

PRINSIP KESANTUNAN DALAM JUAL BELI *ONLINE* DI *INSTAGRAM*: SUATU KAJIAN PRAGMATIK

Gilang Aulia Prasetya¹, Haikal Ramadhan², Ratih Purnama Sari³.

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,

Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Ciputat, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, 15412

E-mail: ¹gilang.aulia19@mhs.uinjkt.ac.id, ²haikalramadhan8515@gmail.com, ³ratihpsarii@gmail.com

Abstrak

Hadirnya media sosial memudahkan manusia untuk saling berinteraksi satu dengan lainnya semakin mudah. Melalui teknologi atau jejaring sosial seseorang dapat menyampaikan pesan atau informasi, termasuk dalam jual-beli *Online* di *Instagram*. Kesantunan berbahasa adalah properti yang diasosiasikan dengan tuturan bahasa yang santun, tidak terdengar memaksa atau angkuh, tuturan itu memberikan pilihan pada lawan tutur dan lawan tutur merasa tenang. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk tindak tutur dan maksim kesantunan yang terjadi pada masyarakat pengguna akun media sosial di *Instagram* dalam melakukan hal jual-beli *Online* di *Instagram*. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif dengan teknik SBLC (Teknik Simak Bebas Libat Cakap) karena cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan menyimak penggunaan bahasa lisan pada jual beli *Online* di media sosial *Instagram*. Hasil penelitian penggunaan maksim oleh penutur penjual dan pembeli di jual beli *Online* di *Instagram* menghasilkan 3 data tuturan penggunaan maksim kearifan antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 2 data tuturan penggunaan maksim kedermawanan antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 2 data tuturan penggunaan maksim pujian antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 1 data tuturan penggunaan maksim kerendahan hati antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 1 data tuturan penggunaan maksim kesepakatan antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, dan menghasilkan 1 data tuturan penggunaan maksim kesimpatian antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*.

Kata Kunci: Jual-Beli di *Instagram*; Prinsip Kesantunan Berbahasa; Tindak Tutur.

PRINCIPLES OF COURAGE IN *ONLINE* SELLING ON *INSTAGRAM*: A PRAGMATIC STUDY

Abstract

The presence of social media makes it easier for humans to interact with each other. Through technology or social networks, a person can convey messages or information, including buying and selling Online on Instagram. Politeness is a property associated with polite language speech, it does not sound pushy or arrogant, the speech gives choices to the interlocutor and the interlocutor feels calm. The purpose of this study is to find out and describe the forms of speech acts and politeness maxims that occur in people who use social media accounts on Instagram when buying and selling Online on Instagram. The approach used in this study is a qualitative approach using the SBLC technique (involvement-free viewing technique) because the method used to obtain data is by listening to the use of spoken language in Online buying and selling on Instagram social media. The results of research on the use of maxims by speakers of sellers and buyers in buying and selling Online on Instagram produce 3 speech data using the maxim of wisdom between sellers and buyers in buying and selling on Instagram, 2 speech data using the maxim of generosity between sellers and buyers in buying and selling on Instagram, 2 data on the use of maxims of praise between sellers and buyers in buying and selling on Instagram, 1 data on the use of the maxim of humility between sellers and buyers in buying and selling on Instagram, 1 data on the use of maxims of agreement between sellers and buyers in buying and selling on Instagram Instagram, and produce 1 speech data using the maxim of sympathy between sellers and buyers in buying and selling on Instagram.

Keywords: *Buying and Selling on Instagram; Politeness Principles; Speech Acts.*

1. PENDAHULUAN

Setiap individu manusia tidak dapat hidup sendiri, karena dalam sehari-hari manusia merupakan makhluk sosial yang mengharuskan bersosialisasi dengan manusia. Dengan

hadirnya media jejaring sosial seperti, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *Whatsapp*, dan lainnya memudahkan manusia untuk saling berinteraksi satu dengan lainnya semakin mudah. Hal tersebut merupakan

cerminan dari kebutuhan masyarakat untuk dapat memperoleh berbagai macam informasi yang cepat dan tepat serta menjalin komunikasi jarak jauh atau virtual. Kedua karakteristik di atas menunjukkan fungsi transaksional dan interaksional bahasa. Karakteristik komunikasi virtual yang membuat partisipan tutur tidak dapat bertatap muka secara langsung berdampak pada bagaimana tuturan dihasilkan dan diinterpretasikan. Hal ini yang akan mempengaruhi perilaku berbahasa penutur, seperti halnya kesantunan berbahasa partisipan tutur (Fallianda, 2018). Tidak ada media bertatap muka dalam melakukan hal jual-beli *Online* ini menyebabkan berkurangnya usaha penutur untuk memperhatikan muka setiap lawan tutur. Dengan kata lain, prinsip-prinsip kesantunan berbahasa dalam komunikasi virtual ini menjadi sangat penting.

Media sosial adalah satu alat pemersatu yang jauh hingga bisa selalu dekat, yang dekat maka akan semakin menjauh jika kita tidak bisa menggunakan gawai khususnya media sosial dengan efisien. Media *Online* adalah alat yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat broadcast media menologue (*satu ke banyak audiens*) menjadi ke sosial media dialogue (*banyak audiens ke banyak audiens*) (Kurniawan, 2017). Kemajuan Teknologi mempengaruhi perkembangan penggunaan bahasa manusia dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan lawan bicaranya. Melalui teknologi atau jejaring sosial seseorang dapat menyampaikan pesan atau informasi dan dapat dilihat oleh siapapun.

Dalam proses komunikasi virtual, biasanya gaya percakapan yang khusus sangat diperlukan, seperti gaya percakapan tatap muka. Dalam hal ini, media sosial memberikan kebebasan lebih untuk mengekspresikan ide, pendapat dan perasaan partisipan tutur. Seperti halnya komunikasi tatap muka, komunikasi virtual juga melibatkan media verbal (*seperti: lelucon, empati, saran, dan lainnya*) maupun visual (*seperti: senyuman*). Ketidakhadiran partisipan tindak tutur secara fisik menyebabkan timbulnya strategi-strategi percakapan yang bebas. Tidak jarang

percakapan dalam media sosial menghasilkan banyak perdebatan pula. Misalnya, hilang nilai efektif berbahasa, dengan kata lain kemampuan literasi pengguna media sosial, yang biasa tidak dihiraukan oleh pengguna media sosial pada umumnya menimbulkan kesalahpahaman hingga pertikaian (Yus, 2014).

Strategi percakapan lainnya yang sangat patut untuk diperhatikan, meliputi: pemilihan bahasa, dialek, atau diksi, pertimbangan muka lawan tutur, tingkat ancaman suatu tindak tutur, kedekatan hingga status sosial. Tanpa adanya pertimbangan terhadap citra diri penutur lainnya, penutur dapat dianggap tidak dapat menempatkan diri mereka dan lawan tutur mereka dengan baik. Manusia adalah makhluk sosial yang cenderung berusaha untuk berinteraksi dengan manusia lain. Sebagai makhluk sosial, setiap manusia pasti memiliki keinginan untuk bergaul dengan manusia lain, baik untuk mengungkapkan sesuatu, menyatakan pendapat, memengaruhi, maupun untuk menyatakan keberadaan dirinya. Berkaitan dengan hal ini, Bahasa memiliki peran yang sangat penting dan tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia.

