

RIKSA BAHASA

Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya

Vol. 4, No. 2, November 2018



Riksa Bahasa

Hlm. 137 - 274

Bandung,
November 2018

p-ISSN 2460-9978
e-ISSN 2623-0909



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
SEKOLAH PASCA SARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Volume 4, No. 2, November 2018
(p-ISSN 2460-9978 dan e-ISSN 2623-0909)

RIKSA BAHASA
Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya
<http://ejournal.upi.edu/index.php/RBSPs>

Diterbitkan oleh Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia SPs UPI

Terbit dua kali setahun pada bulan Maret dan November. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian di bidang bahasa, sastra, tradisi, dan pembelajarannya. Artikel telaaah (*review article*) dimuat atas undangan.

Penanggung jawab : Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia SPs UPI

Ketua Penyunting : Sumiyadi

Wakil Ketua Penyunting : Teha Sugiyo

Penyunting Pelaksana : 1. Andoyo Sastromiharjo
2. Suntoko
3. Rudi A. Nugroho
4. Yeti Mulyati
5. Vismaia S. Damaianti
6. Desma Yuliadi Saputra

Mitra Bestari : 1. Cece Sobarna (UNPAD)
2. Yus Rusyana (UPI)
3. Pudentia (UI)
4. Maman Suryaman (UNY)
5. Suherli (Uswagati)
6. Chairil Anshari (Unimed)

Pelaksana Tata Usaha : Fitrah Afritesya

**Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia,
SPs UPI Gedung Pascasarjana Lt. 6 Jalan Setiabudhi 229 Bandung 40154,
Telp. 022 70767904. Homepage: <http://www.sps.upi.edu>. Pos-el: riksabahasa@upi.edu**

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Naskah diketik di atas kertas HVS kuarto (A-4) spasi 1,5 sepanjang kurang lebih 15 halaman, dengan format seperti yang tercantum pada halaman belakang (“Petunjuk bagi Calon Penulis RB”). Naskah dikirim dalam bentuk RTF (Rich Text Format). Naskah yang masuk akan dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format, istilah dan tata cara lainnya.

DAFTAR ISI

IMPLIKATUR PERCAKAPAN PADA ACARA INDONESIA LAWYERS CLUB EPISODE "SETELAH AHOK MINTA MAAF" Abdul Ghoni Asror, Syahrul Udin	137 - 142
PERKEMBANGAN MUTAKHIR PENDIDIKAN SASTRA INDONESIA DALAM SUDUT PANDANG KURIKULUM (Studi Lapangan di SMAN 1 Karawang Barat) Cut Nuraini	143 - 150
PILPRES 2019 DALAM KARIKATUR <i>INILAH.COM</i> Erwin Salpa Riansi, Desma Yuliadi Saputra	151 - 158
STUDI KOMPARATIF STRUKTUR CERITA DALAM CERITA RAKYAT SAMPURAGA (MANDAILING, SUMUT) DENGAN BUKIT SAMPURAGA VERSI DAYAK TOMUN (KALIMANTAN TENGAH) Erlinda Nofasari	159 - 168
TINDAK VERBAL DAN NONVERBAL GURU DALAM MEMBERIKAN PENGUATAN (Studi Kasus pada Wacana Akademik Guru di TK Negeri se-Kabupaten Gianyar) I Putu Gede Sutrisna, I Putu Agus Endra Susanta	169 - 180
PEREMPUAN DALAM NOVEL <i>KUBAH KARYA AHMAD TOHARI</i> Indrya Mulyaningsih, Rostiyati	181 - 188
STRATEGI-STRATEGI TRANSAKSI DAN TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM PERCAKAPAN JUAL-BELI DI PASAR TRADISIONAL MINAHASA (SEBUAH KAJIAN PRAGMATIK) Johanna Rimbing	189 - 200
PENGESKSPRESIAN PROFESI HABIBURRAHMAN EL SHIRAZY DALAM NOVELET DALAM <i>MIHRAB CINTA</i> Juni Syaputra	201 - 210
UPAYA MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENULIS TEKS PROSEDUR DENGAN MENGUNAKAN METODE PROBING PROMTING LEARNING PADA KELAS XI SMK 1 SUMEDANG Lilis Mulyati	211 - 220

KURIKULUM BAHASA INDONESIA DI ERA GLOBAL: ANTARA HARAPAN DAN KENYATAAN 221 - 228

**Rizki Akbar Mustopa, Andoyo Sastromiharjo, Yeti Mulyati,
Vismaia S. Damaianti**

REPRESENTASI KEPRIBADIAN GURU PROFESIONAL DALAM FILM DI INDONESIA, AMERIKA SERIKAT, DAN INDIA: KAJIAN SASTRA BANDINGAN 229 - 234

Safinatul Hasanah Harahap

PERBEDAAN DAN PERSAMAAN BUDAYA DALAM FILM INDONESIA DAN FILM BARAT (Kajian Bandingan Film *Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck* dan *Titanic*) 235 - 246

Saidiman

KESANTUNAN BERBAHASA DALAM TINDAK TUTUR EKSPRESIF MASYARAKAT TIMOR 247 - 252

Siti Hajar, Heni Purniawati

MENYIASATI KEGAGALAN PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS SEBAGAI BAHASA ASING 253 - 260

Suharyanto

PANDANGAN DUNIA PENGARANG DALAM NOVEL *TARIAN BUMI* DAN CERPEN *SAGRA* KARYA OKA RUSMINI (TINJAUAN STRUKTURAL GENETIK) 261 - 274

Syihaabul Huda

STRATEGI-STRATEGI TRANSAKSI DAN TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM PERCAKAPAN JUAL-BELI DI PASAR TRADISIONAL MINAHASA (SEBUAH KAJIAN PRAGMATIK)

