



TINDAK TUTUR PERSUASIF PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR KAGET GELORA HAJI AGUS SALIM PADANG

Yuliatrini Novita¹, Ridho Kurniawan²

Program Studi Linguistik Pascasarjana Universitas Andalas¹

Program Studi Pend. Bahasa Inggris STKIP Muhammadiyah Muara Bungo²

Email: yuliatrinovita@gmail.com¹, Ridhokurniawan545@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan bentuk-bentuk serta fungsi-fungsi tindak tutur persuasif pedagang kaki lima di pasar kaget Gelora Haji Agus Salim. Berdasarkan hasil penelitian di 19 tempat yang berbeda, peneliti menemukan jumlah bentuk-bentuk tindak tutur persuasif pedagang sebanyak 39 data. Berdasarkan data tersebut, peneliti menemukan 3 bentuk tindak tutur persuasif yang terdiri dari 25 tindak tutur asertif, 13 tindak tutur direktif, dan 1 tindak tutur komisif. Selain itu, ada 6 jenis fungsi tindak tutur persuasif yang terdiri dari 18 fungsi bujukan, 11 fungsi anjuran, 7 fungsi ajakan, 1 fungsi persilahan, 1 fungsi himbauan, dan 1 fungsi permohonan. Bentuk tuturan persuasif yang paling banyak digunakan adalah asertif dan fungsi tuturan yang paling banyak digunakan adalah fungsi bujukan.

Kata kunci: *Tindak Tutur; Persuasif; Sosiopragmatik*

ABSTRACT

The aim of the analysis is to find the form and function of persuasive speech act which used by street vendor in weekend seasonal in Agus Salim stadium. The result of analysis which taken from 19 different places shows that there are 39 data found as the form of persuasive speech acts. According to the data, the writer finds 3 types of persuasive speech acts. They are 25 assertive, 13 of directive, and 1 commissive. Beside that, there are also 6 persuasive speech function which classified as 18 persuasion, 11 suggestion, 7 enticement, 1 invitation, 1 appeal, and 1 request. The most widely used form of persuasive speech is assertive and the most widely used speech function is the persuasion function.

Keywords : *Speech act; Persuasive; Sociopragmatic*

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki kebutuhan untuk saling berinteraksi dengan manusia lain. Interaksi dilakukan melalui komunikasi yang disampaikan melalui bahasa. Menurut Kridalaksana (2009) bahasa adalah sistem lambang bunyi yang telah disepakati oleh anggota kelompok masyarakat dan dipergunakan untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Tarigan (dalam Taufik, 2013) menambahkan, fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Tanpa adanya bahasa, manusia akan mengalami kendala ketika melakukan komunikasi. Jika bahasa tidak ada, kemungkinan yang terjadi adalah manusia hanya

menggunakan bahasa tubuh (*gesture*) untuk berkomunikasi yang membuat isi pesan tidak sempurna tersampaikan. Oleh karena itu, bahasa mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat.

Pesan dalam komunikasi bisa disampaikan baik secara lisan dan tulisan. Komunikasi secara lisan merupakan kegiatan saling bertukar informasi melalui penggunaan lambang-lambang verbal dan non-verbal, mode-mode, serta proses produksi dalam berbahasa. Baik cara menyampaikan isi pesan dari penutur maupun respon atau tanggapan dari mitra tutur akan berbeda-beda karena penggunaan lambang-lambang verbal dan non-verbal yang berbeda-beda pula. Menurut Austin (1962) pada dasarnya ketika manusia

menuturkan sesuatu, manusia tersebut telah melakukan tindakan. Dengan kata lain, tuturan tersebut sejalan dengan tindakan sehingga dinamakan tindak tutur. Ketika seseorang mengatakan, “*Bellilah dek. Barang butik itu warnanya memang tidak banyak*” maka orang tersebut tidak hanya mengucapkan ujaran tetapi telah melakukan suatu tindakan.

Taufik (2013) menyatakan, tuturan persuasif memiliki fungsi untuk memerintah, menyuruh, atau meminta kepada lawan tutur untuk melakukan tindakan. Dengan kata lain, tindak tutur seperti memerintah, menyuruh, atau meminta mempunyai nilai-nilai persuasif karena konteks tuturannya didasarkan pada tujuan penuturnya yaitu untuk mempengaruhi lawan-tutur.

Sebagian peneliti dan tulisan ilmiah terdahulu juga telah membahas perihal tuturan persuasif. Lihat Zaenuri (2007), Safriyah (2015) dan Wardani (2016). Zaenuri (2007) meneliti tentang ‘Teknik komunikasi persuasif dalam pengajaran’ Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi persuasif dalam dunia pendidikan

dapat mendukung keberhasilan proses belajar mengajar. Safriyah (2015) meneliti “Tindak Tutur

Imbauan dan Larangan pada Wacana Persuasi di Tempat-Tempat Kos Daerah Kampus”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tindak tutur imperatif yang terdapat pada wacana persuasi yang ada di tempat kos daerah kampus sekitar Surakarta lebih banyak wacana yang mengandung tindak tutur imperatif imbauan daripada tindak tutur imperatif larangan. Sementara itu, Wardani (2016) meneliti

“Bahasa Indonesia dalam Wacana Persuasif Imbauan Publik”. Hasil penelitiannya menunjukkan tindak tutur yang terdapat dalam wacana persuasif imbauan publik adalah tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, tindak tutur konfliktif, tindak tutur

kolaboratif, tindak tutur kompetitif, dan tindak tutur konvivial.

