

## KESANTUNAN DAN KETIDAKSANTUNAN PENJUAL DAN PEMBELI *ONLINE* KETIKA *LIVE* DI GRUP *FACEBOOK* “MAKASSAR DAGANG”

Bulan Rara Yangsen<sup>1</sup>, Yusmah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Teknologi Sumbawa

Jl. Raya Olat Maras Batu Alang, Pernek, Kec. Moyo Hulu, Nusa Tenggara Barat

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

Jl. Angkatan 45 No. 1A Lautang Salo Rappang

[rarayangsen@gmail.com](mailto:rarayangsen@gmail.com)

**Abstrak.** Kesantunan dan Ketidaksantunan Penjual dan Pembeli Online Ketika Live di Grup Facebook “Makassar Dagang”. Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui wujud kesantunan dan ketidaksantunan penjual *online* pada saat *live* di grup *facebook* “Makassar Dagang” dan (2) mengetahui faktor-faktor penanda ketidaksantunan penjual dan pembeli *online* pada saat *live* di grup *facebook* “Makassar Dagang”. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Objek tuturan penjual berasal dari *online*, yaitu *grup facebook* “Makassar Dagang”. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian pustaka dan metode simak. Metode simak digunakan untuk menyimak tuturan-tuturan penjual *online* yang berkaitan dengan kesantunan dan ketidaksantunan pada saat *live* di grup *facebook* “Makassar Dagang” dengan menggunakan teknik simak bebas libat cakap dan teknik rekam. pendekatan yang digunakan ialah pendekatan pragmatik. Analisis data yang digunakan ialah metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan ada empat wujud kesantunan yang ditemukan ketika penjual *online* siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang”, yaitu maksim kebijaksanaan, maksim penerimaan, maksim kemurahan hati, dan maksim kecocokan. Kemudian ada enam bentuk ketidaksantunan yang ditemukan ketika penjual *online* siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang”, yaitu pelanggaran maksim kebijaksanaan, pelanggaran maksim penerimaan, pelanggaran maksim kemurahan, pelanggaran maksim kerendahan hati, pelanggaran maksim kecocokan, dan pelanggaran maksim simpati. Selain itu, faktor-faktor penanda ketidaksantunan penjual dan pembeli *online* yaitu penggunaan diksi yang tidak sesuai, kritik secara langsung dengan kata-kata kasar, mengutamakan kenyamanan diri sendiri, dorongan rasa emosi penutur, sengaja menuduh lawan tutur, sengaja memojokkan lawan tutur, dan meninggikan suara terhadap lawan tutur.

**Kata kunci:** kesantunan, facebook, pragmatik

**Abstract.** Politeness and Impoliteness of Online Sellers and Buyers When Live on the "Makassar Dagang" Facebook Group. This study aims (1) to determine the form of politeness and impoliteness of online sellers when live in the "Makassar Dagang" facebook group and (2) to know the factors of impoliteness of sellers and online shoppers when live in the "Makassar Dagang" facebook group. This type of research is qualitative research. The object of the seller's speech comes from online, namely the "Makassar Dagang" facebook group. Data collection is done through library research and refer to the method. The method of listening is used to listen to the utterances of online sellers relating to politeness and impoliteness when live on the Facebook group "Makassar Dagang" by using an engaging and engaging listening technique and recording techniques. the approach used is the pragmatic approach. Analysis of the data used is descriptive method. The results showed there were four forms of politeness found when online sellers broadcast live on the

Facebook group "Makassar Dagang", namely the maxim of wisdom, the maxim of acceptance, the maxim of generosity, and the maxim of compatibility. Then there are six forms of impoliteness found when online sellers broadcast live on the Facebook group "Makassar Dagang", namely violations of the maxim of wisdom, acceptance of maxim of maxim, generosity of maxim of generosity, violation of humility maxim, violation of compatibility maxim, and violation of sympathy maxim. In addition, the impolite factors of online sellers and buyers are inappropriate use of diction, direct criticism with harsh words, prioritizing one's own comfort, encouragement of the speaker's emotional emotions, deliberately accusing the interlocutor, deliberately cornering the interlocutor, and raising the voice against the interlocutor.

**Keywords:** politeness, facebook, pragmatics

## PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh seseorang kepada lawan tutur untuk bertukar pikiran/pendapat. Dengan adanya bahasa, maka interaksi antar manusia dapat lebih mudah dan dapat mengurangi timbulnya kesalahpahaman. Penggunaan bahasa masyarakat dapat dilakukan di berbagai media. Salah satunya yakni media sosial khususnya media *facebook*. Menurut Thoyibie (2010), sosial media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum.

Menurut Nurudin (2012:68) *Facebook* adalah suatu alat sosial untuk membantu orang berkomunikasi lebih efisien dengan teman lama, keluarga, maupun orang-orang yang baru dikenal. Di dalam *facebook* terdapat beranda atau halaman utama yang berfungsi sebagai tempat seseorang untuk mengunggah foto, video, dan dapat menampilkan video siaran langsung (*live*). Kurnilai (2009) menyatakan *platform facebook* itu sendiri merupakan salah satu *online social networking* atau situs jejaring soial yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat bersosialisasi atau berinteraksi dalam dunia maya. Pada media *facebook* terdapat berbagai pengguna, mulai dari masyarakat luar negeri sampai di dalam negeri. Kemudian masing-masing pengguna dapat melihat unggahan foto maupun video apabila sesama pengguna *facebook* telah berteman. Selain beranda *facebook*, seseorang juga dapat membuat grup di dalam *facebook*,

kemudian mengundang teman *facebooknya* untuk bergabung di dalam grup tersebut. Grup digunakan untuk saling berbagi dan memperoleh informasi yang sesuai dengan nama grup tersebut.

Hal yang perlu diperhatikan dalam berkomunikasi ialah kesantunan berbahasa kepada lawan tutur agar pesan yang ingin disampaikan sesuai yang diharapkan tanpa adanya kesalahpahaman, khususnya pada media *Facebook*. Menurut Elen (dalam Maknun dan Hasyim, 2016:100) kesantunan sebagai sistem hubungan interpersonal yang dirancang untuk mempermudah interaksi dengan memperkecil potensi bagi terjadinya konflik dan konfrontasi yang selalu ada dalam semua pergaulan manusia.

Saat ini, terdapat pengguna akun *facebook* membuat grup khusus untuk jual beli dalam jaringan (*online*) yang dinamakan grup "Makassar Dagang". Grup tersebut mempunyai anggota sebanyak 1,5 juta orang. Sesuai namanya, grup tersebut dikhususkan untuk masyarakat yang tinggal di Makassar. Namun, saat ini telah banyak anggota grup "Makassar Dagang" membagikan siaran langsung (*live*) penjual yang berasal dari daerah lain, sehingga jual-beli di luar kota Makassar pun dapat dilakukan dalam grup *facebook* "Makassar Dagang". Dengan adanya fitur siaran langsung (*live*) dalam media *Facebook*, maka penjual dalam jaringan (*online*) lebih mudah untuk mempromosikan produknya melalui media daring (*online*). Dengan demikian, peneliti memilih grup *Facebook* "Makassar Dagang" sebagai objek penelitian dan meneliti dengan judul "Tuturan Kesantunan dan Ketidaksantunan Penjual *Online* pada saat *Live* di Grup *Facebook* "Makassar Dagang".

