

ANALISIS PEMATUHAN DAN PELANGGARAN MAKSIM GRICE DALAM TUTURAN LIVE TIKTOK

Della Febiana

dellafebiana.2023@mhs.unisda.ac.id

Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

DOI:<https://doi.org/10.29408/sbs.v8i3.31420>

Submitted, 2025-07-05; Revised, 2025-07-31; Accepted, 2025-08-12

Abstrak

Pematuhan dan pelanggaran prinsip kerja sama Grice sering terjadi dalam tuturan, terutama dalam interaksi persuasif seperti promosi produk, di mana penutur menyesuaikan ujarannya untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Metode ini menggunakan kualitatif yaitu simak, dan rekam layar dengan tahap mentranskrip hasil rekaman, mengklasifikasi tuturan berdasarkan maksim Grice, dan menganalisis deskriptif terhadap konteks. Data berupa cuplikan tuturan host dan audiens dalam live TikTok akun @wardahofficial. Penelitian ini menunjukkan bahwa host live TikTok kerap mematuhi maksim Grice dengan menyampaikan informasi secara akurat, jelas, dan relevan, sebagai bentuk kepedulian terhadap kebutuhan penonton dan strategi membangun kepercayaan untuk mendorong pembelian. Namun, ditemukan pula pelanggaran maksim akibat strategi promosi, ketidaktahuan penonton, serta kendala komunikasi cepat yang menghambat kejelasan dan koreksi informasi. Kajian sebelumnya oleh (I. Fadli & Kasmawati, 2020), (M. Safar & Hamsa, 2022) serta (Loka, 2021) dalam konteks pasar tradisional menunjukkan pelanggaran maksim sering terjadi demi kelancaran komunikasi. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengkaji interaksi digital yang memiliki karakteristik berbeda, sehingga memperluas penerapan teori pragmatik dalam konteks daring.

Kata kunci: pragmatik; kerja sama; maksim Grice

Abstract

Compliance with and violation of Grice's Cooperative Principle often occur in speech, especially in persuasive interactions such as product promotion, where speakers adjust their utterances to achieve specific communicative goals. This study employed a qualitative method involving observation and screen recording, followed by transcribing the recordings, classifying utterances based on Grice's maxims, and conducting descriptive analysis of the context. The data consisted of excerpts from the utterances of the host and audience during a TikTok Live session on the @wardahofficial account. The findings show that the TikTok Live host frequently adhered to Grice's maxims by delivering information accurately, clearly, and relevantly, as a form of concern for the viewers' needs and as a strategy to build trust and encourage purchases. However, maxim violations were also identified, caused by promotional strategies, audience ignorance, and the fast-paced nature of communication which hindered clarity and information correction. Previous studies by (I. Fadli & Kasmawati, 2020), (M. Safar & Hamsa, 2022), and (Loka, 2021) in the context of traditional markets showed that maxim violations often occurred to ensure communicative smoothness. This study offers novelty by examining digital interactions with distinct characteristics, thereby expanding the application of pragmatic theory in online contexts.

Keywords: pragmatics; cooperation; Grice's maxim

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pikiran, maksud, dan tujuan kepada orang lain. Sebagai sarana utama dalam berkomunikasi, bahasa berfungsi menyampaikan pesan dari penutur kepada mitra tutur (Mailani dkk., 2020). Bahasa juga berfungsi

secara personal, memungkinkan penutur menyatakan sikap sekaligus mengekspresikan emosi saat bertutur (Akbar, 2018). Kumala Suri et al. (2024) Menjelaskan bahwa cara penyampaian maksud yang disesuaikan dengan lawan bicara merupakan bagian dari kajian pragmatik. Pragmatik sangat bergantung pada konteks, karena makna tidak hanya ditentukan oleh struktur bahasa, tetapi juga oleh situasi tuturan. Dengan demikian, pragmatik menitikberatkan pada hubungan antara bahasa, penutur, dan konteks penggunaan.