Penelitian yang dilakukan peneliti sekarang dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang tindak tutur. Tindak tutur pedagang yang ada di pasar kaget GOR Agus Salim mempunyai karakteristik kebahasaan yang menarik untuk diteliti. Di pasar kaget GOR Agus Salim, latar belakang pedagang sangat bervariasi seperti dari segi pekerjaan; sebagian pedagang bukan merupakan penjual tetap, tetapi mempunyai pekerjaan seperti PNS, IRT, Karyawan, dan sebagainya. Selain itu, barang yang didagangkan oleh pedagang juga sangat bervariasi dan banyak terdapat benda-benda atau masakan yang sangat kreatif sehingga menimbulkan rasa penasaran pembeli. Di samping itu, kelas sosial penjual juga sangat bervariasi yang dapat mempengaruhi bahasa pedagang. Dari uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah, bagaimanakah bentuk dan fungsi tuturan persuasif pedagang kaki lima di Gelora Haji Agus Salim Padang?

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode cakap. Metode cakap digunakan karena terjadi percakapan antara peneliti dengan informan untuk memperoleh data yang selengkap-lengkapnyanya. Menurut Sudaryanto (2015) disebut dengan metode cakap karena memang berupa percakapan dan terjadi kontak antara peneliti selaku peneliti dengan penutur selaku nara sumber. Untuk mendapatkan data, peneliti harus menggunakan teknik pancing, teknik cakap semuka dan teknik rekam. Peneliti pertama-tama harus memancing informan untuk berbicara langsung untuk mengarahkan percakapan tersebut dengan tujuan memperoleh data yang selengkap-lengkapnyanya sebanyak tipe data yang dikehendaki dan juga melakukan perekaman. Oleh karena itu,

peneliti menggunakan metode cakap dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk-Bentuk Tindak Tutur Persuasif Pedagang Kaki Lima di Gelora Haji Agus Salim Padang

Tindak tutur artinya dalam melakukan komunikasi linguistik seseorang bukan hanya menyampaikan proposisi atau informasi, tetapi juga melakukan tindakan (Revita, 2014). Tindakan ini direalisasikan atau dapat berwujud pernyataan, pertanyaan, dan perintah. Bentuk-bentuk tindak tutur tersebut berkaitan dengan niat komunikatif dari si penutur dalam memproduksi ujaran. Tindak tutur terbagi atas, representatif atau asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklarasi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti hanya menemukan menemukan sebanyak 39 tindak tutur persuasif pedagang kaki lima di Gelora Haji Agus Salim Padang yang terdiri dari 25 tindak tutur asertif, 13 tindak tutur direktif, dan 1 tindak tutur komisif. Dengan kata lain, hanya ada 3 bentuk tindak tutur persuasif yang ditemukan.

a. Tuturan Persuasif dalam Tindak Tutur Asertif

Tindak-tutur *assertive* atau *representatives* ialah tindak-tutur yang mengikat penuturnya terhadap kebenaran proposi yang dikatakan. Tindak-tutur ini biasanya ditandai dengan penggunaan kata-kata seperti menyatakan, menyarankan, membual, mengeluh mengklaim/mengecam, melaporkan dan mengingatkan. Revita menuliskan bahwa tindak tutur ini juga bentuk pernyataan yang menyatakan tentang kepercayaannya terhadap suatu kebenaran proposisi (20013:24). Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 25 bentuk asertif pada tuturan persuasif pedagang kaki lima di GOR Agus Salim Padang.

Datum 1

Penjual: *A..itu ancak tu. Barangnyo tingga ciek lai tu nyo.*
'Aaa itu bagus tu. Barangnya cuma tinggal satu.'

Berdasarkan datum 1, konteks dari ujaran di atas adalah seorang bapak penjual baju yang sedang melakukan transaksi dengan pembeli. Upaya persuasif dari bapak penjual itu tampak dari ujarannya yang menunjukkan tindak tutur asertif atau representatif dimana ia menyatakan proposisi bahwa jenis baju yang sedang ditransaksikan itu adalah barang satu-satunya yang tersisa sambil menambahkan bahwa barang dagangannya itu berkualitas bagus dan layak untuk dibeli.

