan keuntungan bagi mitra tutur dan berpotensi memberikan kerugian bagi penutur di masa yang akan datang. Melalui tuturan yang diucapkan, penutur telah memberikan informasi yang mengharuskannya memberikan bantuan kepada mitra tuturnya secara langsung. Hal ini dapat diamati pada kutipan teks berikut ini.

[1] Penjual 1: Adakah baturup duit 50-an dua ? (1)

(Ada tukar uang 50 dua)

Penjual 2: Hadangi malihati, ada ai nah (2)

(Tunggu saya lihat, ada aja)

Maksim kebijaksanaan terlihat ketika penjual kedua memberitahukan bahwa uang lima puluh ribu dua lembar yang diperlukan penjual pertama untuk ditukar dengan uangnya sebesar seratus ribu satu lembar memang ada. Maksim ini ditaati pada teks (2) yang berbunyi "*Hadangi*

malihati, ada ai nah" (Tunggu saya lihat, ada aja). Tuturan yang digunakan untuk menaati maksim kebijaksanaan ini berbentuk ujaran direktif, yaitu menyuruh mitra tutur untuk menunggu sebentar karena penutur sedang mencarikan uang yang sedang dicari. Penutur meminta kesempatan untuk melihat isi dompetnya demi menolong mitra tuturnya tersebut. Penjual kedua secara tidak langsung telah memberitahukan bahwa dia bersedia menukarkan uang yang diminta. Permintaan ini akan mengharuskan penjual agar bersedia menukarkan uang miliknya sebesar 50 ribu dua lembar menjadi seratus ribu satu lembar. Seandainya penutur menolak permintaan diajukan, tuturan ini dapat dikatakan tidak santun. Namun, penutur secara suka rela menukarkan uangnya setelah permintaan ini diajukan. Dengan demikian, jawaban dalam tuturan penjual telah memberikan keuntungan bagi mitra tuturnya karena penutur mau tidak mau harus melakukan apa yang diinginkan oleh mitra tuturnya, yaitu menukarkan uang miliknya.

Sebenarnya dalam peristiwa ujaran (*speech events*) itu tidak menimbulkan persoalan apa-apa. Namun, bagi penjual, uang dengan nominal lebih rendah dalam jumlah banyak lebih berguna daripada uang dengan nominal lebih tinggi dalam jumlah sedikit. Dengan demikian, penjual kedua yang dengan rela menukarkan uangnya kepada penjual pertama pada teks (2) merupakan sebuah bentuk pengorbanan. Penutur membiarkan mitra tuturnya mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, sedangkan dia sendiri membiarkan dirinya terancam menerima kerugian. Kemungkinan ini tentu hanya merupakan risiko yang dapat terjadi atau tidak terjadi sama sekali. Meskipun demikian, hal ini merupakan bentuk solidaritas untuk saling tolong-menolong. Penjual kedua menunjukkannya melalui tuturan (2) tersebut.

Maksim Penerimaan

Maksim ini berdasarkan aturan, yaitu buatlah keuntungan diri sendiri sekecil mungkin dan buatlah kerugian diri sendiri sebesar mungkin. Setiap penutur dalam maksim ini diharapkan agar membuat mitra tuturnya mendapatkan keuntungan, sedangkan penuturnya mendapatkan kerugian. Bila prinsip ini diikuti, penutur akan dianggap sebagai orang yang dermawan. Hal ini dapat diamati pada kutipan teks berikut ini.