Dalam grup *facebook* “Makassar Dagang” terdapat bermacam-macam produk yang ditawarkan oleh penjual pada saat *live*, mulai dari makanan, pakaian, aksesoris, alat kecantikan, alat elektronik, dan lain sebagainya. Aktivitas Jual beli *online* berbeda dengan interaksi jual beli secara langsung yang biasanya dilakukan di pasar, di toko ataupun di *mall*. Dalam jual beli *online*, calon pembeli tidak dapat secara langsung melihat, menyentuh ataupun merasakan suatu produk yang ditawarkan. Dengan demikian, ketika penjual melakukan siaran langsung, dia berusaha meyakinkan calon pembeli dengan kualitas produknya. Untuk menarik minat calon pembeli, maka si penjual diharuskan menggunakan prinsip-prinsip kesantunan.

Namun, terdapat fenomena yang terjadi ketika penjual melakukan aktivitas siaran langsung (*live*), tidak semua penonton berkomentar yang baik kepada si penjual. Terdapat penonton berkomentar yang berisi ejekan, candaan, perkataan yang dapat menyinggung perasaan si penjual ataupun pertanyaan yang dapat menjatuhkan kualitas produk si penjual kepada penonton lainnya. Komentar seperti itu biasanya membuat si penjual tersinggung sehingga melontarkan perkataan yang melanggar prinsip-prinsip kesantunan. Akan tetapi, tidak semua penjual menjawab komentar si penonton yang berisi ejekan ataupun candaan, sehingga tetap mempertahankan prinsip-prinsip kesantunan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana wujud tuturan kesantunan dan ketidaksantunan penjual *online* dan bagaimana penyebab ketidaksantunan penjual *online* pada saat *live* di grup *facebook* “Makassar Dagang”. Penelitian tersebut menggunakan teori pragmatik. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut, yakni prinsip-prinsip kesantunan oleh Leech dan teori penyebab ketidaksantunan oleh Pranowo.

Leech (1993) (dalam Maknun dan Hasyim, 2016:7) melihat pragmatik sebagai bidang kajian dalam linguistik yang mempunyai kaitan dengan semantik. Keterkaitan ini ia sebut semantisme, yaitu melihat pragmatik sebagai bagian dari

semantik; pragmatisme, yaitu melihat semantik sebagai bagian dari pragmatik; dan komplementarisme, atau melihat semantik dan pragmatik sebagai dua bidang yang saling melengkapi.

Cruse (2000) dalam Cummings (2007:2) pragmatik dapat dianggap berurusan dengan aspek-aspek informasi (dalam pengertian yang paling luas) yang disampaikan melalui bahasa yang (a) tidak dikodekan oleh konvensi yang diterima secara umum dalam bentuk-bentuk linguistik yang digunakan, namun yang (b) juga muncul secara alamiah dari dan tergantung pada makna-makna yang dikodekan secara konvensional dengan konteks tempat penggunaan bentuk-bentuk tersebut [penekanan ditambahkan]. Selanjutnya Leech (1993:5) menyatakan bahwa pragmatik mempelajari bahasa yang digunakan dalam komunikasi, dan bagaimana pragmatik menyelidiki makna sebagai konteks, bukan sebagai suatu yang abstrak dalam komunikasi.

Selanjutnya, Leech (1993: 8), mengemukakan bahwa “Pragmatik adalah studi tentang makna dalam hubungannya dengan situasi-situasi ujar (*speech situations*) yang meliputi unsur-unsur penyapa dan yang disapa, konteks, tujuan, tindak ilokusi, tuturan, waktu, dan tempat”. Maksudnya, pragmatik merupakan studi yang mengkaji tentang makna bahasa ditinjau dari situasi si penutur bahasa dan lawan tuturnya, yang meliputi siapa penuturnya dan siapa lawan tuturnya, dalam situasi yang bagaimana serta kapan dan di mana tuturan itu terjadi.

Rohmadi (2004:2) menyatakan pragmatik merupakan studi kebahasaan yang terikat konteks. Konteks memiliki peran yang kuat dalam menentukan maksud penutur dalam berinteraksi dengan lawan tutur. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pragmatik adalah ilmu tentang ujaran dan konteks yang mempunyai makna. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pragmatik merupakan suatu kajian yang menelaah tentang bagaimana caranya konteks mempengaruhi peserta tutur dalam menafsirkan kalimat. Selain itu, pragmatik

juga menelaah makna dalam kaitannya dengan situasi ujaran yang menunjuk kepada fakta bahwa untuk mengerti sebuah ujaran diperlukan pengetahuan kebahasaan sesuai dengan konteks pemakaiannya.

Menurut Leech (1993) Prinsip kesopanan memiliki beberapa maksim, yaitu maksim kebijaksanaan (*tact maxim*), maksim kemurahan (*generosity maxim*), maksim penerimaan (*approbation maxim*), maksim kerendahan hatian (*modesty maxim*), maksim kecocokan (*agreement maxim*), dan maksim kesimpatian (*sympathy maxim*). . dengan demikian, teori Leech menjadi teroi yang tepat untuk menganalisis tuturan kesantunan dan ketidaksantunan penjual *online* pada saat *live* di grup *facebook* "Makassar Dagang" pada penelitian ini.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan pragmatic dengan objek penelitian tuturan kesantunan dan ketidaksantunan penjual *online* pada saat *live* berlokasi di dunia maya grup *facebook* "Makassar Dagang". Penjualan *online* yang bersifat siaran langsung (*live*) tersebut berlangsung setiap hari. Sumber data dalam penelitian ini berupa lisan yang berasal dari grup *facebook* "Makassar Dagang". Sumber data dalam hal ini bersifat tunggal, yaitu peristiwa siaran langsung (*live*) dari grup *facebook* dalam grup "Makassar Dagang".

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode simak dengan Teknik pengumpulan data berupa metode catat tulis. Metode simak dilakukan ketika penjual *online* melakukan aktivitas siaran langsung di grup *facebook* "Makassar Dagang" kemudian peneliti ikut terlibat menjadi penonton sambil merekam video siaran langsung penjual *online* tersebut. Setelah peneliti merekam, peneliti menonton kembali rekaman tersebut kemudian menyimak tuturan penjual *online* yang mengandung kesantunan dan ketidaksantunan berdasarkan tinjauan pragmatik. Setelah itu, neleiti mencatat data-data yang sesuai dengan bahan penelitian. Peneliti memilih metode deskriptif kualitatif

karena dalam penelitian ini membahas kesantunan dan ketidaksantunan penjual *online* berupa tuturan ketika menjawab pertanyaan penonton pada saat *live* di grup *facebook* "Makassar Dagang".