Dalam ujaran tersebut terdapat dua bentuk proposisi, yaitu bahwa barang itu berkualitas bagus dan kuantitasnya tinggal satu buah. Ujaran itu bukan hanya mengandung pernyataan-pernyataan itu, namun maksud lain dari penjual sudah diimplikasikan di dalamnya. Dengan mengatakan bahwa barang itu bagus, ini menyiratkan keinginan penjual agar pembeli mempertimbangkan barang dagangannya itu sebagai barang yang layak untuk dibeli. Kemudian dengan menambahkan proposisi kedua sebagai penguat dari tindak tutur persuasifnya, si penjual mengantisipasi pembeli agar segera membeli barang dagangannya itu. Proposisi ini mengindikasikan makna lain diantaranya bahwa; 1) barang tersebut karena berkualitas bagus menjadi laku dan diminati banyak orang hingga akhirnya cuman satu barang yang tersisa, dan 2) si penjual juga bermaksud jika si pembeli tidak segera membeli, pembeli lain akan mengambil barang tersebut yang memungkinkan si pembeli akan merasa menyesal.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan ujaran tersebut merupakan bentuk tindak tutur persuasif yang menginginkan agar pembeli membeli barang dagangannya dengan bentuk

tindak tutur asertif atau representatif dimana penjual menyatakan proposisi-proposisi untuk mengikat si pembeli dalam kebenaran yang ia sampaikan agar pembeli percaya bahwa barang tersebut layak untuk dibeli.

Datum 2

Penjual: *Barang nyo ciek-ciek dapeknyo. Kalau barang butik ciek-ciek warnanyo, jarang yang banyak warna. Iko se duo warnanyo, oren lah laku, tinggal ko lai nyo.* 'Barang ini dapatnya satu-satu. Kalau barang butik ini warnanya cuma satu-satu, jarang yang banyak. Ini hanya dua warna, *orange* sudah laku, cuma tinggal ini.

Berdasarkan datum 2, konteks di atas masih sama dengan datum 1 dimana penjual ingin menjual baju pada pembeli. Si penjual tetap memakai tuturan persuasif dalam transaksinya yang mana pada ujaran di atas merupakan bentuk tindak tutur asertif/representatif berupa bujukan. Penjual mengemukakan dan melaporkan bagaimana barang itu ia peroleh. Dengan menyatakan bahwa ini adalah barang langka maka ujaran ini adalah tuturan persuasif yang memakai salah satu dari enam prinsip kekuatan yang dikemukakan oleh Cialdini, yaitu *kelangkaan*. Si penjual menyatakan proposisi mengenai kelangkaan barang yang ia jual, bahwa barangnya itu *limited edition*. Bukan hanya dengan memberikan nilai pada barang yang ia jual, ia menambahkan proposisi tentang keunggulannya sebagai penjual dari butik-butik lainnya. Dengan menyatakan inferioritas dari butik lain, ia sebenarnya mengimplikasikan kesuperioritasnya sendiri.

Si penjual menyatakan *iko se duo warnanyo. oren lah laku, tinggal ko lai nyo* 'Ini hanya dua warna, *orange* sudah laku, cuma tinggal ini'. Dalam ujaran ini kita bisa melihat tuturan persuasif melalui tindak tuturnya yang

bersifat representatif dimana si penjual menyatakan proposisi bahwa barang dagangannya sudah banyak laku terjual, dan hanya barang yang sedang ditransaksikanlah yang tersisa. Ia berharap dengan menyatakan proposisi itu, si pembeli berfikir bahwa satu-satunya kesempatan untuk membeli yang bersangkutan.

Datum 5

Penjual: *Lai. Dek angek mah. Lebih lembut lebih apa gitu, hahaha.* 'Bisa, karena panas. Lebih lembut gimana gitu, haha.'

Berdasarkan datum 5, konteksnya adalah sebuah transaksi jual-beli antara penjual sandal dan pembeli. Dalam ujaran ini si penjual meyakinkan si pembeli bahwa sandal yang dia jual itu lebih lembut dari sandal yang lainnya. Ini merupakan bentuk tindak tutur asertif dimana ia menyampaikan kebenaran proposisi tentang kelembutan sandal yang ia jual yang membuat pemakainya merasa nyaman ketika memakainya.

Tuturan persuasif ini tidak hanya bersifat meyakinkan pembeli, namun si penjual juga memakai salah satu prinsip kekuatan dalam tuturan persuasif yaitu keakraban. Ia membangun keakraban dengan cara bertutur sambil tertawa. Ia juga melakukan *code-switching*, dimana ia yang pada mulanya berbahasa minang kemudian bertukar menjadi ekspresi yang digunakan dalam bahasa Indonesia informal agar suasana keakraban menjadi lebih kuat ditambah dengan sedikit tertawa pada akhir ujaran. Penggantian bahasa minang ke bahasa Indonesia informal juga merupakan upaya si penjual dan pembeli masuk ke dalam konteks anak muda yang akrab yang bisa dilihat dalam ujaran "*Lebih lembut lebih apa gitu, hahaha.*"

Datum 6

Penjual: *Kalau itu ndak diago-agoan tu do. Itu main apo se nyo kan. Beda jo di pasa.*

'Kalau itu tidak ditawar-tawar.
Itu harga pas. Beda dengan
yang di pasar'

Konteks tuturan di atas adalah sama dengan yang sebelumnya dimana pembeli ingin membelinya dengan harga yang lebih murah. Namun proses tawar-menawar ini direspon oleh penjual dengan mengatakan bahwa harga barangnya sudah tidak bisa ditawar lagi. Harga yang ia tetapkan sudah merupakan *harga pas*. Tindak tutur asertif ini dimana si penjual menyatakan beberapa proposisi yakni bahwa, 1) harga barang itu adalah *harga pas* dan 2) barang yang ia jual berbeda dengan barang serupa yang pada umumnya dijual di pasar.