[2] Pembeli: Uma baratnya ih (1)
(Aduh beratnya ya)

Penjual: Ih andak situ ja ding ai dulu, kena amang angkatka mobil (2)
(Ya, letakkan aja dulu di situ, nanti paman angkat ke mobil)

Maksim kedermawanan terlihat ketika penjual menawarkan bantuan kepada pembeli untuk mengangkat tanaman yang dibeli ke atas kendaraan milik pembeli yang terlihat pada teks (2). Penjual mengatakan "*Ih andak situ ja Ding ai dulu, kena amang angkatka mobil*" (Ya letakkan di situ saja dik dulu, nanti paman angkatka ke mobil). Tuturan ini disampaikan dalam bentuk ujaran direktif. Penjual memerintahkan pembeli untuk meletakkan barang yang dibelinya itu di depan saja. Hal ini dilakukan karena selanjutnya penjual yang akan mengangkatnya ke dalam mobil. Ujaran ini memberikan keuntungan kepada pembeli karena dia tidak perlu mengangkat barang itu sendirian. Dia hanya perlu meletakkannya di depan, sedangkan sisanya penjual yang akan memindahkannya. Tuturan ini menunjukkan bahwa penjual dengan suka rela menolong pembelinya yang sedang kesulitan. Penjual telah menaati prinsip maksim kedermawanan, yaitu memerintahkan pembeli untuk meletakkan tanamannya yang membuat pembeli atau mitra tuturnya mendapatkan

keuntungan. Perintah yang diberikan merupakan sebuah kemudahan bagi pembeli untuk membawa tanaman yang dibelinya. Namun, penjual mendapatkan kerugian dengan memberikan tenaganya untuk mengangkat barang itu. Maksim ini ditaati oleh penjual karena keuntungan yang diperoleh penjual dan kerugian yang diterimanya tidak berkaitan dengan uang. Oleh sebab itu, hal ini tidak menjadi persoalan yang besar bagi pembeli.

Maksim Kemurahan atau Pujian

Maksim ini berdasarkan pada aturan, yaitu kecamlah orang lain sesedikit mungkin dan pujilah orang lain sebanyak mungkin. Setiap penjual berusaha agar barang dagangannya dibeli oleh pembeli. Maksim kemurahan dan pujian yang lebih jelas dapat diamati pada kutipan berikut ini. Dalam data ini, pembeli secara eksplisit memberikan pujian kepada barang yang dijual. Tindakan ini tentu saja dilakukan agar pembeli mendapat keuntungan dari penjual, yaitu harga yang lebih murah. Kutipan itu adalah sebagai berikut.

- [3] Pembeli: Bagusnya kambang nang itu? Bulihlah aku manjapai (1)
(Cantiknya bunga itu ? Boleh tidak aku pegang?)
Penjual: Ayuha (2)
(Boleh)
Pembeli: Kambang apa ni ngarannya, bengkeng banar (3)
(Bunga apa ini namanya, cantik sekali)
Penjual: Kambang Kertas (4)
(Bunga Buegenville)

Maksim kemurahan dan pujian dituturkan oleh pembeli kepada penjual. Maksim ini terlihat dengan jelas ketika pembeli bertanya “*Bagusnya kambang nang itu?*” (Bagusnya bunga yang itu?) yang terkandung pada teks (1). Secara eksplisit tuturan ini berbentuk eksklamatif (kalimat seru). Dalam tuturan ini, pembeli memuji bunga yang dijual pedagang. Pada penggunaan kata *bagusnya*, pembeli telah memberikan pujian kepada dagangan tersebut. Pembeli ini kembali memuji dagangan itu setelah mengamatinya dengan lebih jelas. Pembeli kembali bertanya dengan mengatakan “*Kambang apa ni ngarannya, bengkeng banar?*” (Bunga apa ini namanya, cantik sekali?) yang terkandung pada teks (3). Sebelumnya, tuturan ini juga menggunakan bentuk kalimat pujian asertif yang berproposisi pujian. Namun, pada tuturan ini pembeli menanyakan namanya. Sebagaimana pertanyaan pertama, pembeli menyisipkan pujiannya dalam pertanyaan, tetapi dengan kata yang berbeda, yaitu *bengkeng banar* (cantik sekali). Tuturan-tuturan berupa pertanyaan ini sebenarnya hanya retorika semata, sedangkan tujuan utamanya ialah untuk memuji. Kata-kata ini menunjukkan bahwa pembeli sangat tertarik dengan bunga itu dan memberikan pujian-pujian terhadap keindahannya. Oleh sebab itu, secara tidak langsung tuturan ini berisi informasi bahwa pembeli sangat terpesona dengan keindahan bunga yang dijual. Dia menunjukkannya dengan beberapa kata pujian dalam pertanyaannya.