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Prinsip-prinsip kesantunan terbagi atas enam, yaitu (1) maksim kebijaksanaan, yaitu maksim yang mengharuskan penutur meminimalkan kerugian lawan tutur atau memaksimalkan keuntungan lawan tutur; (2) maksim penerimaan, yaitu maksim yang mengharuskan penutur agar memaksimalkan keuntungan orang lain dan meminimalkan keuntungan diri sendiri; (3) maksim kemurahan, yaitu maksim yang mengharuskan penutur untuk memaksimalkan rasa hormat kepada lawan tutur; (4) maksim kerendahan hati yaitu maksim yang mengharuskan penutur untuk memaksimalkan rasa tidak hormat kepada diri sendiri daripada lawan tutur; (5) maksim kecocokan, yaitu maksim yang mengharuskan penutur dan lawan tutur agar memaksimalkan kesetujuan di antara mereka; dan (6) maksim simpati, yaitu maksim yang mengharuskan penutur untuk memaksimalkan rasa simpati kepada lawan tutur (Leech:1993).

Dalam grup *facebook* "Makassar Dagang", terdapat anggota grup yang menjual dengan cara melakukan aktivitas siaran langsung (*live*). Tidak semua penonton siaran langsung berkomentar yang santun, sehingga hal tersebut membuat si penjual melanggar prinsip-prinsip kesantunan. Namun, masih terdapat penjual yang mempertahankan prinsip-prinsip kesantunan meskipun di dalam siaran langsungnya terdapat penonton yang berkomentar tidak santun.

### Wujud Kesantunan Penjual *Online*

#### a. Maksim Kebijaksanaan

Contoh

Penjual : Pria usia 24 tahun  
Nama *Facebook* : **Dayanara House**

#### II

Pembeli : Pria 40 tahun  
Nama *Facebook* : **Chaerul Anwar Ellu**

Lokasi : Grup *facebook*  
“MAKASSAR DAGANG”

#### Peristiwa tutur

Pembeli (pria): ya Allah sadarkanlah makhluk yang satu ini. Kalau gak sadar sadarin binasakanlah.

Penjual (pria): *Chaerul Anwar tidur sayang besok sekolah blokir yah* (Grup *Facebook* “Makassar Dagang”, 20 Februari 23)

**Konteks Tuturan:** seorang pria yang berpenampilan seperti wanita mempunyai nama **Dayanara House II** sedang melakukan siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang”. Pria tersebut mempromosikan jam tangan wanita. Beberapa menit kemudian terdapat salah satu penonton mempunyai nama *facebook* **Chaerul Anwar Ellu** berkomentar mendoakannya agar sadar dan dibinasakan apabila tidak sadar. Penonton tersebut berkomentar seperti itu dikarenakan ingin si penjual tidak berpenampilan seperti wanita. Namun, hal tersebut tidak membuat si penjual bertutur tidak santun terhadap si penonton.

Tuturan penjual *online* di atas menerapkan prinsip kesantunan pada maksim kebijaksanaan dengan mengatakan “*Chaerul Anwar tidur sayang besok sekolah blokir yah*”. Jawaban si penjual menandakan lebih memaksimalkan keuntungan pada lawan tutur dan meminimalkan keuntungan pada diri sendiri dikarenakan tetap berkata *sayang* walaupun ia memblokir si penonton karena merasa tersinggung.

#### b. Maksim Penerimaan

Contoh:

Penjual : Pria usia 26 tahun  
Nama *Facebook* : **Yusma YS Whitening**  
Pembeli : Wanita 20 tahun  
Nama *Facebook* : **Dewi Permatasari**  
Lokasi : Grup *facebook*  
“MAKASSAR DAGANG”

#### Peristiwa Tutur

Pembeli: kok jijik yah

Penjual: *kalau jijik keluar aja beb aku kan nggak masalah kalau nggak nonton aku Beb*

(Grup *Facebook* “Makassar Dagang”, 20 Februari 23)

**Konteks Tuturan:** seorang waria mempunyai nama *facebook* **Yusma YS Whitening** sedang melakukan siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang”. Waria tersebut menjual krim wajah, kemudian terdapat salah satu penonton yang mempunyai nama *facebook* **Dewi Permatasari** berkomentar mengatakan jijik. Namun, si waria menjawab komentar si penonton dengan santun. Tuturan penjual *online* di atas menerapkan prinsip kesantunan pada maksim penerimaan dengan mengatakan “*kalau jijik keluar aja beb aku kan nggak masalah kalau nggak nonton aku beb*”. Penjual *online* dengan santun menyuruh si penonton keluar dari siaran langsungnya apabila si penonton merasa jijik.

#### c. Maksim Kemurahan

Contoh:

Penjual : Pria usia 32 tahun  
Nama *Facebook*: **Sulistio Irawan**  
Pembeli : Pria usia 33 tahun  
Nama *Facebook*: **FA S Dewo**  
Lokasi : Grup *facebook*  
“MAKASSAR DAGANG”

#### Peristiwa tutur

Penonton (pria) : kalau besok boong tenar lu yaa

Penjual (pria) : *Mohon maaf pak S Dewo silakan saksikan besokmalam, kalau si abangnya nggak percaya sama saya silakan cek facebook saya* (Grup *Facebook* “Makassar Dagang”, 22 Februari 23)

**Konteks Tuturan:** seorang pria mempunyai nama *facebook* **Sulistio Irawan** sedang melakukan siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang”. Pria tersebut berencana ingin bagi-bagi hadiah keesokan malamnya kepada penonton dengan syarat penonton yang telah menambah pertemanan *facebooknya* dan membagikan siaran langsungnya ke beberapa grup, kemudian mengundi nama-nama penonton yang telah memenuhi persyaratan tersebut. Namun, terdapat salah satu penonton yang mempunyai nama *facebook* **FA S Dewo**

mengancam akan menenarkannya apabila dia berbohong ingin bagi-bagi hadiah. Penjual *online* pun memohon maaf kepada si penonton tersebut dan menyarankan untuk menyaksikan siaran langsungnya yang akan diadakan besok malam dan mengecek *facebook*nya sebagai bukti bahwa dia tidak berbohong.

Tuturan penjual *online* di atas menerapkan prinsip kesantunan pada maksim kemurahan hati dengan mengatakan "*Mohon maaf pak S Dewo silakan saksikan besok malam, kalau si abangnya nggak percaya sama saya silakan cek facebook saya*". Penjual *online* dengan kemurahan hati meminta maaf kepada si penonton sebelum menyarankan untuk melihat bukti bahwa dia tidak berbohong.