Agar proposisi yang si penjual nyatakan kepada pembeli bahwa harga barangnya sudah tidak dapat ditawar lagi, si penjual menambahkan "*itu main apo se nyo kan*". Sebenarnya dari segi makna, kalimat tersebut tidak mengandung makna yang jelas. Itu bisa dilihat dengan pemakaian kata ganti *apo* yang maknanya tidak jelas. Si penjual menuturkan ini dengan maksud memberikan gambaran bahwa *harga pas* yang ia tetapkan itu adalah wajar, walaupun sepertinya ia bingung untuk menyampaikan kondisi yang jelas dan spesifik ia memilih menggunakan kata ganti *apo*. Kemudian keadaan itu semakin dijadikan wajar dengan membandingkannya dengan pasar lain. Dalam tindakan membandingkan ini, si penjual secara konsisten menyatakan bahwa barang yang ia jual berkualitas lebih bagus dan berbeda dari barang-barang yang umumnya dijual di pasar. Ujaran ini disampaikan dengan mengimplikasikan bahwa si penjual tersebut pantas memberikan *harga pas* yang tidak bisa ditawar lagi dikarenakan keunggulan barangnya dibandingkan dengan barang lain di pasar.

Datum 8

Penjual: *Jeruk madu, jeruk madu
sapuluh sapuluh ribu, yo
sabana manih.*

'Jeruk madu, jeruk madu
sepulu sepuluh ribu, benar-
benar manis.'

Konteks tuturan yang terjadi pada datum 8 adalah seorang pedagang jeruk yang berusaha membuat pembeli datang ke tempatnya dengan cara berteriak menjajakan dagangannya. Berdasarkan konteks, dapat dilihat bahwa datum 8 merupakan tuturan yang memberikan daya tarik kepada pembeli yaitu dengan cara memberikan sebuah pernyataan kalau buah yang dijual sangat manis. Oleh karena itu, datum 8 merupakan tuturan persuasif yang berbentuk asertif. Tuturan tersebut dikatakan berbentuk asertif karena tindak tutur tersebut mengandung ungkapan pernyataan dari seorang penutur (pedagang) ke pada mitra tutur (pembeli). Dengan mengatakan buah tersebut sangat manis, akan timbul kesan bahwa buah tersebut berkualitas sehingga layak untuk dibeli. Tuturan seperti ini diperkirakan mampu mendorong para pembeli untuk membeli dagangannya.

b. Tuturan Persuasif dalam Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif digunakan untuk mempengaruhi lawan bicara supaya lawan bicara atau mitra tutur melakukan sesuatu yang disebutkan dalam ujaran itu. Ini direalisasikan antara lain dalam bentuk perintah, permintaan, larangan, dan permohonan. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti hanya menemukan sebanyak 13 tuturan persuasif dalam tindak tutur direktif dari 39 data.

Datum 7

Penjual : *Jan sok cadiak tabali maha,
kalo sok pintar tabali maha,
kalau bodoh balagak pintar
tabali maha. aa tu. Ada yang
berminat ka mambali? a dites ka
matonya. Kalau sasuai baru bali.
kalo cocok baru dibali. Kalau
tarang matonyo baru dibali.*

Picayo diri. Jan pacayo ka urang manjua.

‘Jangan berlagak cerdas jadi terbeli mahal, kalau sok pintar terbeli mahal, kalau bodoh berlagak pintar terbeli mahal, nah itu. Ada yang berminat membeli? Dicoba dulu ke matanya. kalau pas baru dibeli. Kalau cocok baru dibeli. Kalau terang matanya baru dibeli. Percaya ke diri sendiri, jangan percaya kepada orang lain.’

Konteks tuturan yang terjadi pada datum 7 adalah seorang pedagang yang berusaha untuk menjual dagangannya berupa kacamata dengan berbagai model. Berdasarkan datum tersebut, penutur sebagai pedagang mengajak para pembeli (mitra tutur) untuk membeli dagangannya dengan cara melarang untuk percaya kepada orang lain. Tuturan ini mengandung tuturan persuasif karena penjual mengajak pembeli untuk tidak percaya kepada orang lain, yang merujuk pada sebuah larangan dimana suatu benda, cocok atau tidaknya tergantung pada kenyamanan seseorang tersebut. Dengan kata lain, datum 7 dapat dikatakan mengandung nilai persuasif yang berbentuk direktif. Tuturan tersebut dikatakan berbentuk direktif karena tindak tutur tersebut mengandung ungkapan larangan dari seorang penutur (pedagang) ke pada mitra tutur (pembeli). Dengan mengatakan larangan untuk tidak percaya kepada orang lain, akan timbul kesan bahwa pembeli semakin percaya diri untuk memakai kacamata. Tuturan seperti ini diperkirakan mampu mendorong para pembeli untuk membeli dagangannya.