Kesantunan berbahasa dalam tuturan pada hakikatnya tergantung pada tiga kaidah yang seharusnya ditaati. Menurut Chaer kesantunan berbahasa adalah properti yang diasosiasikan dengan tuturan bahasa yang santun, tidak terdengar memaksa atau angkuh, tuturan itu memberikan pilihan pada lawan tutur dan lawan tutur merasa tenang (Chaer, 2010). Kesantunan berbahasa merupakan suatu sikap menghargai atau mengormati dalam proses berkomunikasi dengan orang lain baik itu sesama maupun dengan yang lebih tua. Kesantunan berbahasa memiliki kaidah-kaidah yang mengatur proses berkomunikasi. Rina Agustini menyebutkan bahwa dalam kesantunan berbahasa juga harus memperhatikan: (a) Ketika berbicara harus mampu menjaga martabat mitra tutur agar tidak dipermalukan, (b) Ketika berkomunikasi tidak boleh mengatakan hal-hal yang kurang baik, (c) tidak boleh mengungkapkan rasa senang atas kemalangan mitra tutur, (d) tidak boleh menyatakan ketidaksetujuan dengan mitra tutur

sehingga merasa jatuh harga dirinya, (e) Tidak boleh memuji diri sendiri atau kelebihan diri sendiri (Rina Agustina, 2017).

Dalam bertutur hendaknya memperhatikan kesantunan karena kesantunan tidak bisa dianggap remeh. Menurut Lusiana mengatakan bahwa sopan santun terdapat dua jenis, yakni sopan santun absolut dan sopan santun relatif (Lusiana, 2017). Menurut Leech beberapa maksim dalam prinsip kesantunan terdapat enam maksim, yakni (1) maksim kearifan, (2) maksim kederewanan, (3) maksim pujian, (4) maksim kerendahan hati, (5) maksim kesepakatan, dan (6) maksim kesimpatian (Leech, 2011). Dengan adanya prinsip kesantunan hendaknya diterapkan agar tuturan yang bersifat tabu atau emosi yang tidak terkontrol dapat dihindari. Tentunya dalam berkomunikasi penutur harus memperhatikan komponen tuturannya. Bila prinsip-prinsip ini telah terpenuhi, maka pengguna bahasa tersebut telah dapat dikatakan memiliki kesantunan berbahasa.

Kajian pragmatik erat kaitannya dengan konteks. Pragmatik adalah kajian mengenai hubungan antara bahasa dan konteks yang disandikan dalam struktur suatu Bahasa. Konteks merupakan hal yang sangat penting untuk memahami maksud dari suatu ujaran. Menurut Chaer mengatakan bahwa pragmatik adalah ilmu yang mengkaji penggunaan satuan-satuan bahasa dalam tuturan untuk melaksanakan komunikasi. Jadi, pragmatik mempelajari tentang bagaimana bahasa digunakan dalam berkomunikasi (Chaer, 2010).

Berdasarkan pendapat di atas, yang perlu ditekankan adalah pragmatik merupakan cabang ilmu linguistik yang mempelajari bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dalam situasi tertentu dengan makna yang dikehendaki oleh penutur. Oleh karena itu, teori pragmatik ini sesuai jika digunakan sebagai dasar untuk meneliti tindak tutur dalam interaksi jual beli daring perlengkapan wanita di *Instagram*.

Pada penelitian kali ini peneliti akan mengkaji bagaimana prinsip kesantunan pada masyarakat tertentu yang menggunakan akun

media sosial *Instagram* dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti ini dilakukan berdasarkan pengalaman penulis yang hidup dilingkungan media sosial *Instagram* yang melakukan tindak tutur dan prinsip kesantunan dalam komunikasi sehari-hari, penelitian ini juga merujuk pada masyarakat yang menggunakan akun sosial media *Instagram* sebagai objek kajian penelitian utamanya. Penelitian dalam artikel ini berfokus pada interaksi yang terjalin di antara pengelola dan pengguna *Instagram*. Sehingga tujuan penelitian yaitu untuk dapat mendeskripsikan penggunaan strategi-strategi kesantunan berbahasa pada media komunikasi virtual.

2. KAJIAN LITERATUR

A. Hakikat Tindak Tutur

Tindak tutur adalah perilaku berbahasa seseorang yang berupa ujaran dalam sebuah peristiwa tutur (Arifiany: 2016). Menurut Wiyatasari tindak tutur merupakan salah satu bagian yang penting yang mendukung terjadinya situasi tutur (Wiyatasari: 2015). Sendilatta juga mengatakan bahwa tindak tutur adalah sebuah proses aktivitas berbahasa yang berupa kalimat dalam bentuk ujaran atau percakapan antara penutur dan mitra tutur untuk menghasilkan suatu Tindakan (Sendilatta: 2013). Pendapat lain tentang tindak tutur dikatakan oleh Chaer dalam Wiranty bahwa tindak tutur (speech act) adalah gejala individu yang bersifat psikologis dan berlangsungnya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu (Wiranty 2015).

B. Teori Kesantunan Berbahasa

Kesantunan berasal dari kata dasar santun yang dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai halus dan baik budi bahasanya. Sedangkan berbahasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai menggunakan Bahasa, sopan santun.

Kesantunan atau kesopanan adalah perlakuan suatu konsep yang tegas yang berhubungan dengan tingkah laku sosial yang sopan yang terdapat dibudaya atau suatu masyarakat. Khususnya dalam bahasa, sopan

santun dan tatakrama berbahasa adalah menghargai dan menghormati lawan spanya (Sulistyo: 2013).

Kesantunan dalam berbahasa merupakan seperangkat maksim yang mengatur bentuk perilaku dalam berbahasa baik perilaku linguistik maupun ekstralinguistik. Menurut Leech dalam Syafruddin Sallatu (2015) mengemukakan bahwa:

“untuk merealisasikan kesantunan berbahasa perlu memperhatikan aspek-aspek etika bertutur, yakni prinsip kesantunan (politeness principle) yang mencakup maksim kearifan, kedermawanan, pujian, kerendahan hati, kesepakatan, dan simpati. Selain itu, kesantunan juga diwujudkan dengan tuturan yang menguntungkan mitra tutur. Tuturan yang menguntungkan mitra tutur adalah yang tampak seperti yang disampaikan bawahan terhadap atasan” (Syafruddin Sallatu: 2015).

Dalam sebuah tuturan, bisa saja apa yang dituturkan oleh si penutur telah dianggap baik, namun ketika terdengar oleh lawan tutur malah dianggap kurang santun dan sebaliknya. Salah satu faktor yang harus diperhatikan para pemakai bahasa Indonesia guna mencegah terjadi hal-hal tersebut, dengan menjaga pola kesantunan berbahasa dalam berkomunikasi (Masnunah: 2018). Menurut Yule, santun bukan hanya sekedar diperhatikan dengan tingkah laku, namun santun harus juga disesuaikan dengan tutur bahasa yang baik (Muharudin, Badarudin, & Israhayu, 2022).