Jawaban si penjual memenuhi strategi kesantunan lebih sopan yaitu strategi kesantunan yang digunakan kepada orang yang belum dikenal. Si penjual juga memenuhi parameter kesantunan tingkat status sosial yaitu strategi kesantunan berkenaan dengan kedudukan yang asimetrik antara penutur dan mitra tutur di dalam peristiwa tutur. Si penjual menjawab pertanyaan si penonton dengan memanggilnya "*mas*". Hal tersebut membuktikan bahwa si penjual tetap menghargai si penonton walaupun si penonton telah menuduhnya berbohong.

#### d. Maksim Kecocokan

Contoh

Penjual : Wanita usia 26 tahun

Nama *Facebook*: **Rhytashop Grosir**

Pembeli : Wanita usia 36 tahun

Nama *Facebook*: **Whenda Up Art**

Lokasi : Grup *facebook*

"MAKASSAR DAGANG"

#### Peristiwa tutur

Pembeli (wanita): bicara terus lihat *keepku*

Penjual (wanita): *iya ku screenshotki Wenda nanti ku screenshotki dulu sayang (Grup Facebook "Makassar Dagang", 23 Februari 23)*

**Konteks Tuturan:** seorang wanita mempunyai nama *facebook* **Rhytashop Grosir** sedang melakukan siaran langsung di

grup *facebook* "Makassar Dagang". Wanita tersebut menjual berbagai kosmetik, kemudian terdapat salah satu penonton mempunyai nama *facebook* **Whenda Up Art** berkomentar memprotes si penjual karena tidak membaca komentarnya memesan kosmetik. Si penjual pun dengan santun mengiyakan si penonton bahwa dia akan memfoto pesannya.

Tuturan penjual *online* di atas menerapkan prinsip kesantunan pada maksim kecocokan mengatakan "*iya ku screenshotki Wenda nanti ku screenshotki dulu sayang*". Penjual *online* dengan setuju menuruti permintaan si penonton. Jawaban si penjual memenuhi strategi kesantunan kurang sopan yaitu strategi kesantunan yang digunakan kepada teman akrab. Penonton yang memprotes si penjual merupakan langganan si penjual. Hal tersebut dapat diketahui karena sebelum si penonton memesan dalam siaran langsung tersebut, si penjual menawari penonton tersebut dengan cara menawarinya langsung sambil mengatakan jangan sampai kehabisan lagi. Selain itu, si penjual juga memenuhi parameter kesantunan tingkat status sosial yaitu strategi kesantunan berkenaan dengan kedudukan yang asimetrik antara penutur dan mitra tutur di dalam peristiwa tutur. Si penjual menjawab pertanyaan si penonton dengan memanggilnya "*sayang*". Hal tersebut membuktikan bahwa si penjual menghargai calon pembelinya.

## 2. Wujud Ketidaksantunan Penjual *Online*

### a. Pelanggaran Maksim Kebijaksanaan

Contoh

Penjual : Pria usia 24 tahun

Nama *Facebook*: **Ivan Van**

Pembeli : Pria usia 30 tahun

Nama *Facebook*: **Robiansyah**

Lokasi :Grup *facebook*  
"MAKASSAR DAGANG"

#### Peristiwa tutur

Penonton (pria) : ini orang enak nya dibakar hidup"

Penjual (pria): *kau sayang dibakar hidup-hidu yah tidur sayang yah Besok sekolah yah Robiansyah yah blokir yah mulutnya yah*

(Grup Facebook “Makassar Dagang”, 24 Februari 23)

**Konteks Tuturan:** seorang pria mempunyai nama facebook **Ivan Van** sedang melakukan siaran langsung di grup facebook “Makassar Dagang”. Pria tersebut menjual krim wajah sambil mengadakan kuis tebak kata yang tertulis di kertas. Penonton yang berhasil menjawab kata tersebut akan diberikan hadiah. Beberapa menit kemudian terdapat salah satu penonton mempunyai nama facebook **Robiansyah** berkomentar mengejek si penjual dengan kata-kata kasar. Si penjual merasa tersinggung dan menjawab komentar tersebut dengan ejekan yang sama, kemudian memblokir **Robiansyah**.

Tuturan penjual *online* di atas melanggar prinsip kesantunan pada maksim kebijaksanaan dengan mengatakan “*kau sayang dibakar hidup-hidup yah tidur sayang yah besok sekolah yah Robiansyah yah blokir yah mulutnya yah*”. Jawaban si penjual menandakan lebih memaksimalkan keuntungan pada dirinya dan meminimalkan keuntungan pada lawan tutur dikarenakan membalas ejekan si penonton.

#### b. Pelanggaran Maksim Penerimaan

Contoh

Penjual : Wanita usia 33 tahun  
Nama Facebook: **Audry Egan**  
Pembeli : Wanita 26 tahun  
Nama Facebook: **Novii Yusup**  
Lokasi :Grup *facebook*  
“MAKASSAR DAGANG”

#### Peristiwa Tutur

Pembeli: jualan kok *sexy* kak gak malu apa dilihat orang

Penjual: gak malu sayang karena saya non muslim, kalau kamu gak suka lihat jangan masuk ke lapak saya yah gak masalah yah. Saya kan gak bugil ya kamu jangan kepo gitu kan, jadi jangan terlalu munafik. (Grup Facebook “Makassar Dagang”, 23 Februari 23)

**Konteks Tuturan:** seorang wanita mempunyai nama facebook **Audry Egan** sedang melakukan siaran langsung di grup facebook “Makassar Dagang”. Wanita

tersebut mempromosikan lipstik. Namun, wanita tersebut mengenakan busana yang sangat *sexy*. Hal tersebut membuat salah satu penonton mempunyai nama facebook **Novii Yusup** berkomentar menegur si penjual bahwa si penjual *sexy* dan bertanya apakah si penjual tidak malu berjualan dengan pakaian *sexy* tersebut. Komentar tersebut membuat si penjual tersinggung dan mengatakan dia tidak malu karena non muslim, kemudian si penjual mengatakan bahwa dia tidak memaksa si penonton masuk ke lapaknya apabila tidak menyukai siaran langsungnya dan si penjual membela diri bahwa dia tidak bugil dan mengatakan kepada **Novii** jangan terlalu munafik.

Tuturan penjual *online* di atas melanggar prinsip kesantunan pada maksim penerimaan dengan mengatakan “*gak malu sayang karena saya non muslim, kalau kamu gak suka lihat jangan masuk ke lapak saya yah gak masalah yah. Saya kan gak bugil ya kamu jangan kepo gitu kan, jadi jangan terlalu munafik*”. Jawaban tersebut memaksimalkan kerugian mitra tutur dan meminimalkan kerugian diri sendiri. Hal tersebut dikarenakan si penjual membela diri dan mengatakan lawan tutur munafik.