Datum 9

Penjual: *Baalillah Bu.*
‘Belilah Bu.’

Konteks tuturan yang terjadi pada datum 7 adalah seorang buah yang berusaha untuk menjual dagangannya. Berdasarkan datum tersebut, penutur

sebagai pedagang mengajak para pembeli (mitra tutur) untuk membeli dagangannya dengan bentuk perintah. Tuturan ini mengandung tuturan persuasif karena penjual mengajak pembeli dengan cara memerintah mitra tuturnya. Dengan kata lain, datum 7 dapat dikatakan mengandung nilai persuasif yang berbentuk direktif. Tuturan tersebut dikatakan berbentuk direktif karena tindak tutur tersebut mengandung ungkapan perintah untuk bertindak dari seorang penutur (pedagang) ke pada mitra tutur (pembeli) dimana bertindak disini merujuk pada tindakan untuk membeli. Tuturan seperti ini diperkirakan mampu mendorong para pembeli untuk membeli dagangannya.

Datum 10

Penjual: *Caliaklah Bu.*
‘Lihatlah Bu’

Pada datum 10 (*Caliaklah Bu*) adalah suatu bentuk ilokusi direktif. Ilokusi direktif berdasarkan pendapat Searle (dalam Yule 2006:93) dikatakan bahwa direktif adalah tuturan yang mengandung ilokusi-ilokusi perintah, suruhan, permintaan atau permohonan. Tuturan tersebut ditandai dengan menunjukkan tindakan-tindakan yang akan dilakukan oleh lawan-tutur. Data tersebut dikategorikan dalam beberapa cerminan yaitu (1) mengajak, (2) meminta/memohon, (3) menyuruh, (4) menyilahkan, dan (5) melarang. Pada data 10 diatas caliak lah buk (lihatlah buk), tuturan ini terjadi di stand (lapak) penjual pakaian. Situasinya ketika seorang ibu-ibu yang sedang melakukan kegiatan lari pagi melirik salah satu stand (lapak) pakaian, kemudian si penjual yang sedang memperhatikan ibu-ibu tersebut langsung mengeluarkan tuturan caliak lah buk. Biasanya ajakan tersebut dituturkan kepada seorang calon pembeli yang ragu-ragu ketika masuk kedalam toko. Sebagai seorang penjual harus mampu mengajak seorang calon pembeli untuk membeli barang dagangannya dengan tuturan yang dapat

menarik perhatian pembeli. Sipejual harus memiliki trik-trik tuturan khusus agar calon pembeli bisa termakan bujuk rayuan penjual. Ini adalah salah satu ajakan si penutur terhadap si pembeli yang ditemukan di dalam artikel ini.

Datum 11

Penjual: *Caliak lah.*
'Lihatlah.'

Pada datum 11 Caliak lah (lihatlah) kita juga dapat mengatakan kalau tuturan ini adalah bentuk ilokusi direktif. Kalau diperhatikan dengan seksama tuturan ini memiliki bentuk yang sama pada datum sepuluh, caliaklah adalah salah satu bentuk suruhan yang dituturkan oleh penjual kepada sipembeli. Kalau kita tidak tau konteks pada tuturan ini kita tidak akan mengerti kepada siapa tuturan itu ditujukan. Karena tuturan ini bisa dikatakan tidak beralamat, karena kita tidak tau kepada siapa sipenutur menuturkan tuturan tersebut. Tapi ketika orang yang dituju oleh penutur tersebut mengerti dan paham, maka tuturan tersebut bisa mendapat respon. Tapi bagi seorang penjual biasanya mereka menarik pembeli dengan Tuturan tersebut ditandai dengan menunjukkan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh lawan-tutur. Data tersebut dikategorikan dalam bentuk suruhan, karena situasinya berada pada stand (lapak) penjual pakaian balita yang menyutuh ibu-ibu yang melirik pakaian tersebut mau melihat gelaran sipenjual.

Datum 16

Penjual: *Pilih lah buk... 100 ribu.*
'Pilih lah buk, 100 ribu'

Pilih lah buk... 100 ribu. Tuturan ini terjadi di lapak penjual pakaian wanita dikawasan Gor H. Agus Salim Padang. Tuturan yang dituturkan penjual tersebut termasuk tindakan ilokusi direktif. Seperti yang kita tau sebelumnya bahwa tuturan ilokusi direktif tersebut ditandai dengan menunjukkan tindakan-tindakan yang akan dilakukan oleh penutur. Tindakan

penutur pada datum ini menyuruh mitra tutur untuk memilih-milih gelaran yang di sajikan di kawasan Gor kota Padang. Seorang penutur yang berprofesi sebagai penjual pakaian harus bisa menarik pembeli untuk membeli barang dagangan yang disediakannya. Banyak tuturan yang dituturkan sipenjual yang bisa menarik minat sipembeli untuk membeli barang dagangan si penjual. Tergantung bagaimana si penutur memilih bahasa yang baik yang akan digunakannya untuk menyuruh sipembeli untuk melihat atau bahkan membeli barang dagangannya. Tergantung bagaimana si penutur memilih bahasa yang baik yang akan digunakannya untuk menyuruh sipembeli untuk melihat atau bahkan membeli barang dagangannya.