Johanna Rimbing
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Manado
annekejohanna60@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini merupakan hasil penelitian yang membahas tentang strategi-strategi transaksi jual-beli dan pelaksanaan tindak tutur ilokusi dalam percakapan jual-beli di pasar tradisional Minahasa. Tindak tutur ilokusi adalah jenis tindak tutur yang mengandung implikasi-implikasi, karena pelaksanaannya didasarkan pada maksud yang ingin disiratkan oleh penutur di dalam tuturannya. Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang memfokuskan pada fungsi ujaran, yakni untuk apa ujaran itu dilakukan. Tindak-tindak ilokusi dalam percakapan jual-beli menyatakan bermacam-macam tujuan yang ingin dicapai oleh penutur. Salah satu fokus kajian pragmatik adalah tindak tutur. Tuturan-tuturan yang bersifat implikasional dalam percakapan jual-beli menginspirasi kajian-kajian berbasis pragmatik. Untuk memahami implikasi-implikasi tuturan peran konteks situasi dan konteks lain yang melingkupi tuturan sangat penting. Tujuan dari kajian ini adalah (1) mengidentifikasi aneka strategi transaksi (perencanaan) dan aneka teknik penjual dan pembeli dalam melaksanakan strategi jual-beli, (2) mengidentifikasi aneka tindak tutur ilokusi yang dihasilkan oleh penjual dan pembeli, tujuan, dan cara pelaksanaannya dalam percakapan jual-beli, dan (3) mengelaborasi hubungan antara strategi transaksi, teknik pelaksanaan strategi, dan tindak tutur ilokusi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjual dan pembeli memiliki aneka teknik dalam melaksanakan strategi-strategi transaksi atau perencanaan transaksi. Strategi transaksi yang ditemukan yaitu strategi mendapatkan pembeli, mempromosikan barang dagangan, mengendalikan pembeli, mempertahankan pembeli, meminta pengurangan harga, mempertahankan harga, dan lain-lain. Teknik-teknik pelaksanaan strategi yang ditemukan di antaranya adalah teknik meminta pembeli untuk mampir, menawarkan barang dagangan secara langsung, mengundang pembeli untuk membeli sesuatu, menolak permintaan penjual, mencari-cari alasan, menjelaskan alasan dan lain-lain. Teknik yang digunakan penjual dan pembeli dalam menerapkan strategi transaksi menghasilkan berbagai tindak ilokusi, seperti tindak ilokusi yang bermakna bertanya, meminta, menawarkan, mengundang, menolak, dan sebagainya. Dengan demikian, tindakan ilokusi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli memiliki relevansi dengan strategi transaksi dan teknik pelaksanaan strategi yang telah mereka tetapkan. Cara-cara penjual dan pembeli mengimplikasikan maksud-maksud di dalam tuturannya tidak hanya diekspresikan oleh tindak verbal, tetapi juga didukung oleh tindak nonverbal. Kadang-kadang karena pertimbangan-pertimbangan tertentu maksud-maksud di balik aneka tindak ilokusi dalam tuturan tidak dinyatakan secara eksplisit.

Kata kunci: strategi transaksi; tindak ilokusi; percakapan; pasar tradisional; pragmatik

ABSTRACT

This paper is a result of a study that discusses the strategies of buying and selling and the implementation of illocutionary speech acts in the Minahasa traditional market. Illocutionary speech act is a type of speech act that has implications, because the implementation is based on the speaker intentions that intended by the speaker in his speech. Illocutionary acts are speech acts that focus on speech functions, namely for what the utterance is done. Illocutionary acts in buying and selling conversations state the various objectives that speakers want to achieve. One focus of pragmatic studies is speech acts. Implicational speeches in buying and selling conversations inspire pragmatic based studies. To understand the implications of speech the role of the context of situation and contexts surrounding speech is very important. The objectives of this study are (1) identifying various transaction strategies (planning) and techniques of seller and buyer in carrying out selling-buying strategies, (2) identifying various illocutionary speech acts produced by sellers and buyers, objectives, and the ways in carrying out in selling-buying conversation, (3) elaborating the relation between transaction strategies, transaction techniques, and illocutionary speech acts. The results of this study indicate that sellers and buyers have various techniques in realizing the transaction strategies or the planning of the transaction. The transaction strategies found namely strategy to get buyers, to promote merchandise, to control buyers, to retain buyers, to ask for price reductions, to maintain prices, etc. The techniques found such as asking buyers to stop by, offering merchandise directly, inviting buyers to buy something, rejecting seller's requests, etc. The techniques for implementing the strategies found include the technique of asking buyers to stop by, offering merchandise directly, inviting buyers to buy something, rejecting the seller's request, looking for excuses, explain the reason and others. The techniques used the seller and buyer in implementing transaction strategies produce various illocutionary acts, such as asking, request, offer, invite, reject, and so on. Thus, illocutionary acts carried out by the seller and the buyer have relevance to transaction strategies and techniques in carrying out strategies that they have set. The ways in which sellers and buyers imply the intentions in their speech are not only expressed by verbal actions, but also supported by nonverbal actions. Sometimes because of certain considerations the intentions behind various illocutionary acts in speech are not explicitly stated.

Keywords: *illocutionary acts; conversation; buy and sell; transaction strategy; traditional market; Minahasa; pragmatic*

PENDAHULUAN

Berkomunikasi tidak sekedar melakukan aktivitas berbicara, karena berkomunikasi itu adalah melakukan tindakan berbahasa dan unsur yang terkecil dalam komunikasi adalah tindak tutur (*speech acts*). Setiap tuturan mengandung tindakan-tindakan yang disebut tindak tutur (*speech acts*). Tuturan merupakan wujud tindakan yang sedang dilaksanakan oleh penutur (Levinson, 1983).

Tindak tutur adalah salah satu satuan kajian pragmatik. Menurut Austin 1962 (Gunarwan 1994:43) tindak tutur (*speech*

act) adalah menuturkan sebuah kalimat yang dilihat sebagai melakukan sebuah tindakan, di samping memang penutur mengucapkan kalimat itu secara nyata. Tindak tutur adalah tindak melakukan sesuatu yang diwujudkan dalam tuturan. Austin menekankan bahwa pada dasarnya ketika seseorang mengatakan sesuatu maka pada saat itu ia juga melakukan sesuatu. Austin membagi tindakan yang berkaitan dengan tuturan ke dalam tiga jenis, yaitu tindak lokusi (*lokusioner*), tindak ilokusi (*ilokusioner*), dan tindak perlokusi (*perlokusioner*).