#### c. Pelanggaran Maksim Kemurahan

Contoh

Penjual : Wanita usia 38 tahun  
Nama Facebook: **Elah Elah**  
Pembeli : Pria usia 22 tahun  
Nama Facebook: **Alim Ismail**  
Lokasi :Grup *facebook*  
“MAKASSAR DAGANG”

#### Peristiwa tutur

Penonton (pria) : ada songkolo bunda

Penjual (wanita): *tidak ada alim ismail, abbaluka RK tae songkolo, punna erokko kalo ku namai maiko riballa ku sarengko tapi lalammi iya ri tanpa sampayya ku allemppakko sulu' punna erok jeko mai ri ballakku* (Grup Facebook “Makassar Dagang”, 1 Maret 23)

**Konteks Tuturan:** seorang wanita mempunyai nama facebook **Elah Elah** sedang melakukan siaran langsung di grup facebook “Makassar Dagang”. Wanita

tersebut mempromosikan lipstik bermerek RK. Beberapa menit kemudian terdapat salah satu penonton yang mempunyai nama *facebook* **Alim Ismail** berkomentar bercanda mencari songkolo makanan khas Makassar. Namun, si penjual mengatakan ada tetapi di dalam tempat sampah dan akan memberikannya apabila mitra tutur ke rumahnya.

Tuturan penjual *online* di atas melanggar prinsip kesantunan pada maksim kemurahan hati dengan mengatakan "*tidak ada alim ismail, abbaluka RK tae songkolo, punna erokko kalo ku namai maiko riballa ku sareangko tapi lalammi iya ri tanpa sampayya ku allempakko sulu' punna erok jeko mai ri ballakku*". Penjual tersebut menjawab menggunakan bahasa Makassar jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia berarti "*tidak ada Alim Ismail, saya menjual RK bukan songkolo, jika kamu mau saya mempunyai songkolo tetapi ada di dalam tempat sampah itupun jika kamu mau ke rumahku*". Jawaban si penjual memaksimalkan rasa tidak hormat kepada lawan tutur dikarenakan si penutur menawarkan songkolo yang ada di tempat sampah.

#### d. Pelanggaran Maksim Kerendahan Hati

Penjual : Wanita usia 30 tahun  
Nama *Facebook*: **Fitra Mo Saja Deh**  
Pembeli : Pria usia 14 tahun  
Nama *Facebook*: **Rivaladhytiapatama**  
Lokasi : Grup *facebook*  
"MAKASSAR DAGANG"

#### Peristiwa tutur

Penonton (pria) : wow  
Penjual (wanita): *kabulamma. Blokirko bismillah*(Grup *Facebook* "Makassar Dagang", 2 Maret 23)

**Konteks Tuturan:** seorang wanita mempunyai nama *facebook* **Fitra Mo Saja Deh** sedang melakukan siaran langsung di grup *facebook* "Makassar Dagang". Wanita tersebut menjual cakar. Namun si penjual mengenakan pakaian yang seksi. Hal tersebut membuat penonton yang mempunyai nama *facebook* **Rivaladhytiapatama** berkomentar wow. Si penjual merasa tersinggung dan

memblokir mitra tutur. Tuturan penjual *online* di atas melanggar prinsip kesantunan pada maksim kerendahan hati dengan mengatakan "*kabilamma, bismillah blokirko*". Kata "*kabulamma*" merupakan bahasa Makassar yang berarti "*sialan*". Jawaban si penjual meminimalkan rasa tidak hormat kepada lawan tutur dikarenakan si penjual berkata kasar kepada mitra tutur.

#### e. Pelanggaran Maksim Kecocokan

Penjual : Wanita usia 25 tahun  
Nama *Facebook*: **Cicaa Febri**  
Pembeli : Pria usia 35 tahun  
Nama *Facebook*: **Asrul Vinsya**  
Lokasi :Grup *facebook*  
"MAKASSAR DAGANG"

#### Peristiwa tutur

Penonton (pria) :kenapa bisa ndak masukka..mauja paeng lihat mukata  
Penjual (wanita): *Saya blokirki itu nah jangan mki lihat mukaku karena adami suamiku. Saya ndak jual muka saya jual baju Ballissikku saya kalo laki-laki kayak mulut perempuan* (Grup *Facebook* "Makassar Dagang", 1 Maret 23) **Konteks Tuturan:** seorang wanita mempunyai nama *facebook* **Fitra Mo Saja Deh** sedang melakukan siaran langsung di grup *facebook* "Makassar Dagang". Wanita tersebut menjual cakar pakaian khusus wanita. Namun, terdapat penonton seorang pria mempunyai nama *facebook* **Asrul Vinsya** berkomentar. Kemudian si penjual tidak mengerti apa maksud perkataan pria tersebut dan si penjual mengatakan laki-laki tidak perlu nonton. Akan tetapi **Asrul Vinsya** berkomentar mengapa dia tidak bias masuk dan dia hanya ingin melihat wajah si penjual. Hal tersebut membuat si penjual marah.

Tuturan penjual *online* di atas melanggar prinsip kesantunan pada maksim kecocokan dengan mengatakan "*Saya blokirki itu nah jangan mki lihat mukaku karena adami suamiku. Saya ndak jual muka saya jual baju. Ballissikku saya kalo laki-laki kayak mulut perempuan*". Kata "*ballissikku*" merupakan bahasa Makassar jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia berarti "aku sangat jengkel". Si penjual menggunakan logat



Makassar “jika dimasukkan je dalam bahasa Indonesia baku berarti “*saya blokir yah, anda tidak perlu melihat wajahku karena aku telah memiliki suami. Saya tidak menjual wajah tetapi saya menjual baju. Saya sangat jengkel kepada pria yang bermulut seperti wanita*”. Jawaban si penjual memaksimalkan ketidaksetujuan kepada mitra tutur karena si penjual tidak menyetujui keinginan mitra tutur untuk melihat wajahnya.

#### f. Pelanggaran Maksim Kesimpatian

Penjual : Pria usia 33 tahun  
Nama Facebook : **Lukas Parfum**  
Pembeli : Pria usia 15 tahun  
Nama Facebook : **Muhammad Faikal**  
Lokasi : Grup facebook “MAKASSAR DAGANG”

#### Peristiwa tutur

Penonton (pria) : Banyak uangku ini  
Penjual (wanita): *terus kalau banyak uangta bagaimana? Apa hubungannya banyak uangta bro? maaf yek dih maaf saya bukan pengemis* (Grup Facebook “Makassar Dagang”, 2 Maret 23)

**Konteks Tuturan:** seorang pria mempunyai nama facebook **Lukas Parfum** sedang melakukan siaran langsung di grup facebook “Makassar Dagang”. Pria tersebut menjual parfum. Pada saat si penjual mempromosikan jualannya terdapat salah satu penonton yang memiliki nama facebook **Muhammad Faikal** berkomentar menyombongkan diri mengatakan bahwa dia banyak uang. Hal tersebut membuat si penjual merasa tersinggung.