Maksim Kerendahan Hati

Maksim ini berdasarkan pada aturan, yaitu pujilah diri sendiri sesedikit mungkin dan kecamlah diri sendiri sebanyak mungkin. Setiap penutur diharapkan tidak menyombongkan diri, tetapi justru menyampaikan berbagai kekurangan yang ada pada diri mereka. Prinsip ini sangat sulit ditaati dalam sebuah transaksi jual beli. Terlebih lagi bila penutur berada di pihak penjual. Seorang penjual

akan berusaha sedapat mungkin untuk menjelaskan kelebihan dari barang yang dijualnya. Keadaan seperti ini dapat diamati pada percakapan berikut ini.

[4] Pembeli: Ini pang, limau nang ini berapa? (1)
(Kalau jeruk ini berapa?)

Penjual: Limaunya manis banar, kawa langsung dimakan, murah haja (2)
(Jeruknya manis sekali, bisa langsung dimakan, murah saja)

Pembeli: Ganalnya kaya ini kah kena? (3)
(Besarnya seperti ini ya?)

Penjual: Kada, sedikitah taganal, ini babuah tarus Bu ai (4)
(Tidak, sedikit lebih besar, ini selalu berbuah Bu)

Penjual memuji diri sendiri, seharusnya penjual memuji pembelinya. Pelanggaran maksim kerendahan hati terjadi ketika penjual menjelaskan berbagai kelebihan yang ada pada barang dagangannya pada teks (2) yang berbunyi "*Limaunya manis banar, kawa langsung dimakan, murah haja*" (Jeruknya manis sekali, bisa langsung dimakan, murah saja) dan teks (4) yang berbunyi "*Kada, sedikitah taganal, ini babuah tarus bu ai*" (Tidak, sedikit lebih besar, ini berbuah terus bu). Keduanya disampaikan dalam bentuk ujaran asertif. Penjual memberikan sejumlah informasi mengenai berbagai kelebihan yang terkandung dalam barang dagangannya. Informasi mengenai kelebihan-kelebihan yang disampaikan dalam tuturan ini merupakan sebuah bentuk pelanggaran maksim kerendahan hati. Seorang penutur seharusnya merendahkan kelebihan yang dimilikinya, sedangkan pada tuturan ini penutur secara sengaja memuji-muji berbagai kelebihan yang dimiliki oleh jeruk miliknya. Oleh sebab itu, menurut teori Leech tuturan ini tidak bisa dikatakan santun berdasarkan maksim kemurahan atau pujian.

Maksim Kesepakatan atau Kecocokan

Maksim ini berdasarkan pada aturan, yaitu kurangi ketidaksesuaian antara diri sendiri dan orang lain, serta tingkatkan persesuaian antara diri sendiri dan orang lain. Maksim ini dapat tercapai bila antara penutur dan mitra tutur sepakat, misalnya dengan harga dan barang yang ditransaksikan. Teks yang menunjukkan hal ini adalah sebagai berikut.

[5] Penjual: Jadikah kambangnya? (1)
(Jadi tidak bunganya)

Pembeli: Hakunlah salawi? (2)
(Mau tidak 25)

Penjual: Itu sudah murah banar (3)
(Itu sudah murah sekali)

Pembeli: Iyakah, ayuha... (4)
(Oya, baiklah)

