

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi yang perannya sangat penting, dengan bahasa penutur dapat membuat lawan tutur memiliki pemahaman yang sama terhadap yang sedang dibicarakan. Seperti yang dikemukakan oleh Wijana (1996:1), pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni cara satuan kebahasaan ini digunakan dalam komunikasi. Maka dari itu pemilihan bahasa yang digunakan dalam keseharian akan berdampak pada komunikasi antarindividu. Bahasa tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi saja, tetapi juga untuk memengaruhi lawan bicaranya.

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan adanya komunikasi yang baik, para penutur dan lawan tutur dapat bertukar informasi, pesan, hingga membangun hubungan sosial. Relevan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Mulyana (2005:5), bahwasannya komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Komunikasi sering digunakan dalam berbagai fungsi, tidak hanya untuk menyampaikan informasi secara literal saja tetapi juga berfungsi untuk meminta, menawarkan, memerintah, mengajak, dan mengarahkan. Hal tersebut dibahas dalam konsep tindak tutur.

Dalam kegiatan pelayanan di ranah bisnis, bahasa memiliki peran penting

sebagai alat komunikasi. Kegiatan pelayanan toko memiliki peran penting untuk usaha, tidak hanya dalam menyampaikan informasi tetapi juga dalam membangun relasi atau hubungan antara penjual dan pembeli. Komunikasi yang baik akan sangat membantu keberhasilan sebuah usaha, dengan kata lain tuturan yang digunakan oleh penjual ketika melayani pembeli memiliki dampak terhadap keputusan akhir proses transaksi, kepuasan pembeli, kenyamanan pembeli, dan citra baik dari sebuah usaha.

Fenomena ini terjadi di Toko Tumbuh Florist, sebuah toko bunga di Tembalang, Semarang, yang menggunakan komunikasi verbal dalam kegiatan pelayanannya. Toko Tumbuh Florist membangun citra memiliki hubungan baik antara penjual dan pembeli serta keduanya dapat bertumbuh bersama menjadi lebih baik setiap harinya. Hal tersebut ingin diwujudkan dengan salah satu caranya adalah membangun komunikasi yang baik dalam kegiatan pelayanan.

Toko Tumbuh Florist merupakan sebuah usaha yang memiliki produk jual berupa bunga. Tumbuh Florist dalam pelayanannya melayani berbagai kebutuhan pembeli mulai dari *bouquet* bunga, rangkaian bunga secara mendadak, *hand bouquet*, rangkaian bunga untuk acara formal dan nonformal, pengambilan pesanan bunga, permintaan rekomendasi bunga untuk acara tertentu seperti perayaan sidang skripsi, ulang tahun, wisuda, seminar proposal, apresiasi untuk orang terdekat, dan masih banyak lagi. Tindak tutur yang terjadi di Toko Tumbuh Florist dapat terjadi secara langsung maupun secara *digital* melalui *chat* di aplikasi whatsapp.

Tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam percakapan pelayanan di Toko Tumbuh Florist ini bukan hanya sekadar proses transaksi saja, melainkan interaksi

pelayanan yang di dalamnya mencakup penawaran, permintaan, perjanjian, dan hubungan yang melibatkan rasa empati. Dari hal tersebut dapat tumbuh rasa percaya antara penjual dan pembeli. Tindak tutur ilokusi dalam interaksi tersebut dapat membantu banyak hal mulai dari menyampaikan fakta, memberikan rekomendasi kepada pembeli, memberikan penawaran, mengekspresikan perasaan, hingga menjaga hubungan baik antara penjual dan pembeli. Konteks ini membuat percakapan yang terjadi di Toko Tumbuh Florist dapat menjadi objek penelitian yang menarik untuk dianalisis secara pragmatik menggunakan sudut pandang tindak tutur ilokusi.

Menurut Leech (1983:13), pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang mengkaji penggunaan bahasa berintegrasi dengan tata bahasa yang terdiri dari fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik. Leech (1983:2), juga mengemukakan bahwasannya ketika makna sudah disetujui di sebuah bahasa maka akan sulit untuk memisahkan pragmatik dengan semantik karena ada unsur konteks. Teori pragmatik terus berkembang, ditandai dengan hadirnya teori yang dikemukakan oleh Austin (1962) dan Searle (1969).