1) Maksim Kearifan (Tact Maxim)

Wijana mengatakan bahwa bentuk tuturan terdapat dua, tuturan yang pertama bentuk tuturan impositif, tuturan yang digunakan untuk menyatakan perintah; kedua bentuk tuturan komisif, tuturan yang digunakan untuk menyatakan penawaran atau janji (Wijaya: 1996). Rahardi mengatakan bahwa gagasan dasar maksim kearifan dalam prinsip kesantunan yaitu para peserta tuturan bermaksud akan prinsip yang ada untuk selalu mengurangi keuntungan diri sendiri dengan memaksimalkan keuntungan pihak yang lain dalam bertutur (Rahardi: 2002).

2) Maksim Kedermawanan (Generosity Maxim)

Menurut Leech (1983 dalam Ida Bagus, 2015) Maksim kedermawanan dapat tercapai apabila peserta tutur dapat menghormati orang lain. Dalam maksim ini, penutur harus rela memaksimalkan kerugian pada diri sendiri, dalam hal ini ditunjukkan oleh penutur atas kesediaannya memberikan sesuatu yang menjadi miliknya kepada mitra tutur, agar mitra tutur menjadi tercukupi kebutuhannya (Leech: 2015).

3) Maksim Pujian (Approbation Maxim)

Rahardi mengatakan bahwa, dalam maksim pujian orang dapat dianggap santun apabila ketika bertutur selalu memberikan penghargaan terhadap pihak lain. Dengan pujian, diharapkan supaya peserta tutur tidak saling mengejek, atau merendahkan pihak lain (Rahardi: 2002).

4) Maksim Kerendahan hati (Modesty Maxim)

Tarigan mengatakan bahwa maksim kerendahan hati yakni peserta tutur dapat bersikap rendah hati dengan mengurangi pujian terhadap diri sendiri dan memaksimalkan cacian pada diri sendiri, dengan cara seperti itu peserta tutur tidak dikatakan sombong. Penutur diharapkan bersikap rendah hati sehingga pusat perhatian yang paling utama terletak pada diri sendiri (Tarigan 1986).

5) Maksim Kesepakatan (Agreement Maxim)

Kunjana mengatakan bahwa maksim kesepakatan menitikberatkan pada kecocokan antara penutur dan lawan tuturnya. Diharapkan peserta dan mitra tutur bersikap santun jika sudah terjadi kesepakatan. Seseorang tidak boleh memenggal dan membantah secara langsung orang yang sedang bertutur. Ada berbagai faktor yang dapat dijadikan pertimbangan yakni, faktor usia, jabatan, atau bahkan status sosial. Dengan kata lain, peserta tutur memaksimalkan kecocokan dan meminimalkan ketidakcocokan antara penutur (Kunjana: 2002).

6) Maksim Kesimpatian (Sympath Maxim)

Chaer mengatakan bahwa maksim kesimpatian, peserta tutur harus memaksimalkan rasa simpati dan meminimalkan rasa antipati kepada lawan tutur.

Masyarakat menjunjung rasa simpati terhadap orang lain, sedangkan seseorang yang bersikap sinis dianggap tidak sopan. Ketika orang lain menghadapi kesulitan hendaknya menolong dan ketika orang lain mendapatkan kesuksesan hendaknya mengucapkan selamat. Beberapa maksim-maksim di atas dapat digunakan untuk mengukur skala kesantunan. Skala kesantunan adalah peringkat kesantunan mulai dari yang paling santun sampai dengan yang tidak santun (Chaer: 2010). Chaer juga mengatakan bahwa terdapat lima buah skala kesantunan. Berikut kelima skala tersebut:

- a) Skala kerugian keuntungan (*cost-benefit scale*)
- b) Skala pilihan (*optiobality scale*)
- c) Skala ketidaklangsungan (*indirectness*)
- d) Skala keotoritasan (*authority scale*)
- e) Skala jarak sosial (*social distance*).

Dengan adanya prinsip-prinsip kesantunan diharapkan para penutur mampu menggunakan bahasa dengan santun. Kesantunan harus dijunjung tinggi agar diantara para penutur tidak ada kesalahpahaman yang dapat menimbulkan perselisihan. Ketika berbahasa dengan sopan tidak akan terlepas dengan usia seseorang penutur ketika berhadapan dengan lawan tuturnya. Penutur yang baik harus mampu menyesuaikan lawan tuturnya baik yang lebih muda, sebaya atau yang lebih tua.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mendasarkan pada fakta sebuah fenomena yang secara empiris hidup dalam penutur-penuturnya yang kemudian dicatat apa adanya (Sudaryanto, 1992). Dengan metode kualitatif, penelitian ini menekankan pada data yang diperoleh dalam bentuk kata, frasa, klausa, kalimat, dan wacana. Sujarweni menjelaskan "Data merupakan sekumpulan informasi yang diperoleh dari lapangan dan digunakan untuk bahan penelitian". Seperti yang dijelaskan oleh Bogdan dan Penelitian ini menghasikan data deskripsi berupa kalimat-kalimat prinsip

kesantunan berbahasa dalam Jual-beli *Online* di media sosial *Instagram*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik SBLC (teknik simak bebas libat cakap) karena cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan menyimak penggunaan bahasa lisan pada jual beli *Online* di media sosial *Instagram*. Metode simak teknik yang digunakan tidak melibatkan penulis dalam tuturan, artinya penulis tidak ikut serta dalam pembicaraan orang-orang yang berbicara. Penulis tidak terlibat dalam dialog karena hanya sebagai pemerhati dan membaca apa yang dikatakan dalam komentar ketika jual beli *Online* pada media sosial di *Instagram*. Peneliti juga menggunakan Teknik penyediaan data yaitu alat bantu berupa kartu data dan lembar analisis. Kartu data digunakan untuk mencatat dan lembar analisis digunakan untuk menganalisis data sesuai dengan parameter yang ada. Peneliti juga memilih data-ata penting sesuai kebutuhan jika ada yang tidak sesuai maka secara otomatis dieliminasi. Dengan demikian, dalam penelitian ini, data yang berupa hasil teknik SBLC tentang prinsip kesantunan berbahasa dalam Jual-beli *Online* di media sosial *Instagram* akan dianalisis berdasarkan proses reduksi, penyajian dan penyimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil pembahasan ini akan di paparkan dan dibahas berupa berdasarkan landasan dan metode penelitian yang digunakan. Prinsip kesantunan yang dianalisis berupa tuturan antaran pedagang dan pembeli dalam jual beli *Online* yang mengandung prinsip kesantunan. Oleh karena itu, deskripsi penelitian ini meliputi (1) maksim kearifan; (2) maksim kedermawanan; (3) maksim pujian; (4) maksim kerendahan hati; (5) maksim kesepakatan dan (6) maksim kesimpulan.

Tabel 1. Data Penggunaan Maksim Kearifan Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli Online di Instagram.