Dalam percakapan ini, pembeli ingin membeli sebuah bunga dengan harga sebesar 25 ribu yang ditunjukkan pada teks (2). Namun, penjual berharap agar harganya sesuai dengan harga awal yang telah dijelaskan olehnya. Oleh sebab itu, tawaran yang diberikan oleh pembeli ditolak. Penjual mengatakan bahwa harga yang ditetapkan merupakan harga yang sudah murah. Hal ini dinyatakan melalui teks (3) dengan tuturan yang berbunyi "*Itu sudah murah banar*" (Itu sudah murah sekali). Perbedaan ini sangat berpotensi terjadinya kegagalan sebagaimana teks-teks sebelumnya. Namun,

dalam teks ini pembeli menerima harga yang ditetapkan oleh penjual. Penerimaan ini ditunjukkan melalui teks (4) dengan tuturan yang berbunyi “*Iyakah, ayuha...*”. Akhirnya, kesepakatan harga terjadi dan pembeli setuju membeli bunga dengan harga yang telah ditetapkan penjual. Kesepakatan ini terjadi karena salah satu pihak menerima atau memiliki kesesuaian dengan mitra tuturnya. Dengan demikian, pada teks ini maksim kesepakatan dan kecocokan dipatuhi oleh kedua belah pihak. Pembeli melakukannya dengan meningkatkan kesesuaian melalui ucapan *ayuha* sebagai tanda kesepakatan.

Maksim Kesimpatian

Maksim ini berdasar pada aturan, yaitu kurangi antipati antara diri sendiri dan orang lain, serta perbesar simpati antara diri sendiri dengan orang lain. Rasa simpati dapat memengaruhi para penutur untuk mengubah pendiriannya dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam data penelitian ini juga ditemukan maksim kesimpatian yang dilakukan oleh pembeli. Pembeli menunjukkan kesimpatian terhadap keadaan yang ada pada penjual. Pembeli menunjukkan rasa simpati terhadap kondisi yang dialami oleh mitra tuturnya, yaitu penjual melalui tindak tuturnya. Hal ini dapat diamati pada kutipan teks berikut ini.

- [6] Pembeli: Ini nang baguslah pupuknya? (1)
(Ini yang bagus ya pupuknya?)
Penjual: Iih, ini asli kada bacampur (2)
(Ya, ini asli tidak bercampur)
Pembeli: Aku suah nukar, sakalnya banyak bacampur tanah (3)
(Saya pernah beli, ternyata banyak bercampur tanah)
Penjual: Marasnyalah pian (4)
(Kasihani sekali kamu)

Maksim kesimpatian terlihat ketika penjual menyampaikan rasa kasihan terhadap pengalaman yang pernah dialami oleh pembeli pada teks (4). Penjual ini mengatakan “*Marasnyalah pian*” (Kasihani sekali kamu). Tuturan ini disampaikan dalam bentuk ujaran asertif. Tuturan ini merupakan bentuk simpati penjual terhadap cerita mengenai pengalaman buruk yang dialami pembeli yang disampaikan pada teks (3). Pengalaman buruk ini membuat penjual bersimpati. Tindakan ini membuat pembeli merasa lebih tenang. Dengan demikian, rasa kedekatan akan muncul antara penjual dan pembeli. Hal ini akan menjadikan transaksi jual beli akan berlangsung dengan lebih lancar. Pembeli akan merasa lebih nyaman dengan sikap yang ditunjukkan oleh penjual sehingga keinginannya untuk membeli di tempat itu menjadi lebih besar. Rasa simpati yang diperlihatkan oleh penjual ini dapat digolongkan sebagai tuturan yang santun. Penjual ini telah mematuhi maksim kesimpatian yang digagas oleh Leech yang berbunyi perbesar simpati antara diri sendiri dengan orang lain.

Strategi Kesantunan

Strategi Kesantunan Positif

Strategi kesantunan positif adalah keinginan untuk dipandang baik oleh penutur dan keinginan untuk dianggap sebagai teman atau orang kepercayaan. Strategi ini merupakan tindak penyelamatan muka dengan memperhatikan ekspresi solidaritas mitra tuturnya dan lebih menekankan pada hubungan kedekatan antara penutur dan mitra tutur. Bentuk sapaan lain sebagai salah satu bentuk

strategi kesantunan positif juga dapat diamati pada kutipan teks berikut ini.

[1] Pembeli: Ada bajual kambang kuping gajah kah ? (1)

(Ada jual bunga kuping gajah ya?)