Selanjutnya Austin (Wijana, 1996:17) menjelaskan bahwa tindak lokusi adalah tindak berbicara atau mengucapkan sesuatu dengan kata yang maknanya sesuai dengan makna kata di dalam kamus dan makna sintaktis (makna berdasarkan aturan sintaksis). Tindak lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu tanpa memperluas makna harfiah. Tindak lokusi adalah tindak yang tidak mementingkan maksud dan fungsi tuturan. Selanjutnya tindak ilokusi adalah tindak melakukan sesuatu yang didasarkan pada maksud yang terkandung di dalam

tuturan. Tindak ilokusi adalah tindak yang dilakukan berdasarkan fungsi (untuk apa tuturan itu dilakukan). Tindak, perlokusi adalah efek atau dampak yang timbul pada si pendengar sebagai akibat dari apa yang dikatakan oleh si penutur.

Austin menyatakan bahwa ada ribuan kata kerja dalam bahasa Inggris yang menandai tindak tutur, tetapi tindak tutur tidak persis sama dengan apa yang digambarkan oleh setiap kata kerja dimaksud. Menurut Searle (1976) setiap tindak tutur memiliki daya (*force*) atau kekuatan yang dapat menggerakkan/memengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu. Brewer dan Lichtenstein (1982:437 dalam Wijana 1995:2) berpendapat bahwa unit dasar dalam komunikasi manusia adalah tindak tutur ilokusi (*illocutionary act*). Selain berfungsi untuk menyampaikan/menginformasikan sesuatu, tindak tutur juga dapat digunakan untuk melakukan sesuatu yang lain, misalnya untuk memerintah, mengingatkan, berjanji, memberi solusi (c.f. Austin, 1962; 94; Searle dalam Parker, 1986: 15; Wijana, 1996:18). Menurut Richard (1995) kompetensi ilokusioner menunjukkan pengetahuan penutur suatu bahasa tentang bagaimana menggunakan kalimat-kalimat untuk mewujudkan tindak tutur.

Searle (Leech, 1993) mengelompokkan tindak tutur itu ke dalam lima kate-

gori berdasarkan fungsinya, yaitu (a). direktif, (b). komisif, (c). ekspresif (d). deklaratif dan (e) representatif (Searle, 1976; Yule, 2006: 92-95; Dardjowidjojo, 2003: 95). Tindak tutur dapat dikategorikan menjadi (1) tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung, dan (2) tindak tutur literal dan tindak tutur tidak literal (Wijana dan Rohmadi, 2009:195-208). Tindak tutur adalah peristiwa tutur, yaitu suatu kegiatan komunikasi/interaksi dengan menggunakan bahasa (tutur) dan yang melibatkan cara-cara konvensional untuk mencapai tujuan/hasil (Yule, 2006).

Tindak tutur adalah tindakan melakukan sesuatu dalam tuturan, selain mengatakan sesuatu. Ketika seseorang berbicara ia tidak hanya memproduksi satuan-satuan kebahasaan (morfem, kata, frasa, klausa, kalimat, atau wacana, tetapi juga melaksanakan tindakan-tindakan di dalam tuturannya. Tuturan-tuturan dalam percakapan jual-beli adalah ekspresi dari tindakan-tindakan penutur.

Menurut Schiffrin (1994:4) analisis wacana identik dengan analisis tindak tutur. Dalam melaksanakan tindak tutur penutur perlu memahami kaidah-kaidah komunikasi yang berlaku dalam masyarakatnya. Salah satu kaidah dalam pelaksanaan komunikasi adalah kaidah penerapan tindak tutur; bagaimana mewujudkan tindak-tindak tutur yang bernilai kesantunan. Tindak bahasa (tindak tutur) adalah salah satu kajian pragmatik. Satuan analisis pragmatik bukanlah kalimat melainkan tindak tutur (*speech act*).

Levinson (1983:284-285) berpendapat bahwa percakapan merupakan inti atau jenis prototype penggunaan bahasa yang paling mendasar yang dapat menunjukkan dengan jelas berbagai aspek pragmatik. Pragmatik memiliki hubungan dengan semantik. Keduanya merupakan ilmu yang mengkaji tentang makna, tetapi pragmatik mengkaji bidang makna yang

tidak termasuk di dalam kajian atau teori semantik. Semantik mengkaji makna informatif sedangkan pragmatik mengarahkan perhatiannya pada makna komunikatif, yakni sesuatu yang diimplikasikan oleh penutur melalui tuturannya.

Semantik mengkaji makna secara *diadik*; makna ditentukan secara murni, sebagai wujud ekspresi bahasa khusus penutur atau mitra tutur dalam suatu situasi. Sedangkan, pragmatik mengkaji makna secara *triadik*; makna ditentukan berdasarkan hubungan penutur dan mitra tutur. Pragmatik adalah ilmu yang mengkaji maksud penggunaan bahasa dalam suatu komunikasi (Parker, 1986 dalam Rahardi, 2010).

Pragmatik adalah studi bahasa yang terikat konteks (*context dependent*). Menurut Leech (1986) dasar kajian pragmatik adalah konteks tuturan. Dalam kajian pragmatik Levinson (1983) menekankan tiga aspek penting, yaitu bahasa, konteks, dan penafsiran (pemahaman) makna dalam pemakaian. Dalam kajian pragmatik tuturan dipahami sebagai wujud tindak tutur itu sendiri dan merupakan produk tindak verbal (Leech, 1993:19-21).