Tuturan penjual *online* di atas melanggar prinsip kesantunan pada maksim simpati dengan mengatakan “*terus kalau banyak uangta bagaimana? Apa hubungannya banyak uangta bro? maaf yek dih maaf saya bukan pengemis*”. Jawaban si penjual memaksimalkan rasa tidak simpati terhadap mitra tutur dikarenakan tidak peduli apabila mitra tutur mempunyai banyak uang.

#### B. Faktor-faktor Munculnya Ketidaksantunan Penjual dan pembeli Online pada Saat Live di Grup Facebook “Makassar Dagang”

Terdapat penutur yang melanggar kesantunan saat berbicara dengan mitra tutur. Mitra tutur melanggar kesantunan sehingga menjadi penyebab pelanggaran kesantunan si penutur. Penyebab pelanggaran kesantunan ada tujuh, yaitu (1) penggunaan diksi yang tidak sesuai, (2) kritik secara langsung dengan kata-kata kasar, (3) mengutamakan kenyamanan diri sendiri, (4) dorongan rasa emosi penutur, (5) sengaja menuduh lawan tutur, (6) sengaja memojokkan lawan tutur, dan (7) meninggikan suara terhadap lawan tutur.

#### a. Penggunaan Diksi yang Tidak Sesuai

Menggunakan diksi yang tidak sesuai terhadap lawan tutur dapat memancing lawan tutur menjadi salah paham terhadap perkataan si penutur sehingga dapat menyebabkan tuturan menjadi tidak santun atau jauh dari peringkat kesantunan. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hasil penelitian yang menyebabkan penjual ataupun pembeli *online* di grup facebook “Makassar Dagang” bertutur tidak santun. Adapun beberapa hasil penelitian yang ditemukan sebagai berikut.

Penjual : Pria usia 28 tahun  
Nama Facebook : **Mis Ocha**  
Pembeli : Pria usia 23 tahun  
Nama Facebook : **Khairunnas Mario**  
Lokasi : Grup facebook “MAKASSAR DAGANG”

**Konteks tuturan:** seorang pria mempromosikan mukenah. Pria tersebut memakai mukenah dan menggunakan rias wajah. Selain itu, si penjual juga bertutur layaknya seorang wanita.

#### Peristiwa tutur

Penjual (pria): *nyaman sekali ini mukenah sayang*

Penonton (pria): *jadi tanah saja bang supaya tidak terlalu banyak dosa*

Penjual (wanita): *Khairunnas Mario yang bikin dosa itu siapa bo’? saya disini hanya mencari sesuap nasi ya, apapun yang saya kenakan di sini hanyalah sebagai penjual kecuali kalau saya sudah memperkosa,saya sudah membuat penyakit sabu-sabu baru kamu bilangin aku buat dosa, memang anda tidakada dosa? Anda menghina saya loh.*

(Grup Facebook "Makassar Dagang", 2 Maret 23)

Tuturan si pembeli di atas menggunakan diksi yang tidak tepat terhadap lawan tutur. Si pembeli menggunakan kata *tanah* terhadap penjual yang artinya cepat mati. Si pembeli sengaja mendoakan si penjual agar cepat mati sehingga hal tersebut dikatakan jauh dari kesantunan. Oleh karena itu, muka negatif si penjual jatuh karena merasa tersinggung disuruh menjadi *tanah* oleh si pembeli.

#### b. Kritik Secara Langsung dengan Kata-kata Kasar

Mengkritik mitra tutur dengan kata-kata kasar dapat menyebabkan tuturan menjadi tidak santun atau jauh dari peringkat kesantunan. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hasil penelitian komentar penonton ketika menonton siaran langsung (*live*) penjual *online* di grup *facebook* "Makassar Dagang" berkomentar menggunakan kata-kata kasar. Adapun hasil penelitian yang ditemukan sebagai berikut.

Penjual : Wanita usia 28 tahun  
Nama *Facebook*: **Olshoop Sures Mitha**  
Pembeli : Pria usia 23 tahun  
Nama *Facebook*: **Bigboss Pengabean**  
Lokasi :Grup *facebook*  
"MAKASSAR DAGANG"

**Konteks Tuturan:** seorang wanita mempromosikan cakar buka baru. Wanita tersebut merekam secara langsung seorang laki-laki yang merupakan suami si wanita yang sedang membuka bal cakar. Pria tersebut membuka bal sangat lama sehingga memancing emosi penonton.

#### Peristiwa tutur

Penjual (wanita): masukki dalam sayang buka bal

Penonton (pria) : *terlalu lama gerakanmu macam keong saja*

Penjual (wanita): jangan mki piti kana-kana di sini deh, keluar mki sayang tidak kupaksa jki menonton kaka (Grup *Facebook* "Makassar Dagang" 3 Maret 23)

Komentar penonton di atas merupakan mengkritik secara langsung menggunakan kata-kata kasar kepada penjual. Hal tersebut dibuktikan dengan dua sebab, yaitu penonton mengkritik si penjual secara

langsung dan penonton mengkritik menggunakan kata-kata kasar. Penonton tersebut mengatakan "*terlalu lama gerakanmu macam keong saja*". Tuturan penonton di atas menyinggung perasaan si penjual karena mengatakan si penjual terlalu lama seperti keong. Kata kasar yang digunakan oleh penonton, yaitu kata "*keong*". Tuturan si penonton menyinggung perasaan si penjual sehingga membuat muka negatif si penjual jatuh.

#### c. Mengutamakan Kenyamanan Diri Sendiri

Penutur yang baik tidak akan mengutamakan kenyamanannya sendiri. Penutur yang lebih mengutamakan kenyamanannya akan jauh dari tingkat kesantunan. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hasil penelitian penutur yang menyebabkan tuturan lawan tutur menjadi tidak santun. Adapun hasil penelitian yang ditemukan sebagai berikut.

#### Contoh :

Penjual : Wanita usia 17 tahun  
Nama *Facebook* : **Lfy Whitening**  
Pembeli : Wanita usia 23 tahun  
Nama *Facebook* : **Rahmathidayat**  
Lokasi :Grup *facebook*  
"MAKASSAR DAGANG"

**Konteks Tuturan:** seorang wanita mempromosikan baju kaos untuk wanita dan pria. Penjual tersebut memperlihatkan satu persatu baju jualannya. Beberapa saat kemudian terdapat seorang wanita yang ingin dikirimkan foto-foto baju si penjual melalui *WhatsApp*. Namun, si penjual menolak dengan alasan kesulitan.