Teori tindak tutur berfokus pada tindakan yang terjadi melalui sebuah ujaran, pertama kali diungkapkan oleh J. L. Austin (1962). Kemudian Searle (1969) mengemukakan teori tindak tutur yang berfokus pada tindak tutur ilokusi. Menurut Searle, (1969:23) tindak tutur ilokusi merupakan tindakan yang dilakukan penutur melalui ujaran, sehingga ketika seseorang berbicara tidak hanya menyampaikan informasi, namun juga melakukan sesuatu seperti meminta, berjanji, atau menyatakan sikap. Searle (1969:31), melanjutkan dengan mengatakan bahwa

tindak tutur ilokusi memiliki kekuatan pada niat penutur yang terikat pada konteks sosial dan penggunaan bahasa. Dengan arti lain dalam tindak tutur ilokusi niat penutur, konteks sosial, dan penggunaan bahasa merupakan hal yang sangat penting.

Kemudian Searle (1976:12–16), mengklasifikasikan tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis, yaitu tindak tutur asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklarasi. Tuturan tersebut dapat berupa perintah, permintaan, rekomendasi, saran, rasa terima kasih, rasa senang dan sedih, penawaran, dan janji, semua ujaran tersebut tentunya memiliki fungsi dan dampak tersendiri terhadap lawan tutur. Klasifikasi yang dikemukakan oleh Searle (1976) banyak digunakan dan sangat relevan dalam penelitian pragmatik karena kerangka analisis dapat digambarkan secara jelas dan sistematis untuk melihat jenis, fungsi, dan dampak dalam komunikasi di berbagai konteks sosial.

Tindak tutur ilokusi sangat relevan dengan konteks pelayanan dan interaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Melalui sudut pandang konteks pelayanan, penjual tidak hanya berperan dalam menyediakan barang atau jasa, tetapi juga berperan untuk memahami kebutuhan pembeli dengan cara memberikan informasi, menawarkan dan merekomendasikan produk, menjanjikan produk, dan membangun relasi juga kepercayaan yang baik dengan pembeli. Cara-cara yang sudah disebutkan dapat diekspresikan dengan menggunakan tuturan yang memiliki fungsi dan tujuan tertentu. Contohnya ketika penjual ingin membangun relasi dan rasa percaya dengan pembeli, dirinya dapat menggunakan tindak tutur jenis ekspresif dimana penjual menunjukkan rasa empati terhadap pembeli. Selain itu

penjual juga dapat menggunakan tindak tutur jenis komisif ketika ingin meyakinkan pembeli. Dengan begitu tindak tutur ilokusi yang digunakan dalam konteks pelayanan sangat menarik untuk diteliti.

Berikut salah satu contoh penggunaan tindak tutur ilokusi pada percakapan pelayanan di Toko Tumbuh Florist:

Data (1)

Konteks sosial: percakapan antara penjual dan pembeli ini berlangsung ketika pembeli datang ke toko untuk mengambil bunga pesannya. Pembeli datang menggunakan ojek online. Ketika sudah selesai mengambil pesanan, pembeli baru memesan kembali ojek online untuk pulang. Setelah transaksi jual beli selesai, pembeli meminta izin untuk menunggu di toko hingga ojek onlinenya datang. Pada saat menunggu penjual dan pembeli melakukan percakapan lebih. Pembeli memberikan informasi bahwa dirinya sudah melaksanakan sidang akhir perkuliahan, penjual yang mendengar informasi tersebut pun turut bahagia dan memberikan selamat kepada pembeli atas pencapaiannya.

Penjual :”Kakaknya mau datang ke sidang temannya juga?”

Pembeli :”Iya Kak, kebetulan aku udah kemarin”

Penjual :”Oh Kakaknya sudah sidang, **selamat ya Kak Tumbuh Florist turut senang**”

Tuturan di atas memberikan contoh penjual menunjukkan rasa empatinya terhadap pembeli, dengan memberikan ucapan selamat atas pencapaian pembeli. “*Selamat ya Kak*” tuturan yang diucapkan ini menjadi bentuk ekspresi apresiasi untuk pembeli karena sudah menyelesaikan sidang akhirnya dan penjual mendapatkan informasi dari pembeli sendiri. Selanjutnya pada tuturan “*Tumbuh Florist turut senang*” menunjukkan penjual merasakan rasa senang setelah mendapatkan informasi atas pencapaian pembeli. Hal itu menunjukkan rasa empati penjual terhadap pembeli.