Pada prinsipnya tuturan berwujud pragmatik itu mengandung implikatur-implikatur. Mey (1993:99) menyatakan, implikatur berhubungan dengan sesuatu yang tersembunyi di balik percakapan, di balik penggunaan bahasa yang aktual (*...something which is implied in conversation, that is, something is left implicit in actual language use*). Implikatur berhubungan dengan makna tutur, dan bukan makna kalimat. Implikatur merupakan makna nonnatural (*non-natural meaning*), yang berbeda dengan makna yang sebenarnya (*natural meaning*). Implikatur dipakai untuk menunjukkan perbedaan antara apa yang diucapkan oleh pembicara dan apa yang diimplikasikan. Brown dan Yule (1983) menyatakan implikatur

percakapan lebih memperhitungkan secara eksplisit bagaimana mengartikan atau memaknai sesuatu (dalam beberapa pengertian secara umum) lebih dari apa yang "dikatakan" (diekspresikan secara literal oleh pengertian yang bersifat konvensional dari ekspresi-ekspresi bahasa yang dituturkan), "*how it is possible to mean (in some general sense) more than what is actually "said" (i.e. more than what is literally expressed by the conventional sense of the linguistic expressions uttered).*"

Sebuah tuturan dapat mengimplikasikan proposisi yang bukan bagian dari tuturan yang dihasilkan. Proposisi yang dimaksud itu disebut implikatur (*implicature*). Jika ada dua proposisi yang berhubungan, maka hubungan kedua proposisi itu bukan merupakan konsekuensi mutlak (*necessary consequence*) (Grice, 1975). Hubungan antara tuturan dengan sesuatu yang disiratkan di dalam tuturan (implikatur) tidak bersifat semantis (Wrjana, 1996). Keterkaitan tuturan dan implikatur hanya didasarkan padalatar belakang pengetahuan yang dapat menjelaskan kedua proposisi. Oleh karena itu, implikatur jelas berbeda dengan *entailment* yang dipahami sebagai "ikutan, pemaknaan". Suatu ujaran dikatakan sebagai implikatur, jika tuturan itu memungkinkan munculnya tuturan lain. Sebaliknya, disebut *entailment*, karena sama sekali tidak memungkinkan hadirnya tuturan lain.

Untuk memahami tuturan-tuturan yang bermuatan implikatur dibutuhkan konteks. Dalam analisis wacana (*discourse analysis*), baik lisan maupun tulis peran konteks (context) sangat penting. Konteks sangat menentukan dalam memahami isi wacana. Menurut Leech (1986) konteks tuturan mencakup segala latar pengetahuan (*any background knowledge*) yang terkait dengan pertuturan, yang dipahami bersama oleh penutur dan mitra tutur, dan

yang membantu penafsiran makna tuturan. Konteks mengacu pada hal-hal yang berkaitan dengan kebiasaan partisipatif, adat istiadat, dan budaya masyarakat. Konteks dapat pula mengacu pada kondisi fisik, mental, pengetahuan yang ada di benak penutur maupun mitra tutur, serta waktu dan tempat. Pemakaian bahasa dalam suatu komunikasi tidak dapat dipisahkan dari faktor-faktor nonlingual, yaitu kondisi sosial dan budaya lokal yang bersifat spesifik.

Levinson (1983:5) membedakan antara konteks linguistik dan konteks fisik. Kedua, konteks ini disebut sebagai konteks pertuturan. Levinson juga membedakan konteks pragmatik menjadi (1) konteks yang bersifat umum; ada pada setiap masyarakat tutur, dan (2) konteks yang bersifat spesifik. Konteks yang pertama merupakan konteks kebudayaan dan konteks yang kedua mengarah pada konteks pertuturan (konteks linguistik dan konteks fisik) atau yang dikenal dengan konteks situasi. Menurut Levinson (1983) konteks pragmatik adalah konteks yang antara lain meliputi identitas partisipan, waktu, dan tempat peristiwa pertuturan.

Makna selalu harus dipahami dalam konteks penggunaan bahasa, yaitu makna yang dihubungkan dengan situasi-situasi ujar dan kondisi-kondisi ujar (Halliday, 1992). Dalam hal ini makna dipahami bukan sebagai sesuatu yang abstrak. Konteks sosiokultural masyarakat pemakai bahasa merupakan faktor penting yang mendasari pemahaman makna satuan lingual. Konteks sosiokultural berisi konvensi-konvensi sosial-budaya yang melatarbelakangi pembentukan wacana. Pentingnya konteks dalam pembentukan sebuah wacana menurut Halliday dan Hasan (1994) dapat terlihat dari pengaruhnya terhadap struktur teks (wacana).

Percakapan jual-beli adalah salah satu jenis wacana yang didominasi oleh makna-

makna komunikatif. Percakapan didefinisikan hampir sama oleh para pakar linguistik, yaitu sebagai bentuk komunikasi yang bersifat bebas yang dilakukan oleh minimal dua orang dalam konteks/latar informal. Stubbs (1983:33) menyatakan bahwa dilihat dari ciri-cirinya percakapan itu bersifat spontan, tidak terencana, dan informal.

Dalam dunia dagang kata "transaksi" identik dengan kata tawar-menawar (negosiasi) dalam kegiatan jual-beli yang dilakukan penjual dan pembeli untuk mencapai persetujuan jual-beli. Sedangkan, kata "strategi" mengacu pada "rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus", dan cara artinya "jalan yang harus ditempuh; menurut adat, kebiasaan, dsb. Teknik artinya 'cara sistematis mengerjakan sesuatu' (KBBI, 1996 964,172,1024). Dalam dunia usaha atau pemasaran kata strategi berarti 'perencanaan penjualan, serta distribusi' (KBBI, hal.964). Teknik adalah cara dalam mewujudkan atau mencapai sesuatu.

Dalam ilmu ekonomi kata "transaksi" digunakan untuk menggambarkan suatu aktivitas yang dilaksanakan oleh penjual dan pembeli untuk mencapai suatu kesepakatan. Suatu transaksi hanya akan terjadi apabila ada pihak-pihak yang bertransaksi, yaitu penjual dan pembeli, dan ada barang atau jasa yang ditransaksikan. Suatu transaksi dapat terjadi apabila telah terjadi suatu persetujuan antara penjual dan pembeli tentang harga transaksi dan volume transaksi untuk barang yang ditransaksikan (Boediono,2010:44).

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa pasar tradisional di Minahasa. Menurut teori ekonomi mikro pasar tidaklah selalu harus merupakan tempat atau bangunan tertentu. Setiap hubungan yang terjadi antara pembeli dan penjual suatu komoditas tertentu dalam jangka waktu tertentu dapat dipandang sebagai pasar. Meskipun, hubungan tersebut hanya

dilakukan melalui alat komunikasi seperti telepon, internet, dan sebagainya. Dalam konteks semacam ini pasar dipandang sebagai komunikasi modern (Sugiarto,dkk (2005: 287-290).