c. Tuturan Persuasif dalam Tindak Tutur Komisif

Komisif atau tindak tutur komisif adalah wujud dari tindak ilokusi yang selanjutnya yang ditemukan didalam artikel ini. Tindak ilokusi komisif menurut Searle (dalam Yule 2006:94) adalah tuturan yang diungkapkan dengan menggunakan kata-kata yang mengandung ungkapan janji, kaul (nadzar), tawaran, perbuatan, kontrak, ancaman dan sumpah. Berdasar hal tersebut, ilokusi komisif berdasar data yang ada, terdapat tawaran yang ditujukan kepada pembeli. Kita bisa menemukannya Berdasarkan hasil penelitian, peneliti hanya menemukan 1 tuturan persuasif dalam tindak tutur komisif dari 39 data.

Datum 4

Penjual: *Iyo, Hello kitty, Doraemon juo ado. Labiah ancak iko lai, ko lengkap. Labiah taba bahannyo. Tampek gantuangan sikek giginyo ado. Kalau ko sabun se, ndak ado tampek sikek giginya.*
'Iya Hello kitty, Doraemon juga ada, lebih bagus yang ini, ini

lengkap. Bahannya lebih tebal. Tempat gantungan sikat giginya juga ada. Kalau ini Cuma sabun saja, tidak ada tempat untuk sikat giginya.'

Pada datum 4 yang berisi tawaran yang disampaikan si penjual sebagai penutur dan pembeli sebagai mitra tuturnya. Peristiwa tutur ini terjadi di kawasan Stadion Gelora H. Agus Salim Padang yang sedang mengadakan kegiatan lari pagi di hari minggu. Setiap minggu pagi Stadion itu selalu dipadati oleh penjual kaki lima dan pengunjung yang sedang melakukan olah raga pagi. Tuturan itu melibatkan tiga orang peserta tutur yang salah satunya adalah pedagang yang sedang menjual barang-barang lucu dan dua orang mahasiswa yang sedang lari pagi.

Mitra tutur adalah mahasiswa masuk ke salah satu stand (lapak) barang-barang lucu yang berbentuk seperti boneka hello kitty dan doraemon, saat sipenutur memilih satu barang yaitu tempat peralatan sabun dikamar mandi yang lucu dan berbentuk boneka hello kitty yang kemudian menanyakan apa ada bentuk animasi lain. Kemudian si penjual menjawab dengan memberi penjelasan yang mengandung unsur tawaran yang diberikan oleh si penjual agar si pembeli tertarik dan mau membeli barang tersebut. 'labiah ancak iko lai, ko lengkap. Labiah taba bahannyo. Tampek gantuangan sikek giginyo ado. Kalau ko sabun se, ndak ado tampek sikek giginya, (lebih bagus yang ini, ini lengkap. Bahannya lebih tebal. Tempat gantungan sikat giginya juga ada. Kalau ini Cuma sabun saja, tidak ada tempat untuk sikat giginya) maksud sebenarnya adalah menawarkan barang yang lebih baik lagi dari barang yang di pegang oleh sipembeli karena disini sipenjual juga menjelaskan kenapa barang yang ditawarkannya memiliki kelebihan yang bisa menampung barang lain seperti tempat untuk menaruh sikat giginya. Tawaran si penjual tersebut adalah hal biasa yang dilakukan oleh penjual kepada seorang pembeli.

Banyak sekali tuturan yang berbentuk tawaran yang ditujukan kepada sipembeli. Tapi pada artikel ini kami hanya menemui satu bentuk bujukan yang dituturkan oleh sipenjual kepada sipembeli.

2. Fungsi Tindak Tutur Persuasif Pedagang Kaki Lima di Gelora Haji Agus Salim Padang

Pesan persuasi merupakan proposisi yang dirancang pengirim pesan sebagai upaya sadar untuk memengaruhi emosi atau *ratio* penerima pesan dengan menggunakan lambang-lambang bahasa. Pada penelitian ini, penulis hanya fokus pada 11 fungsi yaitu permintaan, suruhan, permohonan, harapan, anjuran, persilahan, bujukan, imbauan, ajakan, desakan, dan larangan. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti hanya menemukan 6 jenis fungsi tindak tutur persuasif dari 39 data yang terdiri dari 18 fungsi bujukan, 11 fungsi anjuran, 7 fungsi ajakan, 1 fungsi persilahan, 1 fungsi imbauan, dan 1 fungsi permohonan. Berikut adalah penjabarannya.

a. Bujukan

Salah satu fungsi dari tindak tutur persuasif adalah bujukan. Walaupun bentuk-bentuknya berbeda, seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif, bisa saja fungsinya berbeda. Contohnya adalah bentuk direktif bisa saja memiliki fungsi yang berbeda seperti, bentuk direktif berfungsi bujukan, bentuk direktif berfungsi anjuran, bentuk direktif berfungsi persilahan, bentuk direktif berfungsi imbauan, bentuk direktif berfungsi permohonan, dan bentuk direktif berfungsi ajakan. Fungsi dari suatu bentuk tuturan tergantung pada konteks tuturan pada peristiwa tutur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 18 fungsi bujukan. Berikut adalah salah satunya.