No.	Konteks	Peristiwa Tutur	Indikator Maksim
1.	Saat pembeli ingin membeli barang secara <i>Online</i> di <i>Instagram</i> , pedagang menunjukkan sikap ramah tamah dengan menanyakan apakah yang bisa dibantu, dan pembeli ingin menacari terlebih dahulu flatsshoes merek blow.	Penjual: "Siang ka, silahkan ada yang bisa saya bantu?" Pembeli: "Mau cari flatsshoes merek blow." Penjual: "Silahkan ka dipilih dulu!" Pembeli: "Ok baik."	Dari tuturan " <i>silahkan ada yang bisa saya bantu?</i> " Penjual membuktikan bahwa kesediaan untuk menawarkan apa yang bisa dibantu dirinya sebagai pedagang kepada pembeli yang sedang ingin membeli barang. Hal ini sesuai dengan prinsip kearifan untuk selalu mengurangi keuntungan diri sendiri dengan memaksimalkan keuntungan pihak yang lain dalam bertutur.
2.	Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial <i>Instagram</i> , penjual melakukan penawaran untuk mampir ke akun <i>Instagram</i> mereka sekadar melihat barang barang saja. Pembeli juga terlihat sikap ramah tamah dengan menanyakan ingin warna apa terhadap barang yang pembeli inginkan.	Penjual: "Silahkan kak mampir ke akun kami shopatblow bisa dicek ig kami kak!" Pembeli: "Iya kak." Pembeli: "Mau cari warna coklat dan hitam kak." Penjual: "Sebentar ya saya cek dulu!"	Dari tuturan " <i>Silahkan mampir ke akun kami shopatblow bisa dicek ig kami kak</i> " dan " <i>sebentar, saya cek dulu</i> " Penjual membuktikan bahwa kesediaan penjual untuk menawarkan apa yang bisa dibantu dirinya sebagai penjual kepada pembeli yang sedang ingin membeli barang sesuai keinginannya. Hal ini sesuai dengan prinsip kearifan untuk selalu mengurangi keuntungan diri sendiri dengan memaksimalkan keuntungan pihak yang lain dalam bertutur.
3.	Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial <i>Instagram</i> , pembeli menginginkan warna yang dipilihnya, yaitu ungu. Terlihat, penjual dengan antusias mengirimkan sampel contoh kepada pembeli dan rincian pembelian sebelum pembeli itu yakin atas barang pilihannya.	Pembeli: "Yang ungu saja kak." Penjual: "Baik saya akan mengirimkan contoh gambarnya dulu yah." Penjual: "Ini rincian pesanan kakak ya, tolong di cek kembali sebelum kami kirim." Pembeli: "Iya. Sudak benar kak. Terima Kasih!" Penjual: "Iya sama-sama."	Dari tuturan " <i>Baik saya akan mengirimkan contoh gambarnya</i> " dan " <i>tolong di cek Kembali pesanan sebelum dikirim</i> ". Penjual membuktikan bahwa kesediaan penjual untuk melihatkan warna barang yang diinginkan oleh pembeli sebelum ia menginginkan benar-benar barang tersebut atau tidak. Selain itu, penjual mengingatkan kepada pembeli untuk mengecek rincian belanjanya sebelumnya barangnya dikirim. Hal ini sesuai dengan prinsip kearifan untuk selalu mengurangi keuntungan diri sendiri dengan memaksimalkan keuntungan pihak yang lain dalam bertutur.

Tabel 2. Data Penggunaan Maksim Kedermawanan Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli Online di Instagram

No.	Konteks	Peristiwa Tutur	Indikator Maksim
1.	Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial <i>Instagram</i> , pembeli menanyakan warna yang diinginkannya, tetapi tidak ada. Terlihat penjual menawarkan warna lain yang hamper mirip dengan pilihan warna yang sebelumnya.	Pembeli: "Pantofel warna moccanya ada?" Penjual: "Belum ada kak, adanya seperti yang di gambar saja kak, bagaimana kak. Mungkin warna coklat susu saja kak. Hampir sama"	Dari tuturan " <i>mungkin warna coklat susu saja kak, hampir sama warnanya kak, namaun sedikit lebih terang.</i> " Penjual membuktikan kesediaannya menawarkan warna lain kepada pembeli, agar pembeli tetap membeli barang walaupun dengan warna yang berbeda. Yang terpenting penjual memaksimalkan penawaran agar barangnya terjual. Hal ini sesuai dengan prinsip Kedermawanan, mengurangi

	warnanya kak, namun agak sedikit lebih terang.” Pembeli: “Oh, boleh kalau begitu kak, boleh saya liat dahulu?” Penjual: “Boleh, kak!”	keuntungan bagi dirinya sendiri dan menambah pengorbanan diri sendiri agar pembeli dapat menerima barang yang dibeli.
2.	Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial <i>Instagram</i> , pembeli menginginkan agar barang sampai sebelum tanggal 7 dikirim oleh penjual. Pembeli: “Kalau bisa minta tolong jangan sampai lewat tanggal 7 ya kak, karna barangnya saya mau pakai.” Penjual: “Siap kak. Kami usahakan semaksimal kami ya kak. Insya Allah sebelum tanggal 7 kami kirim ya kak. Mohon kesediaannya untuk menunggu ya kak.”	Dari tuturan “ <i>Kami usahakan semaksimal kami ya kak. Insya Allah sebelum tanggal 7 kami kirim ya kak.</i> ” Penjual membuktikan bahwa mengusahakan agar barang si pembeli segera dikirim sesuai permintaan pembeli atas barangnya. Hal ini sesuai dengan prinsip Kedermawanan, mengurangi keuntungan bagi dirinya sendiri dan menambah pengorbanan diri sendiri agar pembeli dapat menerima barang yang dibeli.

Tabel 3. Data Pengguna Maksim Pujian Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli Online di Instagram

No.	Konteks	Peristiwa Tutur	Indikator Maksim
1.	Saat pembeli mengatakan bahwa kepuasan atas transaksi yang dilakukan membeli barang di Shopatblow. Selanjutnya pembeli memberitahukan pula bahwa tidak menyesal membeli sampai 3 barang.	Pembeli: “Nyaman banget bahannya sweater showpatblow di badan pas banget nih all size gitu bagus pula, tidak menyesal beli sampai 3 barang.” Penjual: “Alhamdulillah kak jika paketnya sudah sampai, semoga kaka suka dan puas dengan produk showpatblow ya kak. Jangan lupa tag foto cantik di IG shopatblow ya kak, siapa tahu bisa menang <i>give away</i> nya kak. Semoga kaka rina dilancarkan rezekinya dan sehat selalu kak. Terima kasih sudah order di shopatblow kak, <i>kami tunggu orderan selanjutnya kak.</i> ”	Dari tuturan “ <i>Nyaman banget bahannya sweater showpatblow di badan pas banget nih all size gitu bagus pula, tidak menyesal beli sampai 3 barang.</i> ” membuktikan bahwa pembeli puas dengan barang yang dibeli di Shopatblow. Hal ini sesuai dengan prinsip Maksim Pujian yang dinyatakan puasnya pembeli atas barang dibelinya dan memuji atas barang yang sesuai dengan keinginan pembeli.
2.	Saat pembeli mengatakan bahwa kepuasan atas transaksi yang dilakukan membeli barang di Shopatblow. Selanjutnya pembeli memberitahukan bahwa barang yang dipakai tidak licin.	Pembeli: ” Wedgess enak kak dipakai tidak licin alasnya suka banget.” Penjual: “Masya Allah cantiknya kakak. Alhamdulillah ya kak, jika kaka suka dengan produk shopatblow.”	Dari tuturan “Wedgess enak kak dipakai tidak licin alasnya suka banget.” Membuktikan bahwa pembeli puas atas barang yang di beli di Shopatblow. Barang yang dipakai tidak licin dan enak dipakai. Hal ini sesuai dengan prinsip Maksim Pujian yang dinyatakan puasnya pembeli atas barang dibelinya dan memuji atas barang yang sesuai dengan keinginan pembeli.