Jika pasar diartikan sebagai hubungan yang terjadi antara pembeli dan penjual, maka keberhasilan suatu hubungan turut ditentukan oleh adanya kesamaan persepsi (*frame of reference*) dan pengalaman (*field of experience*) diantara para komunikator (*communicant*) yang terlibat di dalam hubungan tersebut. Menurut teori komunikasi, komunikasi yang efektif mensyaratkan adanya pertukaran informasi (*sharing of information*) dan kesamaan makna atau pemahaman (*in tune*) antarpeserta komunikasi (Mulyana, 2004).

Berdasarkan definisi tersebut pasar dapat dibedakan menjadi pasar tradisional dan pasar moderen. Pasar tradisional adalah pasar yang mengandalkan komunikasi tradisional, sedangkan pasar modern mengandalkan komunikasi modern. Di pasar tradisional terjadi percakapan di antara penjual dan pembeli. Pelaksanaan transaksi (negosiasi) di pasar tradisional dilaksanakan secara langsung (bertatap muka). Dalam melakukan interaksi baik penjual maupun pembeli tidak dibatasi oleh aturan-aturan tertentu. Pasar tradisional dapat dijumpai baik di daerah pedesaan maupun perkotaan. Sebaliknya, di pasar modern, seperti pasar-pasar swalayan hal-hal yang demikian hampir tidak pernah terjadi. Di pasar modern bisa saja tidak terjadi percakapan antara penjual dan pembeli.

Kajian Strategi Transaksi dan Tindak Tutur Ilokusi Dalam Percakapan Jual-Beli di Pasar Tradisional Minahasa merupakan sebuah hasil penelitian. Penelitian ini bertujuan (1) mengidentifikasi aneka strategi transaksi dan aneka teknik penjual dan pembeli dalam melaksanakan strategi jual-beli, (2) mengidentifikasi

aneka tindak tutur ilokusi yang dihasilkan oleh penjual dan pembeli, tujuan, dan cara pelaksanaannya dalam percakapan jual-beli, dan (3) mengelaborasi hubungan antara strategi transaksi, teknik pelaksanaan strategi, dan tindak tutur ilokusi.

IMETODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif-kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena interaksi sosial dalam percakapan jual-beli. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., dari subjek penelitian secara holistik pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah, dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata (Moleong, 2007: 6). Penelitian ini dilaksanakan di empat lokasi pasar tradisional di Minahasa propinsi Sulawesi Utara, yaitu di kecamatan Sonder, Kawangkoan, Langowan, dan Tomohon. Satuan kajian adalah strategi individu penjual dan pembeli penutur bahasa Melayu Manado dalam bertransaksi dan tindak tuturnya.

Metode (prosedur) penyediaan data yang digunakan adalah metode observasi dan reflektif-introspektif. Metode observasi adalah metode yang diterapkan dalam penelitian dengan cara mengamati objek kajian dalam konteksnya. Dalam literatur metodologi penelitian linguistik di Indonesia) metode observasi disebut metode simak, sedangkan metode wawancara disebut metode cakap (Sudar-yanto, 1993). Metode observasi dilakukan dengan dua cara yakni (1) observasi berpartisipasi langsung (*participation observation*) dan (2) observasi tidak berpartisipasi langsung (*nonparticipation observation*).

Dalam melaksanakan metode observasi peneliti melakukan penyimakan dengan menggunakan teknik sadap dan teknik catat (Moleong, 2007; Sudaryanto,

1993:133-136). Selanjutnya metode refleksif-introspektif adalah metode yang memanfaatkan secara optimal peran peneliti sebagai penutur bahasa tanpa mengenyampingkan peranan kepenelitian itu sendiri. Sesuai ketentuan metode ini peneliti tidak hanya berperan sebagai penerima tutur, tetapi juga berperan sebagai penutur dengan melibatkan segenap pengetahuan dan kemampuan sebagai penutur asli. Sebagai penutur asli peneliti tidak saja berperan sebagai penutur, tetapi juga membangkitkan data bahasa yang dimiliki dan mengujinya dengan menggunakan kemampuan intuitif. Penggunaan metode ini tidak bertujuan untuk mendapatkan data final (Sudaryanto, 1993: 121). Penelitian linguistik dapat memanfaatkan tiga sumber data, yaitu data lisan (ujaran), data tulis, dan intuisi bahasa peneliti (Sudaryanto, 1993:133-136).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang berfokus pada teknik pengambilan sampel pada unit yang diteliti; didasarkan pada penilaian peneliti. *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti tentang siapa yang memiliki keahlian di bidang yang sedang diteliti. Menurut Nasution (2003:5) pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara ini hanya atas dasar pertimbangan peneliti yang menganggap unsur-unsur yang dikehendaki telah ada dalam anggota sampel yang diambil. Untuk mendapatkan keabsahan data (*trustworthiness*) dilakukan teknik pemeriksaan yang didasarkan atas beberapa kriteria, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Dalam penelitian ini data hasil wawancara

Mengacu pada tujuan penelitian penulis memilih teknik analisis data berdasarkan model penalaran induktif dengan melakukan teknik pemahaman (*interpre-*

tation) dan teknik inferensi (penyimpulan). Pada prinsipnya penelitian kualitatif menggunakan model penalaran induktif (Creswell, 2010:259-263). Teknik analisis induktif dapat menunjukkan secara eksplisit hubungan peneliti dan subyek penelitian. Untuk mendapatkan hasil inferensi yang tepat, pemahaman tidak hanya didasarkan pada pemahaman/interpretasi teks, tetapi mengaitkan teks dan hasil pemahaman teks dengan kondisi sosial budaya setempat.