Datum 1

Penjual: *A..itu ancak tu. Barangnyo tingga ciekk lai tu nyo.*

'Aaa itu bagus tu. Barangnya cuma tinggal satu loh.'

Fungsi dari tindak tutur persuasif pada datum 1 adalah anjuran. Penjual menganjurkan pembeli dengan menyatakan proposisi-proposisi yang menguntungkan baginya. Fungsi dari tindak tutur asertif ini adalah menganjurkan si pembeli agar tetap membeli barang dagangannya dengan cara menyatakan kalau penjual tidak mempunyai persediaan lagi terhadap barang tersebut sehingga pembeli sebaiknya membeli barang yang hanya tinggal satu. Kata *nyo* 'loh' menandakan bahwa itu adalah anjuran.

b. Anjuran

Salah satu fungsi dari tindak tutur persuasif adalah anjuran. Walaupun bentuk-bentuknya berbeda, seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif, bisa saja fungsinya berbeda. Contohnya adalah bentuk suatu tindak tutur bisa saja memiliki fungsi yang berbeda seperti, bentuk asertif berfungsi bujukan, bentuk asertif berfungsi anjuran, bentuk direktif berfungsi persilahan, bentuk direktif berfungsi imbauan, bentuk direktif berfungsi permohonan, dan bentuk direktif berfungsi ajakan. Fungsi dari suatu bentuk tuturan tergantung pada konteks tuturan pada peristiwa tutur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 11 fungsi anjuran. Berikut adalah salah satu temuan dari penelitian.

Datum 2

Penjual: *Barang nyo ciekk-ciekk dapeknyo. Kalau barang butik ciekk-ciekk warnanyo, jarang yang banyak warna. Iko se duo warnanyo, oren lah laku, tingga ko lai nyo.*
'Barang ini dapatnya satu-satu. Kalau barang butik ini warnanya cuma satu-satu, jarang yang banyak. Ini hanya

dua warna, *oranges* udah laku, hanya sisa ini lagi.

Fungsi dari tindak tutur asertif penjual ini adalah anjuran. Si penjual menganjurkan agar pembeli membeli barangnya dengan membujuk pembeli bahwa barangnya itu berkualitas bagus dan satu-satunya tersisa, maka penjual menganjurkan lebih baik barangnya itu dibeli daripada pembeli menyesal nantinya. Hal ini berbeda dengan datum 1 karena sebelum masuk pada pernyataan *tingga ko lai nyo* 'sisa ini lagi', penjual berusaha mempengaruhi pembeli dengan cara membujuk tidak langsung. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan bahwa barang tersebut tidak pasaran dan barang tersebut adalah barang butik sehingga tidak banyak diproduksi. Pernyataan ini merupakan bujukan karena penjual berusaha membangun *image* yang bagus untuk produknya dalam membujuk pembeli.

c. Ajakan

Salah satu fungsi dari tindak tutur persuasif adalah ajakan. Walaupun bentuk-bentuknya berbeda, seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif, bisa saja fungsinya berbeda. Contohnya adalah bentuk suatu tuturan bisa saja memiliki fungsi yang berbeda seperti, bentuk asertif berfungsi bujukan, bentuk direktif berfungsi anjuran, bentuk direktif berfungsi persilahan, bentuk direktif berfungsi imbauan, bentuk direktif berfungsi permohonan, dan bentuk direktif berfungsi ajakan. Fungsi dari suatu bentuk tuturan tergantung pada konteks tuturan pada peristiwa tutur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 7 fungsi ajakan. Berikut adalah salah satu temuan dari penelitian.

Datum 9

Penjual: *Baaalilah Bu.*
'Belilah Bu.'

Fungsi dari tindak tutur datum penjual adalah ajakan. Si penjual mengajak agar pembeli membeli barangnya. Hal ini ditandai dengan

kalimat perintah *balilah* 'belilah' yang merupakan ajakan.

d. Persilahan

Salah satu fungsi dari tindak tutur persuasif adalah persilahan. Walaupun bentuk-bentuknya berbeda, seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif, bisa saja fungsinya berbeda. Contohnya adalah bentuk suatu tuturan bisa saja memiliki fungsi yang berbeda seperti, bentuk asertif berfungsi bujukan, bentuk direktif berfungsi anjuran, bentuk direktif berfungsi persilahan, bentuk direktif berfungsi imbauan, bentuk direktif berfungsi permohonan, dan bentuk direktif berfungsi ajakan. Fungsi dari suatu bentuk tuturan tergantung pada konteks tuturan pada peristiwa tutur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 1 fungsi persilahan. Berikut adalah salah satu temuan dari penelitian.