#### Peristiwa tutur

Penjual (wanita): *jangan mki minta difotokan satu-satu. Sessaki kalau*

*Mauki lagi difotokan karena banyak juga pesanannya orang.*

Penonton (wanita): Namanya juga harus promosi baru tena na susah

Penjual (wanita): ih itumi gunanya orang sekarang live. Pergi meko tidur Deh sibukna. Setiap penjual itu beda-beda caranya kak. Kalau memang keberatanki dengan tidak bisa

foto-foto ya sudahmi tidak dipaksa jeki juga membeli.(Grup *Facebook* “Makassar Dagang”, 4 Maret 23)

Tuturan penjual di atas lebih mengutamakan kenyamanannya sendiri. Si penjual tidak mau direpotkan oleh pembeli yang ingin difotokan baju. Si penjual menggunakan kata *sessaki* yang berarti tersiksa atau kerepotan apabila memfoto satu per satu baju jualannya. Hal tersebut menyebabkan salah satu penonton yang mempunyai nama *facebook* **Rahmathidayat** berkomentar tidak santun dengan mengatakan “*Namanya juga harus promosi baru tena na susah*”.

#### d. Dorongan Rasa Emosi Penutur

Dorongan rasa emosi penutur kepada mitra tutur dapat memberikan kesan bahwa si penutur marah kepada mitra tutur. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hasil penelitian tuturan yang disertai dengan dorongan rasa emosi penutur. Adapun beberapa hasil penelitian yang ditemukan sebagai berikut.

##### Contoh

Penjual : Wanita usia 26 tahun  
Nama *Facebook* : **Umi Gren Coffe**  
Pembeli : Pria usia 45 tahun  
Nama *Facebook* : **Irwan Wahid**  
Lokasi :Grup *facebook* “MAKASSAR DAGANG”

**Konteks tuturan:** seorang wanita mempromosikan teh pelangsing. Wanita tersebut menjelaskan kegunaan tehnya. Si penjual meyakinkan calon pembeli dengan mengatakan tehnya keluar melalui keringat dan buang air besar.

##### Peristiwa tutur

Penjual : ini teh pelangsing kita minum saja setiap hari tanpaolahraga.in syaa Allah keluar lemakta melalui keringat dan BAB (Buang Air Besar).

Penonton (pria) : *mana barangku? Kirimmi besok*

Penjual (wanita): Irwan nah jangan mki pesan di saya rempong sekali. Jadi buat pembeli yang tidak sopan di’ maaf saya tidak layaniki. Eh batena machat baru tadi nabilang

gayanaji (Grup *Facebook* “Makassar Dagang”, 4 Maret 23)

Komentar penonton di atas merupakan hasil dari dorongan rasa emosi penonton terhadap si penjual. Hal tersebut dikarenakan komentar si penonton mengandung rasa emosional dan penuh kemarahan. Penonton tersebut mengatakan “*mana barangku? Kirimmi besok*”. Dengan penuh rasa emosi, si penonton ingin segera pesannya dikirim. Tuturan penonton di atas menunjukkan rasa emosi yang berlebihan dengan mengatakan di mana barangnya dan menyuruh si penjual segera mengirimnya. Komentar tersebut membuat si penjual marah dan dijatuhkan muka negatifnya oleh si pembeli.

#### e. Sengaja Menuduh Lawan Tutur

Ada saatnya penutur sengaja memojokkan mitra tutur agar mitra tutur merasa tidak berdaya sehingga hal tersebut dapat dikatakan tidak santun. Dalam penelitian ini, terdapat hasil penelitian komentar penonton ketika menonton siaran langsung (*live*) penjual *online* di grup *facebook* “Makassar Dagang” berkomentar memojokkan mitra tutur. Adapun beberapa hasil penelitian yang ditemukan sebagai berikut.

##### Contoh

Penjual : Pria usia 24 tahun  
Nama *Facebook* : **Dayanara House II**  
Pembeli : Pria 30 tahun  
Nama *Facebook* : **Fermana Al Putera**  
Lokasi :Grup *facebook* “MAKASSAR DAGANG”

**Konteks tuturan:** seorang pria mempromosikan jam tangan wanita. Jam tangan tersebut seharga Rp. 20.000;. Namun, terdapat seorang pria yang berkomentar bahwa jam tangan tersebut murahan dan cepat mati.

##### Peristiwa tutur

Penjual : jam tangannya sayang rata 20 ribu, siapa cepat dia dapat.

Penonton (pria) : *jam tangan murahan satu hari udah is death*

Penjual (pria): yang aneh aneh keluar aja de'e yah yang gak suka yah, blokir! (Grup Facebook "Makassar Dagang", 5 Maret 23)

Komentar penonton di atas merupakan tuturan yang sengaja menuduh lawan tutur. Hal tersebut dikarenakan si penonton menuduh penjual menjual jam tangan yang tidak berkualitas. Penonton tersebut mengatakan "*jam tangan murahan satu hari udah is death*". Tuturan penonton di atas tidak santun karena penonton menuduh si penjual atas dasar prediksi belaka terhadap kualitas jam tangan si penjual. Hal tersebut membuat si penjual marah sehingga membuat muka negatifnya terjatuh.

#### f. Sengaja Memojokkan Lawan Tutur

Acapkali tuturan menjadi tidak santun karena penutur dengan sengaja ingin memojokkan lawan tutur. Dalam penelitian ini, terdapat hasil penelitian komentar penonton ketika menonton siaran langsung (*live*) penjual *online* di grup *facebook* "Makassar Dagang" berkomentar disertai memojokkan si penjual. Adapun hasil penelitian yang ditemukan sebagai berikut.

##### Contoh :

Penjual : Wanita usia 25 tahun

Nama *Facebook* : **Cicaa Febri**

Pembeli : Pria usia 35 tahun

Nama *Facebook* : **Asrul Vinsya**

Lokasi : Grup *facebook* "MAKASSAR DAGANG"

**Konteks tuturan:** seorang wanita menjual cacar pakaian wanita. Wanita tersebut memperlihatkan satu per satu pakaian jualannya dengan cara memasangnya di pautng. Namun, beberapa saat kemudian terdapat seorang pria berkomentar ingin melihat wajahnya.

##### Peristiwa tutur

Penjual (wanita): silahkan masukki sayangku, di sini jual cacar khusus pakaian cewek nah. Bagi laki-laki jangan mki masuk.

Penonton (pria) : *kenapa bisa ndak masukka..mauja paeng lihat mukata*

Penjual (wanita): Saya blokirki itu nah jangan mki lihat mukaku karena adami suamiku. Saya ndak jual muka saya jual baju.Ballissikku saya kalo laki-laki kayak mulut perempuan. (Grup Facebook "Makassar Dagang", 5 Maret 23)

Komentar penonton di atas merupakan tuturan yang sengaja memojokkan lawan tutur. Hal tersebut dikarenakan si penonton ingin memojokkan lawan tutur dan membuat lawan tutur tidak berdaya. Penonton tersebut mengatakan "*kenapa bisa ndak masukka..mauja paeng lihat mukata*". Tuturan penonton di atas terkesan keras karena adanya keinginan si penonton untuk memojokkan si penjual. Si penonton memojokkan si penjual dikarenakan si penjual memaksa ingin tetap menonton siaran langsung si penjual walaupun si penjual telah melarangnya dikarenakan si penjual hanya menjual pakaian wanita sedangkan penonton yang berkomentar tersebut ialah pria, bahkan penonton tersebut memaksa ingin melihat wajah si penjual. Hal tersebut membuat si penjual merasa terpojokkan sehingga membuat muka negatifnya terjatuh.