Tahapan analisis data adalah (1) mengecek semua data, (2) mengategorikan data berdasarkan jenis dan satuan kajiannya, (3) memverifikasi data, (4) membuat transkripsi data bahasa, (5) melaksanakan interpretasi data berdasarkan konteks, (6) mencocokkan data hasil interpretasi dengan data hasil rekaman percakapan, (7) membuat inferensi sementara, (8) mengonfirmasi data, (9) membandingkan hasil inferensi sementara dengan hasil konfirmasi data, dan (10) membuat inferensi akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu dari sekian banyak praktik komunikasi dalam kehidupan masyarakat adalah praktik komunikasi jual-beli, yaitu suatu aktivitas transaksi yang terjadi di antara penjual dan pembeli. Aktivitas ini bukan tanpa strategi (perencanaan). Untuk mencapai persetujuan jual-beli, baik penjual maupun pembeli mempunyai strategi-strategi transaksi jual-beli dan teknik-teknik pelaksanaannya.

Strategi-strategi penjual di antaranya adalah:

- (1) strategi menghadirkan dan menarik minat pembeli
- (2) strategi mempromosikan bahan dagangan
- (3) strategi menarik/mengalihkan perhatian pembeli
- (4) strategi mempertahankan pembeli

- (5) strategi melariskan bahan dagangan
- (6) strategi mempertahankan harga jual
- (7) strategi mempertahankan minat pembeli
- (8) strategi menjalin hubungan dengan pembeli baru
- (9) strategi mempertahankan hubungan dengan pelanggan, dan
- (10) strategi menghindari dari desakan pembeli.

Strategi-strategi penjual diwujudkan dalam berbagai teknik, yaitu:

- (1) menyapa, mengajak, merayu, me-nyanjung, memuji barang dagangan, menyindir, menyela pembicaraan, berbasa-basi, memohon, dan bergurau
- (2) menyapa, mengajak, menawarkan, memuji barang dagangan, memohon, mengimbau
- (3) memuji kualitas barang dagangan, dan meyakinkan pembeli
- (4) berbasa-basi, memberi dukungan, mendesak, dan mengeluh
- (5) meyakinkan, memastikan, merayu, memuji diri sendiri, merendahkan diri sendiri, menawarkan bonus, mem-buat kesepakatan, dan berjanji
- (6) menolak permintaan, membanding-kan, memuji barang dagangan, me-nyarankan, mengabaikan/membiar-kan, dan mencari-cari alasan
- (7) mengalihkan perhatian pembeli, membangkitkan minat membeli
- (8) berbasa-basi, mengajak, menjanji-kan bonus, dan memprioritaskan pe-layanan
- (9) bertenggang rasa, memberi bonus, memuji, berempati, berguyon, meng-akui kesalahan dan meminta maaf
- (10) mencari-cari alasan, bercanda

Selanjutnya strategi-strategi pembeli di antaranya adalah:

- (1) menghindari atau menolak penawar-an penjual
- (2) strategi memeriksa kualitas bahan dagangan
- (3) strategi meminta penurunan harga
- (4) strategi mendapatkan bahan ber-kualitas
- (5) strategi mendapatkan tambahan (bonus)
- (6) strategi mempertahankan perminta-an penurunan harga
- (7) strategi mempercepat pelayanan penjual
- (8) strategi menyatakan rasa ketidak-puasan
- (9) strategi mempertahankan hubungan dengan penjual,
- (10) strategi menaklukkan/menguasai penjual
- (11) strategi menghindari dari penjual.

Strategi-strategi pembeli diwujudkan dalam berbagai teknik, yaitu:

- (1) mencari-cari alasan, menyampaikan alasan, menunda, bergurau, bertanya, menyatakan penyesalan, meminta maaf, mempersyaratkan, menyatakan keraguan, berkata jujur
- (2) mengomentari, bertanya, menguji
- (3) bertanya, mencari-cari alasan, meng-kritik, membandingkan, membujuk
- (4) bertanya, menolak dengan alasan dan menolak tanpa alasan
- (5) meminta, membujuk, merayu, me-nyindir, memaksa, menjanjikan, dan bergurau
- (6) memohon, membandingkan dengan kualitas barang di tempat lain, men-cari-cari alasan
- (7) memohon, mendesak, mengomel, mengeluh
- (8) mengkritik, menyatakan keberatan (*complain*), memberi saran/solusi
- (9) mengakui kekeliruan, meminta maaf, berjanji

- (10) mengakrabkan diri, merayu, membujuk
- (11) berpura-pura tidak melihat atau tidak mendengar sapaan/ajakan penjual

Teknik-teknik yang digunakan penjual dan pembeli dalam mewujudkan strategi-strategi transaksi menghasilkan aneka tuturan. Setiap tuturan memiliki daya atau kemampuan (*force*) yang dapat memengaruhi dan menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu, karena ketika seseorang bertutur pada saat yang bersamaan ia melakukan tindakan. Tindakan tutur ilokusi adalah tindak yang mementingkan fungsi (untuk apa ujaran itu dilakukan). Makna ilokusi dalam sebuah tuturan tidak dapat dipahami tanpa pemahaman implikasi-implikasi dalam tuturan dan juga konteks. Beberapa di antara makna-makna ilokusi yang teridentifikasi dalam percakapan jual-beli dapat dipahami pada beberapa contoh dialog yang disajikan berikut ini:

Dialog A

O1: *Mo cari apa, ses?*

'Mau cari apa, bu?'

O2: *Nanti babale jo ne.*

'Nanti (saya) kembali ya.'

Tuturan orang pertama (O1) dipahami oleh orang kedua (O2) sebagai tuturan yang mengimplikasikan keinginan dan harapan penjual (Pj) agar O2 mampir di tempatnya dan membeli sesuatu. Tuturan O1 juga bisa mengandung implikasi ajakan. Apa yang dimaksudkan oleh O1 tidak disampaikan secara langsung, karena O1 dan O2 sudah akrab. Agar O1 tidak merasa tersinggung karena maksud ajakannya itu belum langsung direspons, maka O2 memformulasi tuturannya sedemikian rupa agar tidak mengecewakan mitra tuturnya. Dalam budaya setempat cara penyampaian pe-

nelakan semacam ini masih dipandang sopan. Jika dilihat dari teknik yang digunakan oleh O2 pada Dialog A, maka tuturan O2 itu adalah perwujudan teknik mencari-cari alasan untuk menghindari dari ajakan Pj. Teknik semacam ini sudah lumrah terjadi dalam percakapan jual-beli.