Tabel 4. Data Penggunaan Maksim Kerendahan Hati Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli Online di Instagram

No.	Konteks	Peristiwa Tutur	Indikator Maksim
1.	Saat pembeli selesai membeli barang, pembeli memberikan pujian kepada barang penjual, namun penjual bersikap rendah hati dan akan berusaha lebih baik lagi kedepannya.	<p>Pembeli: “Iya kak, pasti aku selalu jadi langganan. Karna aku suka sama model dari toko kaka bahannya lentur dan tahan air kalau dipakai nyaman bagus banget. Cari merk lain yang modelnya kaya gini ga enak ka dipakainya semoga produksi berikutnya dapat sebagus produksi yang pertama aku beli ya kak.”</p> <p>Penjual: “Alhamdulillah kaka. Terima kasih banyak ya kak, Insyallah kami akan selalu berikan yang terbaik untuk customer baik dari sisi pelayanan maupun kualitasnya kak.”</p>	Dari tuturan “ <i>Alhamdulillah kaka. Terima kasih banyak ya kak, Insyallah kami akan selalu berikan yang terbaik untuk customer baik dari sisi pelayanan maupun kualitasnya kak.</i> ” membuktikan bahwa penjual tetap rendah hati dan bersyukur serta akan menjadi lebih baik lagi kedepannya meningkatkan kualitasnya. Hal ini sesuai dengan prinsip Kerendahan Hati atas pencapaian penjual yang dipuji oleh pembeli tetapi tetap rendah hati dan selalu bersyukur.

Tabel 5. Data Penggunaan Maksim Kesepakatan Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli Online di Instagram

No.	Konteks	Peristiwa Tutur	Indikator Maksim
1.	Saat pembeli sudah menyepakati barang yang dibelinya, setelah itu penjual memberikan harga dan antara penjual dan pembeli menyetujui harga yang telah disepakati. Oleh karena itu, terjadinya transaksi penjualan.	<p>Pembeli: “Iya kak tolong kabarin saya ya kak bila sudah dibuatkan bukti resinya.”</p> <p>Penjual: “Siap kak segera mungkin nanti saya informasikan. No resinya 2122365433 via JNE Regular. Ini ka no resinya.”</p> <p>Pembeli: “Sudah ya kak, (gambar bukti pembayaran transfer)</p> <p>Penjual: “Baik ka segera kami proses pesanannya kak, Terima kasih. Kode pesanannya AV 075 total 3 pcs, flatsshoes dongker, flastsoes maroon, heels hitam.”</p>	Dari tuturan “ <i>kak tolong kabarin saya ya kak bila sudah dibuatkan bukti resinya.</i> ” dan “ <i>Sudah ya kak, (gambar bukti pembayaran transfer)</i> ”. Membuktikan bahwa terjadinya kesepakatan penjual dan pembeli dalam membeli barang hingga sampailah di proses transaksi. Hal ini sesuai dengan Maksim Kesepakatan yang terlihat dari penjual dan pembeli yang telah terjadinya kesepakatan jual-beli.

PEMBAHASAN

Penggunaan Prinsip Kesantunan dalam interaksi jual-beli *Online* di media sosial Instagram menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian terdapat enam maksim yang digunakan dalam tuturan pembeli dan penjual.

Maksim yang digunakan adalah maksim (1) maksim kearifan; (2) maksim kedermawanan; (3) maksim pujian; (4) maksim kerendahan hati; (5) maksim kesepakatan dan (6) maksim kesimpatian. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli dan penjual dalam melakukan

transaksi memperhatikan sikap kearifan atau kebijaksanaan dalam mengambil setiap keputusan, saling menghargai satu sama lainnya, dan melakukan kesepakatan harga dalam bertransaksi.

Adapun pembahasan lebih detailnya mengenai penggunaan prinsip kesantunan dalam berbahasa dalam interaksi jual beli *Online* di media sosial *Instagram*, yaitu sebagai berikut.

a. Maksim Kearifan Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli *Online* di *Instagram*

Di dalam maksim kearifan dijelaskan bahwa orang dapat dikatakan santun apabila memaksimalkan keuntungan orang lain dan meminimalkan kerugian orang lain. Ketika penutur berusaha menguntungkan pihak lain, petutur akan merasa dihormati dan dihargai. Hal ini dilakukan untuk menjaga perasaan agar tidak dianggap kurang sopan. Agar lebih jelas tuturan di bawah ini dapat dicermati.

Tuturan (1)

Penjual: “Siang ka, silahkan ada yang bisa saya bantu?”

Pembeli: “Mau cari flatshoes merek blow.”

Penjual: “Silahkan ka dipilih dulu!”

Pembeli: “Ok baik.”

Konteks:

Saat pembeli ingin membeli barang secara *Online* di *Instagram*, pedagang menunjukkan sikap ramah tamah dengan menanyakan apakah yang bisa dibantu, dan pembeli ingin menacari terlebih dahulu flatshoes merek blow.

Tuturan (1) menunjukkan adanya maksim kearifan dari penjual. Penjual berusaha menawarkan barang dagangannya dengan menyapa calon pembeli dan memberikan kesempatan bagi calon pembeli untuk mampir ke tokonya dan memilah serta memilih barang yang pembeli butuhkan. Pada hal ini menunjukkan pada tuturan pedagang *menuturkan “siang ka, silahkan ada yang bisa saya bantu?”* artinya mempersilahkan pembeli dan *“silahkan kak dipilih dulu!”* yang artinya mempersilahkan pembeli memilih barang. Dengan demikian tuturan yang di berikan pedagang dapat dikatakan santun.

Tuturan 2:

Penjual: “Silahkan kak mampir ke akun kami shopatblow bisa dicek ig kami kak!”

Pembeli: “Iya kak.”

Pembeli: “Mau cari warna coklat dan hitam kak.”

Penjual: “Sebentar ya saya cek dulu!”

Konteks:

Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial *Instagram*, penjual melakukan penawaran untuk mampir ke akun *Instagram* mereka sekadar melihat barang barang saja. Pembeli juga terlihat sikap ramah tamah dengan menanyakan ingin warna apa terhadap barang yang pembeli inginkan.