Penjual: Tuh, ada ai (2)

(Itu ada)

Pembeli: Berapa, Mang? (3)

(Berapa, Paman?)

Penjual: Dua puluh ribu (4)

Penggunaan strategi kesantunan positif terlihat ketika pembeli menyebut penjual itu dengan kata sapaan *mang* (paman) yang dapat diamati pada teks (3). Kata ini digunakan untuk orang yang dianggap sebagai seseorang yang lebih tua dan dihormati. Namun, tua yang dimaksud di sini tidak terpaut jauh dengan penutur yang mengucapkannya. Dengan kata lain, sapaan ini digunakan untuk kakak. Pembeli menggunakan kata sapaan ini dengan maksud agar terjadi kedekatan di antara mereka. Dengan demikian, penjual akan merasa dihormati dan dianggap sebagai orang yang memiliki hubungan kekeluargaan. Perasaan ini akan membuat mereka sedikit melonggarkan tujuan utamanya untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan dagangannya. Sebaliknya, pembeli akan mendapatkan keuntungan karena dia kemungkinan besar mampu mendapatkan barang yang diinginkannya dengan harga yang lebih murah atau paling tidak mendapatkan pelayanan yang lebih baik. Strategi untuk menciptakan rasa kedekatan seperti ini juga digolongkan sebagai strategi kesantunan positif.

Strategi Kesantunan Negatif

Strategi kesantunan negatif adalah upaya untuk menunjukkan kesadaran terhadap hak orang lain untuk tidak dipaksa. Seorang penutur akan berusaha agar tidak membuat tuturannya terkesan memaksa. Cara yang dilakukan oleh penutur yang menggunakan strategi ini ialah dengan memberikan pilihan kepada mitra tuturnya. Pilihan ini membuat mitra tutur merasa bebas karena dia tidak diharuskan mengikuti apa yang diucapkan penutur, tetapi bebas memilih dari pilihan yang diberikan. Percakapan yang menunjukkan hal ini dapat diamati pada kutipan teks berikut ini.

[7] Pembeli: Ada bajual anak lombokkah? (1)

(Ada jual anak cabe ya?)

Penjual: Anak lombok apa? Perawit, lombok hijau, atau lombok tiung? (2)

(Anak cabe apa? Cabe rawit, cabe hijau atau cabe tiung?)

Pembeli: Kawalah melihat barangnya ? (3)

(Bisa tidak lihat barangnya?)

Penjual: Kawa ai (4)

(Bisa)

Strategi kesantunan negatif dilakukan oleh penjual ketika dia memberikan tiga pilihan kepada pembeli dari beberapa jenis cabe yang dimilikinya yang terlihat pada teks (2). Penjual tidak segera mengarahkan untuk membeli salah satu jenis cabe yang dimilikinya. Pemberian pilihan ini merupakan salah satu strategi kesantunan negatif. Penjual menghindari pemaksaan kepada pembeli. Cara yang dilakukan ialah dengan memberikan pilihan untuk menentukan sendiri barang yang diinginkannya. Dengan demikian, pembeli akan merasa bebas untuk menentukan sendiri apa yang diinginkannya

sehingga dia tidak merasa dipaksa untuk membeli sesuatu. Jadi, pada data percakapan tersebut penjual telah melakukan strategi kesantunan negatif kepada pembelinya melalui tuturan yang telah diucapkannya.

Strategi Off Records

Kesantunan '*off record*' adalah menghindari gangguan utama, misalnya mengisyaratkan, bukan membuat perintah langsung. Dalam deskripsi biasa, pernyataan-pernyataan tersebut bisa disebut "isyarat". Penjual atau pembeli terkadang merasa sungkan untuk menolak secara langsung apa yang diinginkan oleh mitra tuturnya. Oleh sebab itu, mereka terkadang menggunakan strategi *off record* agar tuturannya tetap santun. Bentuk strategi kesantunan yang digunakan oleh pembeli untuk mendapatkan informasi yang diinginkannya dapat diamati pada kutipan teks berikut ini.