Dialog B

O1: *Om, ndak kurang dang?*

'Pak, tidak bisa diturangi harganya?'

O2: *Mahal kua kita da borong no, tante.*

'Pembelian saya mahal, bu.'

Tuturan O1 dipahami oleh O2 sebagai tuturan yang mengandung tindak ilokusi meminta, atau mengandung implikasi permintaan. Sebaliknya tuturan O2 adalah tuturan yang mengandung implikasi penolakan. Untuk tidak mengecewakan pembeli (Pb) dan bersikap sopan, O2 tidak secara langsung menolak permintaan penurunan harga dari O1.. Jika dilihat dari teknik yang digunakan oleh O2 (sebagai Pj) pada Dialog B, maka tuturan O2 adalah perwujudan teknik menggunakan/memberikan alasan (sebagai salah satu teknik yang dikenal dalam strategi mempertahankan harga jual). Jadi, teknik yang digunakan oleh O2 dalam strategi menolak ajakan O1 (pada Dialog A) adalah teknik mencari-cari alasan, sedangkan teknik yang digunakan O2 dalam strategi menolak permintaan penurunan harga (pada Dialog A) adalah teknik menggunakan/memberikan alasan.

Jika dibandingkan dengan tujuan O2 pada Dialog A, maka tujuan O2 pada Dialog B sebenarnya ingin menyatakan penolakan untuk mampir (dan sebenarnya O1 sudah memahami implikasi yang terkandung dalam tuturan O2 itu). Penolakan O2 itu dinyatakan secara implisit. Implikasi lain yang terkandung dalam tuturan O2 pada Dialog A adalah O2 ingin menjaga

perasaan mitra tutur (O1) agar tidak kecewa. Demikian halnya juga dengan tujuan O2 (sebagai Pj) pada Dialog B, yaitu menolak permintaan penurunan harga dari O1 secara implisit. Implikasi lain yang terkandung dalam tuturan O2 pada Dialog B adalah O2 ingin menjaga perasaan mitra tutur (O1) agar tidak kecewa. Dengan demikian hubungan baik di antara O2 dan O1 akan tetap terpelihara.

Secara pragmatis teknik yang digunakan oleh O2 pada Dialog A dan B (yang diwujudkan melalui tuturan) mengandung tindakan menolak secara halus. Maksud penolakan secara halus dalam tuturan O2 disampaikan dengan modus kalimat deklaratif, sedangkan maksud permintaan dalam tuturan O1 pada Dialog A dan B disampaikan dengan modus kalimat interogatif.

Tuturan-tuturan yang mengandung tindak ilokusi yang teridentifikasi dalam percakapan jual-beli, di antaranya adalah tuturan bermakna *meminta, memohon, mengajak, mengharapkan, menolak, mendesak, melarang, menyarankan, mengingatkan, menawarkan, memberi alasan, meyakinkan, mengomel, memprotes, mengkritik, membujuk, merayu, menyindir, bergurau, dsbnya*.

Tindak ilokusi tidak selalu diwakili oleh verba, tapi maksud yang diimplikasikan oleh tuturan dapat dipahami oleh partisipan percakapan, karena O1 dan O2 memiliki pemahaman yang sama. Pemahaman yang sama tentang implikasi-implikasi dalam percakapan jual-beli ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu (1) pengetahuan budaya, (2) penguasaan/kemampuan bahasa, (3) kemampuan pragmatis, (4) pengalaman sosial, dan (4) pengalaman transaksional (dagang).

SIMPULAN

Percakapan adalah jenis wacana yang berdaya pragmatik tinggi, karena percakapan adalah sebuah bentuk komunikasi

interaktif yang melibatkan lebih dari dua orang peserta tutur. Komunikasi interaktif dapat membuka peluang terjadinya kesalahpahaman diantara penutur dan mitra tutur dalam memahami maksud tuturan. Apalagi bila percakapan itu terjadi di sebuah pasar tradisional. Peserta tutur di sebuah pasar tradisional mempunyai latar belakang usia, gender, pendidikan, pekerjaan, status sosial, dan jarak sosial yang berbeda-beda.

Kajian tindak tutur dalam percakapan jual-beli tidak dapat dilepaskan dari kajian makna tuturan dan situasi yang mendukungnya. Makna yang dimaksud adalah makna yang dihasilkan oleh suatu tindak bahasa (tutur). Untuk memahami makna setiap tuturan konteks situasi tutur dan konteks budaya sangat berperan. Pelaksanaan tindak tutur bermakna ilokusi dalam percakapan jual-beli tidak saja ditentukan oleh tujuan-tujuan individu, tetapi juga tujuan-tujuan yang bersifat transaksional.

Dilihat dari strategi-strategi transaksi dan teknik pelaksanaannya, maka percakapan jual-beli tidak saja dapat mengekspresikan pengalaman-pengalaman berinteraksi dan bertransaksi, tetapi juga pengetahuan-pengetahuan yang terkait dengan kegiatan berdagang. Teknik-teknik yang digunakan penjual dan pembeli dalam mewujudkan strategi-strategi transaksi tidak saja memperlihatkan usaha-usaha mereka dalam menghasilkan nilai transaksi, tetapi juga cara-cara mereka mempresentasikan diri dalam percakapan, menjalin interaksi, menjalin dan mempertahankan keakraban, dan cara-cara melaksanakan tindak tutur.

Pelaksanaan tindak tutur dalam percakapan jual-beli merupakan ekspresi cara-cara penjual dan pembeli dalam memenangkan sebuah transaksi. Pelaksanaan tindak tutur ilokusi dalam percakapan jual-beli menghasilkan variasi bentuk dan

makna tuturan. Munculnya variasi bentuk dan makna tuturan menunjukkan bahwa percakapan jual-beli mengandung implikasi-implikasi.