Tuturan (2) yang dituturkan oleh seorang penjual *Online* di *Instagram* dengan calon pembeli. Maksim kearifan tampak pada tuturan pedagang yang *menuturkan “silahkan kak mampir ke akun kami shopatblow bisa dicek ig kami kak!”* dan *“sebentar ya saya cek dulu!”*. Tuturan penjual dimaksudkan untuk mempersilakan calon pembeli agar bersedia membuka akun *Instagram*nya dan penjual mengecek permintaan calon pembeli. Hal tersebut bertujuan agar pedagang mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pembeli tersebut.

Tuturan 3

Pembeli: “Yang ungu saja kak.”

Penjual: “Baik saya akan mengirimkan contoh gambarnya dulu yah.”

Konteks:

Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial *Instagram*, pembeli menginginkan warna yang dipilihnya, yaitu ungu. Terlihat, penjual dengan antusias mengirimkan sampel contoh kepada pembeli.

Tuturan (3) dituturkan oleh pedagang sepatu dengan pembeli. maksim kearifan tampak pada penjual. Penjual berupaya memaksimalkan keuntungan bagi pembeli dengan mengirimkan contoh gambar sepatu yang diinginkan pembeli. dengan cara seperti itu pedagang akan menghindari sikap yang kurang santun dengan mitra tuturnya.

Tuturan 4

Penjual: “Ini rincian pesanan kakak ya, tolong di cek kembali sebelum kami kirim.”

Pembeli: “Iya. Sudak benar kak. Terima Kasih!”

Penjual: “Iya sama-sama.”

Konteks:

Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial *Instagram*, terlihat, penjual dengan antusias mengirimkan rincian pembelian sebelum pembeli itu yakin atas barang pilihannya.

Pada tuturan (4), maksim kearifan tampak pada pembeli. pemaksimalan terhadap mitra tutur ditunjukkan dengan menuturkan “*Ini rincian pesanan kakak ya, tolong di cek kembali sebelum kami kirim*” tuturan tersebut dituturkan setelah pembeli selesai membeli barang. Tujuan dari tuturan tersebut penjual ingi memastikan bahwa barang yang dipesan oleh si pembeli sudah benar sebelum meninggalkan pesan dalam pembelian jual beli *Online* di *Instagram*. Dengan cara seperti itu pembeli akan merasa diperhatikan lebih saat berbelanja kembali.

b. Maksim Kedermawanan Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli *Online* di *Instagram*

Maksim kedermawanan atau biasa disebut dengan maksim kemurahan hati. Maksim kedermawanan mewajibkan setiap peserta tutur memaksimalkan pengorbanan atau kerugian atas dirinya sendiri. Tuturan maksim kedermawanan dapat di cermati di bawah ini.

Tuturan 1

Pembeli: “Pantofel warna moccanya ada?”

Penjual: “Belum ada kak, adanya seperti yang di gambar saja kak, bagaimana kak. Mungkin warna coklat susu saja kak. Hampir sama warnanya kak, namun agak sedikit lebih terang.”

Pembeli: “Oh, boleh kalau begitu kak, boleh saya liat dahulu?”

Penjual: “Boleh, kak!”

Konteks:

Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial *Instagram*, pembeli menanyakan warna yang diinginkannya, tetapi tidak ada. Terlihat

penjual menawarkan warna lain yang hamper mirip dengan pilihan warna yang sebelumnya.

Pada tuturan (1) maksim kedermawanan tampak pada pembeli. pembeli dengan tuturan ingin membeli pantofel warna mocca namun, warna tersebut belum ada. Penjual dengan tuturan memberikan saran kepada pembeli, bahwa warna coklat susu mirip dengan warna mocca. Pada dialog tersebut, pembeli memberikan tuturan bahwa, ketersediaan pantofel warna mocca. Tuturan umpanan penjual bahwa pantofel warna mocca belum ada. Hal itu penjual dengan tuturan tetap memberikan tindakan ilokusi komisif dengan memberikan ajakan untuk mengganti pilihan warna yang hampir mirip dengan warna mocca yaitu warna coklat susu.

Tuturan 2

Pembeli: “Kalau bisa minta tolong jangan sampai lewat tanggal 7 ya kak, karna barangnya saya mau pakai.”

Penjual: “Siap kak. Kami usahakan semaksimal kami ya kak. Insha Allah sebelum tanggal 7 kami kirim ya kak. Mohon kesediaannya untuk menunggu ya kak.”

Konteks:

Saat melakukan transaksi jual beli di media sosial *Instagram*, pembeli menginginkan agar barang sampai sebelum tanggal 7 dikirim oleh penjual.

Pada tuturan (2) maksim kedermawanan tampak pada pembeli. Pembeli dengan tuturan meminta ke penjual agar pesannya dikirim sebelum tanggal 7. penjual memberikan umpan tuturan dengan cara memberi keuntungan pembeli. Hal itu dengan cara memaksimalkan pengerjaan pesanan pembeli. Pada dialog tersebut, pembeli dengan tuturan meminta ke penjual agar pesannya dikirim sebelum tanggal 7. Tuturan umpanan penjual yang mengandung tuturan ilokusi komisif, menguntungkan bagi pembeli. Keuntungan tersebut dilakukan dengan cara memaksimalkan pengerjaan pesanan pembeli.

c. Maksim Pujian Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli *Online* di *Instagram*

Didalam maksim pujian, peserta tutur dapat dianggap santun apabila berusaha menghargai orang lain. Peserta tutur harus memaksimalkan pujian kepada orang lain dan meminimalkan cacian atau kerugian pada orang lain. Tuturan maksim Pujian dapat di cermati sebagai berikut.

Tuturan 1

Pembeli: “Nyaman banget bahannya sweater showpatblow di badan pas banget nih all size gitu bagus pula, tidak menyesal beli sampai 3 barang.”

Penjual: “Alhamdulillah kak jika paketnya sudah sampai, semoga kaka suka dan puas dengan produk showpatblow ya kak. Jangan lupa tag foto cantik di IG shopatblow ya kak, siapa tahu bisa menang *give away* nya kak. Semoga ka rina dilancarkan rezekinya dan sehat selalu kak. Terima kasih sudah order di shopatblow kak, *kami tunggu orderan selanjutnya kak.*”

Konteks:

Saat pembeli mengatakan bahwa kepuasan atas transaksi yang dilakukan membeli barang di Shopatblow. Selanjutnya pembeli memberitahukan pula bahwa tidak menyesal membeli sampai 3 barang.

Pada tuturan (1) maksim pujian tampak pada pembeli. Tuturan pembeli dengan penjual menyatakan penghargaan dengan cara memuji. Tuturan pembeli dengan memberikan penghargaan pujian tersebut kepada penjual bahwa pesanan yang dipesan bahannya nyaman di badan saat di pakai karena bahannya sesuai yang diharapkan. Pembeli tidak menyesal membeli sweater produk shopatblow itu berjumlah banyak. Meski penjual dapat tuturan penghargaan dengan pujian seperti tuturan yang tertera, penjual memberikan tuturan balik kepada pembeli untuk memesan kembali produk dari shopatblow.