[8] Penjual: Berapa buting ikam manukar ? (1)
(Berapa buah kamu membeli)

Pembeli 1: 4 pot (2)

Pembeli 2: Banyaknya, gasan apa ? Bakabun kah? he.... (3)
(Banyaknya, untuk apa? Berkebun ya? He...)

Pembeli 1: Kada, gasan ulun 2 pot gasan anak kaka 2 pot nya. (4)
(Tidak, untuk saya 2 pot, untuk anak kaka 2 pot)

Strategi *Off Record* terlihat ketika pembeli kedua menanyakan alasan pembeli pertama membeli tanaman yang begitu banyak yang ditunjukkan pada teks (3). Pembeli kedua pada akhir tuturannya menggunakan sedikit tawa untuk mencairkan suasana. Tuturan pembeli kedua, yaitu "*Banyaknya, gasan apa? bakabunkah? he....*" (Banyaknya, untuk apa? Berkebunkah? he...) Kondisi yang terjadi ialah pembeli pertama dan kedua sama sekali tidak mengenal satu sama lain. Hal ini mengakibatkan adanya jurang pemisah antara keduanya. Pembeli kedua pada dasarnya hanya ingin mendapatkan informasi mengapa pembeli pertama membeli tanaman begitu banyak. Oleh sebab itu, beberapa usaha yang dilakukannya ialah menghilangkan jurang pemisah itu dengan mencairkan suasana. Usaha yang dilakukannya ialah dengan menambahkan tuturan candaan agar pertanyaannya tidak dianggap terlalu serius. Dia menambahkan satu pertanyaan lain, yaitu apakah tanaman-tanaman itu digunakan untuk berkebun. Pertanyaan ini sebenarnya dimaksudkan agar mitra tuturnya tertawa karena kegiatan berkebun membutuhkan tanaman lebih banyak dari itu. Di samping itu, berkebun juga membutuhkan lahan yang luas dan pekerjaan yang tidak sedikit. Bila melihat dari kondisi pembeli pertama, kegiatan ini sangat kecil kemungkinannya. Oleh sebab itu, pertanyaan ini pada dasarnya dimaksudkan hanya sebagai candaan. Untuk memperkuat humor, pembeli kedua menambahkan tawanya sedikit untuk memperjelas kelucuan dalam tuturannya.

Tawa yang ditunjukkan pada teks (3) ini tidak memiliki makna apa-apa secara harfiah. Namun, dilihat dari segi strategi kesantunan dapat digolongkan sebagai *Off Record*. Penutur yang tidak saling mengenal dengan mitra tuturnya akan dianggap kurang sopan bila bertanya mengenai sesuatu yang bukan urusannya secara terlalu mendalam. Pembeli kedua secara tidak langsung mengajak pembeli pertama ikut dalam canda yang dituturkannya pada kalimat sebelumnya demi meruntuhkan jurang pemisah keduanya. Hal ini dilakukan agar tuturannya terkesan lebih santun karena pembeli kedua tidak mengenal secara akrab pembeli pertama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Wujud kesantunan dalam data yang ditemukan berjumlah enam jenis, yaitu maksim kebijaksanaan, maksim penerimaan, maksim kemurahan atau pujian, maksim kerendahan hati, maksim kesepakatan atau kecocokan, dan maksim kesimpatian. Strategi kesantunan ada tiga jenis. *Pertama*, strategi kesantunan positif, yaitu melalui menggunakan kata sapaan yang berusaha membuat mitra tuturnya merasa akrab. *Kedua*, strategi kesantunan negatif, yaitu dengan memberikan pilihan kepada mitra tuturnya. *Ketiga*, strategi *Off Record*, yaitu dengan menggunakan isyarat daripada perintah langsung.

Saran

Kepada para peneliti berikutnya disarankan agar meneliti wujud dan strategi kesantunan pada penjual dan pembeli buah dan tanaman di pasar khusus buah dan tanaman di wilayah Indonesia lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Diterjemahkan oleh M. D.D. Oka dan Setyadi Setyapranata. Jakarta: UI Press.