Aktivitas transaksi merupakan aktivitas komunikasi yang tidak mungkin terjadi tanpa bahasa. Untuk mencapai tujuan dalam pelaksanaan transaksi jual-beli bahasa sangat berperan penting. Dalam konteks komunikasi jual-beli bahasa tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi; media penyalur pesan atau maksud, tetapi juga media pengembang kerjasama dan pemelihara keharmonisan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Austin, John, L. 1962. *How To Do Things With Words*, Oxford: Oxford University Press.
- Brown, Gillian. dan George, Yule. 1983. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grice, Paul, H. 1975. *Logic and Conversation*, dalam Williams, James Lectures. Harvard University: Published in Cole and Morgan, pp 41-58.
- Halliday, M.A.K. 1987. *Language Structure and Language Function*, dalam Lyons, John., New Horizons in Linguistics. London: Penguin.
- _____. 1994. *Bahasa, Konteks, dan Teks. Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Leech, Geoffrey. 1986. *The Principles of Pragmatics*, London: Longman Group Limited.
- Levinson, Stephen, C. 1983. *Pragmatics*, New York: Cambridge University Press.
- Mey, Jacob L. 1993, *Pragmatics: An Introduction*, Cambridge Massachussets: Blackwell Publishers.
- Moleong, Lexi, J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi. Suatu Pengantar*, Cetakan ke-4, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahardi, Kunjana. 2010. *Pragmatik. Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schiffrin, Deborah. 1994. *Approaches of Discourse*, Cambridge: Blackwell Publishers.
- Searle, John, R., 1976, *Speech Acts. An Essay in Philosophy of Language*. Cambridge; Cambridge U.P.
- Searle, John, R.. 1976. *A Classification of Illocutionary Acts*, dalam Language in Society 5, Great Britain: University of California.
- Stubbs, Michael., 1983. *Discourse Analysis. The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. Oxford: Basil Blackwell
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sugiarto, Herlambang, Tedy., Brastoro., Sudjana Rachmat., dan Said Kelana. 2005. *Ekonomi Mikro: Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Wijana, I Dewa Putu. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yule, George. 2006. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University.

PETUNJUK BAGI (CALON) PENULIS RIKSA BAHASA JURNAL BAHASA, SASTRA, DAN PEMBELAJARANNYA

1. Artikel yang ditulis untuk Riksa Bahasa meliputi hasil penelitian dan telaah di bidang, bahasa, sastra, tradisi lisan, dan pembelajarannya. Naskah ditik dengan program *Miscosoft Word*, huruf *Times New Roman* (TNR), Ukuran 12 pts, Spasi 1.5 pada ukuran kertas A4 dan maksimal 20 halaman. File dikirim dalam *file attachment* email ke alamat **riksabahasa@upi.edu** atau dapat langsung submit melalui laman **<http://ejournal.upi.edu/index.php/RBSPs>**
2. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia. Sistematika artikel hasil penelitian yaitu judul, nama penulis, instansi penulis, email penulis, abstrak (bahasa Indonesia dan bahasa Inggris) diikuti kata kunci, pendahuluan, kajian teoritis, metodologi, hasil dan pembahasan, simpulan, dan daftar pustaka.
3. Judul Artikel dalam bahasa Indonesia tidak melebihi 14 kata dengan menggunakan huruf kapital dengan ukuran 14 pts.
4. Nama Penulis artikel ditulis tanpa menggunakan gelar akademik, disertai nama lembaga, dan mencantumkan email penulis.
5. Abstrak dan kata kunci ditulis dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris). Abstrak ditulis maksimum 200 kata, sedangkan kata kunci 3-5 kata atau gabungan kata.
6. Bagian pendahuluan berisi latar belakang, konteks penelitian, hasil kajian pustaka, dan tujuan penelitian. Seluruh bagian pendahuluan dipaparkan secara terpadu dalam bentuk paragraf dengan panjang 15-20% dari total panjang artikel.
7. Bagian Metodologi berisi paparan dalam bentuk paragraf tentang rancangan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang secara nyata dilakukan oleh peneliti dengan panjang 10-15% dari total artikel.
8. Bagian hasil penelitian berisi paparan hasil analisis yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Setiap hasil penelitian harus dibahas. Pembahasan berisi pemaknaan hasil dan pembagian dengan teori dan/atau hasil penelitian sejenis. Panjang paparan hasil dan pembahasan yaitu 40-60% dari total panjang artikel.
9. Bagian simpulan berisi temuan penelitin yang berupa jawaban atas pertanyaan penelitian atau berupa intisari hasil pembahasan. Simpulan disajikan dalam bentuk paragraf.
10. Daftar pustaka hanya memuat sumber-sumber yang dirujuk dan semua sumber yang dirujuk harus dicantumkan. Sumber rujukan minimal 80% berupa pustaka terbitan 10 tahun terakhir. Rujukan yang digunakan merupakan sumber primer berupa artikel dalam jurnal atau laporan penelitian (termasuk skripsi, tesis, atau disertasi). Artikel yang dimuat di Riksa Bahasa dapat digunakan sebagai rujukan.
11. Daftar rujukan disusun dengan tata cara seperti contoh berikut ini dan diurutkan secara alfabetis dan kronologis.

Alcock, Pete. 1997. *Understanding Poverty, 2^{sd} Edition*. Macmillan Press.
Andersen, A. P. 1989. *Philosophy of Science*. San Diego: San Diego State University.
Ibrahim, Alfi Irsyad. 2013. Maskulinitas dalam Novel Keluarga Permana Karya Ramadhan K.H. *Metasastra, Jurnal Penelitian Sastra*, 6 (2): (177-130)
Wibowo, Timothy. 2013. *Pendidikan Karakter*. (Online) Tersedia di pendidikankarakter.com/ diunduh 10 Desember 2013.
12. Tata cara penyajian kutipan, rujukan, tabel, dan gambar mengikuti ketentuan dalam Pedoman Penuliah Karya Ilmiah pada umumnya, atau mencontoh langsung tata cara yang digunakan dalam artikel yang telah dimuat dalam jurlan ini. Artikel berbahasa Indonesia menggunakan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) dan istilah-istilah yang dibakukan oleh Badan Bahasa.



p-ISSN 2460-9978



9 772460 997008

e-ISSN 2623-0909



9 772623 090003