Tuturan 2

Pembeli: “Wedgess enak kak dipakai tidak licin alasnya suka banget.”

Penjual: “Masya Allah cantiknya kakak. Alhamdulillah ya kak, jika kaka suka dengan produk shopatblow.”

Konteks:

Saat pembeli mengatakan bahwa kepuasan atas transaksi yang dilakukan membeli barang di Shopatblow. Selanjutnya pembeli memberitahukan bahwa barang yang dipakai tidak licin.

Pada tuturan (2) maksim pujian tampak pada pembeli. Tuturan pembeli memberikan penghargaan pujian Ketika wedgessnya sudah sampai. Tuturan pujian tersebut terdapat pada kalimat diatas yang dituturkan pembeli. Dialog pada tuturan penjual dan pembeli pada konteks tersebut, pembeli dengan memberikan tuturan penghargaan pujian ini kepada penjual. wedgess yang dipesan pembeli enak dipakai, tidak licin alasnya, dan merasa selalu suka. Model sepatu produk dari shopatblow bahannya lentur dan tahan air nyaman saat dipakai dan pembeli akan membeli lagi produk dari shopatblow, sehingga pembeli memberikan tindakan ilokusi yang menyenangkan bagi penjual. Penjual memberikan umpan tuturan dengan merendahkan hati dengan mengecilkan tuturannya dengan cara senang diberi masukan saran perbaikan dari pembeli.

d. Maksim Kerendahan Hati Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli *Online* di *Instagram*

Maksim kerendahan hati atau biasa disebut maksim kesederhanaan, menuturkan bahwa peserta tutur hendaknya memaksimalkan cacian pada diri sendiri. Orang dapat dikatakan santun jika tidak sombong dan mengunggulkan diri sendiri dihadapan orang lain. Berikut merupakan tuturan maksim kerendahan hari.

Tuturan 1

Pembeli: “Iya kak, pasti aku selalu jadi langganan. Karna aku suka sama model dari toko kaka bahannya lentur dan tahan air kalau dipakai nyaman bagus banget. Cari merk lain yang modelnya kaya gini ga enak ka dipakainya semoga produksi berikutnya dapat sebagus produksi yang pertama aku beli ya kak.”

Penjual: “Alhamdulillah kaka. Terima kasih banyak ya kak, InsyaAllah kami akan selalu berikan yang terbaik untuk customer

baik dari sisi pelayanan maupun kualitasnya kak.”

Konteks:

Saat pembeli selesai membeli barang, pembeli memberikan pujian kepada barang penjual, namun penjual bersikap rendah hati dan akan berusaha lebih baik lagi kedepannya.

Pada tuturan (1) maksim kerendahan hati tampak pada pembeli. Tuturan pembeli memuji sepatu yang dipesannya sudah sampai. Penjual menanggapi pujian dengan doa. Dialog pada tuturan penjual dan pembeli, pembeli memberikan pujian yang menguntungkan penjual. Model sepatu produk dari shopatblow bahannya lentur dan tahan air nyaman saat dipakai dan pembeli akan membeli lagi produk dari shopatblow, sehingga pembeli memberikan tindakan ilokusi yang menyenangkan bagi penjual. Penjual memberikan umpan tuturan dengan merendahkan hati dengan mengecilkan tuturannya dengan cara senang diberi masukan saran perbaikan dari pembeli.

e. Maksim Kesepakatan Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli *Online* di *Instagram*

Maksim kesepakatan atau maksim kecocokan mewajibkan setiap peserta tutur memaksimalkan kecocokan antara diri sendiri dengan orang lain, dengan kata lain antara penjual dan pembeli haruslah memiliki kesepakatan dalam bertransaksi jual beli. Untuk memperjelas hal itu, perhatikan tuturan berikut.

Tuturan 1

Pembeli: “Iya kak tolong kabarin saya ya kak bila sudah dibuatkan bukti resinya.”

Penjual: “Siap kak segera mungkin nanti saya informasikan. No resinya 2122365433 via JNE Regular. Ini ka no resinya.”

Konteks:

Saat pembeli sudah menyepakati barang yang dibelinya, setelah itu penjual memberikan harga dan antara penjual dan pembeli menyetujui harga yang telah disepakati. Oleh karena itu, terjadinya transaksi penjualan.

Pada tuturan (1) maksim kesepakatan tampak pada pembeli. Tuturan pembeli dengan tuturan jika nomor resi sudah datang, penjual

diharap segera menghubungi penjual. Dan penjual mengiyakan pernyataan pembeli. Persetujuan pada tuturan dialog penjual dan pembeli tersebut tampak adanya kecocokan persepsi antara penjual dan pembeli. Jika nomor resi sudah datang, maka penjual segera menghubungi pembeli. Penjual mengiyakan pernyataan pembeli. Hal itu dengan komisif bagi pembeli dan penjual yang saling menguntungkan.

Tuturan 2

Pembeli “Sudah ya kak, (gambar bukti pembayaran transfer)

Penjual: “Baik ka segera kami proses pesannya kak, Terima kasih. Kode pesannya AV 075 total 3 pcs, flatsshoes dongker, flastsoes maroon, heels hitam.”

Selanjutnya, maksim kesepakatan tampak pada pembeli. Tuturan dialog tersebut, penjual dan pembeli tampak adanya kecocokan persepsi yang terjalin adanya kesepakatan. Tuturan pembeli dengan mengabarkan kalau sudah melakukan transfer pembayaran yang sudah disepakati bersama. Penjual dengan tuturan mengiyakan pernyataan pembeli. Hal itu dengan ilokusi komisif, bahwa transfer pembayaran pembeli sudah masuk ke rekening penjual, kemudian pesanan akan segera diproses dengan kode pesanan AV 075 total 3 pcs, flatsshoes dongker, flastsoes maroon, heels hitam.

f. Maksim Kesimpatian Penjual dan Pembeli dalam Jual-Beli *Online* di *Instagram*

Di dalam maksim kesimpatian, peserta tutur diharapkan memaksimalkan sikap simpati antara diri sendiri dengan orang lain, dan meminimalkan rasa antipati antara dirinya dengan orang lain. Berikut ini adalah contoh dari maksim kesimpatian yang terdapat di dalam tuturan interaksi pembeli dan penjual.

Tuturan 1

Pembeli: “Akun *Instagram* atas nama Hilma** An.”

Penjual: “Selamat ya kak sudah menjadi pemenang *spam like* dan *comment*, kakak akan mendapatkan *giveaway* dari shopatblow, ongkir ditanggung pemenang.”

Pembeli: “Lain kali saja kak, sepertinya uang saya masih kurang untuk biaya ongkos kirim.”

Penjual: “Gapapa kak, kali ini ongkos kirim terserah kakaknya saja mau bayar berapa.”

Konteks:

Saat pembeli mendapatkan hadiah giveaway dari akun jual beli Shopatblow dan ongkos kirim ditanggung oleh pemenang. Terlihat pemenang belum mempunyai uang namun penjual menawarkan bayar ongkos kirim berapa saja.