#### g. Meninggikan suara terhadap lawan tutur

Penutur yang santun akan memperhatikan tuturannya. Bertutur dengan suara yang lembut dan tidak terlalu dikeraskan akan membuat sebuah tuturan menjadi santun. Dalam penelitian ini, terdapat hasil penelitian tuturan penjual yang mengeraska suaranya ketika melakukan siaran langsung (*live*). Adapun hasil penelitian yang ditemukan sebagai berikut.

##### Contoh

Penjual : Pria usia 38 tahun

Nama *Facebook* : **Dhishop II**

Pembeli : Wanita usia 30 tahun

Nama *Facebook* : **Putra Kil**

Lokasi : Grup *facebook* "MAKASSAR DAGANG"

**Konteks tuturan:** seorang wanita mempromosikan pemutih badan. Untuk menarik minat pembeli wanita tersebut teriak

sambil promosi. Si penjual terus berteriak mempromosikan produknya sambil berjoget.

#### Peristiwa tutur

Penjual (wanita) : *masukki dalam sayang kalau mauki putih. Kita joget joget sambil promosi.*

Penonton (pria) : luarana bawana inne baine  
Penjual (wanita) : kakak kalau tidak luaraki bawaku kakak tidak bisaka *live*, bagi yang tidak berkepentingan di dalam tidak usah komen. (Grup Facebook “Makassar Dagang”, 6 Maret 23)

Tuturan penjual di atas jauh dari tingkat kesantunan dikarenakan si penjual bertutur sambil meninggikan suara. Si penjual sengaja teriak untuk menarik minat pembeli. Namun, hal tersebut membuat penonton terganggu, sehingga salah satu penonton yang mempunyai nama *facebook Putra KII* mengejek si penjual.

#### PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dianalisis di atas mengenai *Tuturan Kesantunan dan Ketidaksantunan pada Penjual dan Pembeli Online pada saat Live di Grup Facebook “Makassar Dagang”* dapat disimpulkan sebagai berikut.

Wujud kesantunan yang ditemukan ketika penjual *online* siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang” ada empat (4) yang terdapat terdapat pada maksim kebijaksanaan, maksim penerimaan, maksim kemurahan hati dan maksim kecocokan. Adapun wujud ketidaksantunan penjual *online* yang ditemukan sebanyak enam (6), yang terdapat pada pelanggaran maksim kebijaksanaan, penerimaan, kemurahan,

kerendahan hati, maksim kecocokan, dan maksim kesimpatian.

Dari data yang ditemukan, dapat diketahui bahwa wujud kesantunan penjual *online* ketika siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang” lebih dominan melanggar prinsip kesantunan ketika terdapat penonton yang berkomentar tidak santun dalam siaran langsungnya.

Adapun faktor-faktor munculnya ketidaksantunan penjual dan pembeli *online* ketika penjual *online* siaran langsung di grup *facebook* “Makassar Dagang”, yaitu (1) penggunaan diksi yang tidak sesuai sebanyak empat; (2) kritik secara langsung dengan kata-kata kasar sebanyak tiga; (3) mengutamakan kenyamanan diri sendiri ada satu; (4) dorongan rasa emosi penutur sebanyak empat; (5) sengaja menuduh lawan tutur sebanyak lima; (6) sengaja memojokkan lawan tutur sebanyak dua; dan (7) meninggikan suara terhadap lawan tutur ada satu.

Dari ketujuh faktor-faktor munculnya ketidaksantunan penjual dan pembeli *online* yang ditemukan, 4 diantaranya yang merupakan hasil dari teori penyebab ketidaksantunan oleh pranowo, yaitu (1) kritik secara langsung dengan kata-kata kasar, (2) dorongan rasa emosi penutur, (3) sengaja menuduh lawan tutur, dan (4) sengaja memojokkan lawan tutur. Kemudian 3 teori yang digunakan merupakan teori yang didapatkan berdasarkan data dari hasil penelitian, yaitu (1) penggunaan diksi yang tidak sesuai, (2) mengutamakan kenyamanan diri sendiri, dan (3) meninggikan suara terhadap lawan tutur.

#### DAFTAR PUSTAKA

Amaliah, Reski. 2018. “Pelanggaran Prinsip Kesantunan dalam Kolom Komentar Facebook Pada Media Koran Online: Tinjauan Pragmatik”. Skripsi Departemen Sastra Indonesia

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Abdurrahman. 2006. “Pragmatik; Konsep Dasar Memahami Konteks Tuturan”. *Lingua. Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*. Volume 1, Nomor 2, Desember 2007.

- Chaer, Abdul. 2010. *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cummings, Louise. 2007. *Pragmatik Sebuah Perspektif Multidisipliner*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Flew, Terry. 2002. *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Holmes, Janet. 1995. *Women, Men, and Politeness*. Harlow, Essex: Longman Group UKLtd.
- Hadi, Akma;, Jumadi, M. Rafiek. "Kesantunan Dan Ketidaksantunan Dalam Film Preman Pensiun". Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa. Volume 5, Nomor 2, Oktober 2022.
- Kurniali, Sartika. 2009. *Step by Step Facebook*. Jakarta: PT. Elek Media.
- Kushartanti. 2009. *Strategi Kesantunan*. Bandung: Remasa Rosdakarya.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik* (diterjemahkan oleh Oka). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Lubis, A. Hamid Hasan. 1991. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Mahsun. 2017. *Metode Penelitian Bahasa*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Makmur, Rakhmat. 2018. *Bisnis Online*. Bandung: Informatika.
- Maknun, Tadjuddin, dan Munira Hasyim. 2016. "Modul Mata Kuliah Pragmatik". Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.
- Muhammad, 2011. *Metode Penelitian Bahasa*. Jokjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Oktvianus. 2006. *Analisis Wacana, Lintas Bahasa*. Padang: Andalas University Press.
- Pranowo. 2009. *Berbahasa Secara Santun*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Rahardi, Kunjana. 2005. *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rohmadi, Muhamad. 2004. *Pragmatik: Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Lingkar Media.
- Searle, John R. 1969. *Speech Act: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Thoyibie, L. (1 , September 2010). *Psikologi Social Meida*. Retrieved from komunikasi-indonesia.org.
- Wijana, I. Dewa Putu. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.