Usaha *florist* seperti Toko Tumbuh Florist memiliki karakteristik yang unik, produk yang dijual memiliki nilai personal tinggi dan mayoritas pembeli adalah mahasiswa. Karakteristik tersebut membuat Toko Tumbuh Florist memiliki jenis tindak tutur yang khas atau berbeda dari tindak tutur dalam konteks jual beli di pasar tradisional maupun dalam bisnis modern lainnya. Toko Tumbuh Florist cenderung memiliki percakapan yang lebih personal, mencakup penjelasan produk yang intens, penawaran untuk acara-acara tertentu, rekomendasi produk kepada pembeli, dan cara merawat bunga. Pada masa ini bisnis terus berkembang dan tindak tutur memiliki peran penting dalam pertumbuhan sebuah bisnis. Fungsi tindak tutur yang digunakan menjadi sangat penting dan berpengaruh dalam menjalin hubungan dengan para pembeli.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam percakapan pelayanan di Toko Tumbuh Florist sebagai objek penelitian karena dalam proses pelayanan bahasa menjadi alat utama dan interaksi pelayanan yang terjadi di Toko Tumbuh Florist tidak hanya bersifat transaksional. Banyak interaksi pelayanan yang bersifat emosional di dalamnya, konteks sosial seperti ini akan menuntut penjual untuk menggunakan tuturan yang tepat agar kebutuhan pelanggan dapat dipahami. Dengan kata lain tindak tutur yang digunakan memiliki ciri khas karena berbeda dengan konteks sosial jual beli biasanya seperti di pasar tradisional atau toko lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Jenis tindak tutur ilokusi apa saja yang digunakan oleh penjual pada Toko Tumbuh Florist?
- 2) Terdapat fungsi tindak tutur ilokusi apa saja yang digunakan pada percakapan pelayanan di Toko Tumbuh Florist?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tujuan:

- 1) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan jenis tindak tutur ilokusi berdasarkan Teori Searle yang digunakan oleh penjual pada percakapan pelayanan di Toko Tumbuh Florist.
- 2) Menganalisis dan menjelaskan fungsi tindak tutur ilokusi berdasarkan Teori Searle yang digunakan dalam pada percakapan pelayanan di Toko Tumbuh Florist.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

- 1) Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dalam memberikan kontribusi terhadap hal pemahaman mendalam terkait konsep tindak tutur

ilokusi di lingkungan bisnis modern. Pembaca diharapkan mendapatkan wawasan baru mengenai jenis tindak tutur ilokusi dan cara mengaplikasikan menurut fungsinya dalam konteks bisnis modern. Terutama bisnis yang bergerak di bidang kreatif dan produknya memiliki nilai personal tinggi, bunga. Penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang berkesinambungan dengan tindak tutur ilokusi juga komunikasi dalam lingkungan bisnis dari sudut pandang bahasa dan linguistik.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis sebagai referensi penelitian pragmatik. Selain itu, penelitian ini pun dapat membantu penjual di Toko Tumbuh Florist untuk menciptakan komunikasi efektif dan menemukan strategi komunikasi untuk membangun kepercayaan pembeli melalui pemilihan tindak tutur yang tepat. Penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk mahasiswa dalam memberikan penjelasan mengenai implementasi tindak tutur dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks bisnis modern yang terjadi di Toko Tumbuh Florist.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini ruang lingkungannya hanya pada jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam percakapan pelayanan atau interaksi antara penjual dan pembeli di Toko Tumbuh Florist. Dalam analisisnya, penelitian ini menggunakan Teori Searle.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk membantu peneliti dalam menyusun penulisan skripsi, sebagai acuan, sehingga nantinya pembahasan mengenai penelitian ini dapat terperinci dan sistematis. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan, membahas beberapa konsep penting dalam penulisan ini yaitu latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori, membahas beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai alat analisis.

Bab III Metode Penelitian, membahas jenis penelitian, objek penelitian, sumber data penelitian, metode dan teknik pengumpulan data, metode dan teknik analisis data, dan metode penyajian hasil analisis data.

Bab IV Tindak Tutur Ilokusi pada Percakapan Pelayanan di Toko Tumbuh Florist berisi pengantar serta pemaparan jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi yang terjadi dalam percakapan pelayanan di Toko Tumbuh Florist.

Bab V Penutup, berisi simpulan dan saran.