Pada tuturan (1) maksim kesimpatian tampak pada pembeli. Tuturan dialog pembeli mengabarkan Namanya tercantum menang dalam acara di *Instagram*. Penjual memberikan rasa simpati Dialog yang dituturkan penjual kepada pembeli ketika pembeli menang spam like and comment di *Instagram*. Penjual dengan tuturan simpatinya yang menyenangkan bagi pembeli. Hal itu dengan memberikan selamat kepada pembeli atas pemenangan spam like dan comment di *Instagram* serta memberikan biaya ongkos kirim kepada pembeli yang menang sesuai yang diberikan oleh pemenang karena kurangnya uang untuk ongkos kirim hadiah giveaway.

5. KESIMPULAN

Kesantunan berbahasa merupakan suatu sikap menghargai atau mengormati dalam proses berkomunikasi dengan orang lain baik itu sesama maupun dengan yang lebih tua. Kesantunan berbahasa memiliki kaidah-kaidah yang mengatur proses berkomunikasi. Saat ini berkomunikasi virtual sudah banyak dilakukan untuk menjalin komunikasi jarak jauh atau *virtual* akan semakin mudah. Dengan hadirnya media jejaring sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *WhatsApp*, dan lainnya memudahkan manusia untuk saling berinteraksi satu dengan lainnya Tetapi hal itu banyak menyebabkan berkurangnya usaha penutur untuk memperhatikan setiap tuturan yang baik dan benar kepada setiap lawan tutur. Dengan kata lain, prinsip-prinsip kesantunan berbahasa dalam komunikasi *virtual* ini menjadi sangat penting untuk dilakukan.

Dalam bertutur hendaknya memperhatikan kesantunan karena kesantunan tidak bisa dianggap remeh. Dengan adanya prinsip kesantunan hendaknya diterapkan agar tuturan yang bersifat tabu atau emosi yang tidak terkontrol dapat dihindari. Tentunya dalam berkomunikasi penutur harus memperhatikan komponen tuturannya. Bila prinsip-prinsip ini telah terpenuhi, maka pengguna bahasa tersebut telah dapat dikatakan memiliki kesantunan berbahasa. Dengan adanya pragmatik yang mengkaji hubungan antara bahasa dengan konteksnya, maka dapat ditegaskan bahwa akan dilakukan pengkajian mengenai bagaimana prinsip kesantunan pada masyarakat tertentu yang menggunakan akun media sosial *Instagram* dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil pembahasan pada prinsip kesantunan berbahasa dalam jual beli *Online* di *Instagram* dapat disimpulkan bahwa tindak tutur penjual dan pembeli dalam jual-beli *Online* pada media sosial di *Instagram* cukup memperhatikan prinsip kesantunan. Hal ini terbukti menghasilkan 5 macam-macam maksim diantaranya: 1) Maksim Kearifan, 2) maksim kedermawanan, 3) maksim pujian, 4) maksim kerendahan hati, 5) maksim kesepakatan dan 6) maksim kesimpatian. Data penggunaan maksim oleh penutur penjual dan pembeli di jual beli *Online* di *Instagram* menghasilkan 3 data tuturan penggunaan maksim kearifan antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 2 data tuturan penggunaan maksim kedermawanan antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 2 data tuturan penggunaan maksim pujian antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 1 data tuturan penggunaan maksim kerendahan hati antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, 1 data tuturan penggunaan maksim kesepakatan antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*, dan menghasilkan 1 data tuturan penggunaan maksim kesimpatian antara tuturan penjual dan pembeli dalam jual beli di *Instagram*.

6. REFERENSI

- Agustini, R. 2017. Bentuk Kesantunan Berbahasa Indonesia. *Jurnal Literasi, Vol.1*, 9-17.
- Arifiany, N. d. 2016. Pemaknaan Tindak Tutur Direktif dalam Komik "Yowamushi Pedal Chapter. *Japanese Literature, 2*, 87-93.
- Chaer Abdul. 2010. *Kesantunan Berbahasa. Jakarta: Rineka Cipta.*
- Fallianda. 2018. Kesantunan Berbahasa Pengguna Media Sosial *Instagram* : Kajian Sosiopragmatik. *Jurnal Etnolingual, 35-42.*
- Guntur Tarigan, H. 1986. *Menyimak Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa. Angkasa Bandung.*
- Kurniawan, & Puguh. 2017. Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Burneh. *Jurnal Komoetisi, Oktober, 11*, 217-225.
- Leech, G. 2015. *Prinsip-prinsip Pragmatik.* Jakarta: Universitas Indonesia.
- Masnunah. 2018. Strategi Kesantunan Berbahasa di Pengadilan (Penelitian Etnografi Komunikasi). *Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Vol.8 No. 2*, 23.
- Muharudin, E., Badarudin, & Israhayu, E. S. 2022. Kesantunan Berbahasa Indonesia Siswa Sekolah Dasar Dalam Pembelajaran Daring (*Online*) di masa Pandemi Covid-19. *Bahtera Indonesia Vol.7 No.1*, 231-232.
- Nadar, F. 2009. *Menyimak Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa.* Bandung: Angkasa Bandung.
- Putrayasa, Ida Bagus. 2014. *Pragmatik.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahardi, K. 2002. *Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia.* Jakarta: Erlangga.
- Sallatu, Syafruddin. 2015. Kesantunan Berbahasa Indonesia Masyarakat Makassar. Yogyakarta: Buginese Art.
- Sendilatta, E. C. 2013. Analisis Tindak Tutur pada Film "Garuda di Dadaku" Karya Ifa Ifansyah. *Jurnal Artikulasi, 7(1).*
- Sudaryanto. 1992. Metode Linguistik Ke Arah Memahami Metode Linguistik. *Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia, 10*, 33-37.
- Sujarweni, W. 2014. *Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistyo, E. T. 2013. *Pragmatik; Suatu Kajian Awal.* Surakarta: UNS Press.
- Tika Eristyarini, L. 2017. *Penyimpangan Prinsip Kesantunan Berbahasa Dalam Interaksi Belajar Mengajar Bahasa Indonesia Siswa Kelas X SMA Bhineka Karya 2 Boyolali. Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Wiranty, W. 2015. Tindak Tutur dalam Wacana Novel Laskar Pelangi Karya Andrea Hirata (Sebuah Tinjauan Pragmatik). *Jurnal Pendidikan Bahasa, 4(2)*, 294- 304.
- Wijayanti, D. N. 2015. Tindak Tutur Tokoh dalam Novel Berkisar Merah Karya Ahmad Tohari. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. Dalam *Jurnal Skripta, Vol 6 No. 2*, 2020. PBSI UPY
- Wijaya, I. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik.* Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Wiyatasari, Reny. 2015. Teknik Penerjemahan Tindak Tutur Direktif dalam Cerpen Doktor Sihir Kaya Iwaya Sazanami dan Larilah Melos Karya Dazai Osamu. Jepang: *Jurnal Bahasa Sastra dan Budaya. Vol. 4, No.2 hal. 42- 55*
- Yus, F. 2018. Cyberpragmatics: Internet-mediated Communication in Context Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin Publishing Company. *Jurnal Etnolingual, 2*, 35-54.