Datum 22

Penjual: *Boleh dibukak buk... bukak ajolah Bu, yang ini bagus-bagus mah.*

'Boleh dibuka buk, bukak saja buk, yang ini bagus-bagus kok'

Fungsi dari tindak tutur pada datum 22 adalah persilahan. Si penjual mempersilahkan pembeli membuka barang dagangannya dari bungkus plastik agar si pembeli yakin terhadap kualitas barang si penjual. Hal ini merupakan modus penjual untuk mempengaruhi pembeli. Modus yang dimaksud adalah, dengan cara mempersilahkan untuk membuka barang tersebut si pembeli akan semakin mempertimbangkannya dan kemungkinan besar si pembeli akan sangat mudah terpengaruh.

e. Imbauan

Salah satu fungsi dari tindak tutur persuasif adalah imbauan. Walaupun bentuk-bentuknya berbeda, seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif, bisa saja fungsinya berbeda. Contohnya adalah bentuk suatu tuturan bisa saja memiliki fungsi yang berbeda seperti, bentuk asertif berfungsi bujukan,

bentuk direktif berfungsi anjuran, bentuk direktif berfungsi persilahan, bentuk direktif berfungsi imbauan, bentuk direktif berfungsi permohonan, dan bentuk direktif berfungsi ajakan. Fungsi dari suatu bentuk tuturan tergantung pada konteks tuturan pada peristiwa tutur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 1 fungsi imbauan. Berikut adalah salah satu temuan dari penelitian.

Datum 8

Penjual: *Jeruk madu, jeruk madu sepuluh sepuluh ribu, yo sabana manih. 'Jeruk madu, jeruk madu sepulu sepuluh ribu, benar-benar manis.'*

Fungsi dari tindak tutur pada datum 22 adalah imbauan. Si penjual mengimbau pembeli dengan cara berteriak bahwa buah yang dijual sangat manis. Dengan cara seperti ini, pembeli yang berada pada jarak jauh akan datang ke tempat dagangan si pembeli dan membuktikan bahwa buah yang dijual oleh penjual memang mempunyai kualitas yang baik.

f. Permohonan

Salah satu fungsi dari tindak tutur persuasif adalah permohonan. Walaupun bentuk-bentuknya berbeda, seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif, bisa saja fungsinya berbeda. Contohnya adalah bentuk suatu tuturan bisa saja memiliki fungsi yang berbeda seperti, bentuk asertif berfungsi bujukan, bentuk direktif berfungsi anjuran, bentuk direktif berfungsi persilahan, bentuk direktif berfungsi imbauan, bentuk direktif berfungsi permohonan, dan bentuk direktif berfungsi ajakan. Fungsi dari suatu bentuk tuturan tergantung pada konteks tuturan pada peristiwa tutur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sebanyak 1 fungsi permohonan. Berikut adalah salah satu temuan dari penelitian.

Datum 14

Penjual: *Hahaha... ini tinggal dua lagi, bun. Cantik ini pake jeans.*

Fungsi dari tindak tutur pada datum 14 adalah permohonan. Si penjual memohon kepada pembeli dengan cara mengatakan kalau barang tersebut hanya bersisa satu. Kalimat setelahnya adalah *Cantik ini pake jeans*. Inilah yang menandakan bahwa ungkapan tersebut adalah permohonan. Secara tersirat, pembeli sudah melakukan fungsi permohonan dengan cara memuji barang dagangannya cocok dipakai pembeli.

KESIMPULAN

Ditemukan 3 bentuk tindak tutur persuasif pedagang kaki lima di pasar kaget gelora H. Agus Salim yaitu tindak tutur asertif, tindak tutur direktif, dan tindak tutur komisif. Terdapat 6 jenis fungsi tindak tutur persuasif yaitu fungsi bujukan, fungsi anjuran, fungsi ajakan, fungsi persilahan, fungsi imbauan, dan fungsi permohonan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, pedagang kaki lima di Gor Agus Salim Padang banyak menggunakan ungkapan berupa menyatakan, melaporkan, menunjukkan, menyebutkan, menyarankan, membual, mengeluh, mengklaim/mengecam dan mengingatkan. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang mempengaruhi pembeli dengan cara mengungkapkan kebenaran atas apa yang dikatakannya. Fungsi bujukan menunjukkan bahwa pedagang menggunakan strategi yang cukup baik dalam mempengaruhi pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Austin. 1962. *How To Do Things with Words*. London: Oxford University Press.
- Kridalaksana, Harimurti. 2009. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Revita, Ike. 2014. *Pragmatik: Kajian Tindak Tutur Permintaan Lintas Bahasa*. Sumedang: Light Publishing.
- Sarfiyah, Anissatus. (2015). "Tindak Tutur Imbauan dan Larangan Pada Wacana Persuasif di Tempat-Tempat Kos Daerah Kampus". Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Taufik, K Sulam. 2013. *Wujud-Wujud Tutaran Persuasif dalam Kampanye Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Pasuruan Tahun 28 Ditinjau dari Perspektif Tindak-Tutur*. Prosoding Volume 7, No 2.
- Wardani, Maria Magdalena S. (2016). Bahasa Indonesia dalam Wacana Persuasif Imbauan Publik. *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia*. 564-568. Denpasar
- Zaenuri, A. 2007. Teknik komunikasi persuasif dalam pengajaran. *Jurnal Jalie*. Volume 01, nomor 1.