Pragmatik merupakan cabang linguistik yang mengkaji makna tuturan dengan mempertimbangkan konteks di luar bahasa dan situasi saat tuturan disampaikan (Bala, 2022). Cakupannya meliputi tindak tutur, implikatur, praanggapan, prinsip kesantunan, dan prinsip kerja sama (Rohmadi, 2010:6 dalam (Loka, 2021)). Levinson (dalam Surono, 2014) menekankan bahwa pragmatik juga mencakup kemampuan penutur menyesuaikan ujaran dengan konteks. Salah satu aspek sentral adalah prinsip kerja sama yang membantu menciptakan tuturan yang bermakna dan berorientasi pada tujuan komunikasi (Zani, 2022). Dengan demikian, pragmatik menekankan pentingnya konteks dan kerja sama dalam penggunaan bahasa yang efektif.

Salah satu aspek pragmatik yang paling berpengaruh dalam kajian makna tuturan adalah prinsip kerja sama yang dikemukakan oleh Grice. Grice menyatakan bahwa untuk menjalankan prinsip kerja sama dalam percakapan, setiap penutur perlu mematuhi empat maksim, yaitu maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara (Pratiwi & Kurnia Assidik, 2022). Prinsip kerja sama menjadi landasan penting dalam membangun komunikasi yang efektif, tidak hanya dalam percakapan langsung, tetapi juga dalam konteks komunikasi digital. Dalam perkembangan komunikasi modern, prinsip ini tetap relevan dan tampak jelas dalam berbagai bentuk interaksi melalui media sosial.

Media sosial kini menjadi sarana untuk berkomunikasi, berpartisipasi, dan menjalin relasi antarpengguna melalui pertukaran pesan dan informasi. Platform seperti aplikasi TikTok memungkinkan interaksi yang cepat dan luas (Balqistiah Rasta & Sumardijjati, 2024). Perkembangan ini turut mengubah pola komunikasi dalam bisnis daring, terutama dalam penjualan produk perlengkapan wanita. Produk seperti kosmetik, dan lain-lain ditawarkan dalam berbagai model dengan harga yang kompetitif. Proses transaksi berlangsung secara cepat dan praktis (Irene Githa Sihombing, 2024). Media sosial kini tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform utama dalam pemasaran digital.

Seiring dengan hal tersebut praktik pemasaran melalui media sosial, TikTok menghadirkan fitur baru yaitu *tiktok shop* dan *live streaming* sejak 2021, yang menciptakan interaksi real-time antara penjual dan audiens melalui komentar langsung (Jacob, 2024). Fitur ini memungkinkan penjual mendemonstrasikan produk tanpa proses penyuntingan, sehingga menuntut komunikasi yang lancar dan menarik. *tiktok live* juga meningkatkan daya tarik visual dalam *e-commerce* (Monicha dkk., 2023), sekaligus membangun kedekatan dengan konsumen melalui penjelasan spontan dan respons langsung, yang dapat mendorong kepercayaan dan meningkatkan peluang pembelian.

Zani (2022) menyebutkan bahwa pematuhan terhadap maksim-maksim Grice dalam kegiatan jual beli membantu menciptakan komunikasi yang jelas, saling percaya, dan minim kesalahpahaman. Namun demikian, dalam praktiknya, penutur sering kali tidak secara langsung menaati keempat maksim, bahkan sengaja melanggarnya (Aprilia Maharani dkk., 2025). Hal ini juga terjadi dalam interaksi jual beli melalui *live streaming*. Pelanggaran ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti upaya host mempromosikan produk, keterbatasan waktu, tekanan interaksi yang cepat, atau ketidaksesuaian antara pesan dan kebutuhan informasi audiens.

Komunikasi jenis ini menjadi konteks yang relevan untuk dikaji secara pragmatik karena host dituntut menyampaikan informasi secara jelas, padat, relevan, dan persuasif. Strategi ini akan semakin efektif jika host memiliki kredibilitas tinggi, karena dapat memicu pembelian impulsif (Balqistiah Rasta & Sumardijati, 2024). Dengan demikian, efektivitas komunikasi host dalam konteks ini sangat bergantung pada kepatuhan terhadap prinsip pragmatik dan tingkat kepercayaan audiens terhadap host.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk serta alasan pematuhan dan pelanggaran terhadap maksim Grice dalam interaksi jual beli produk kosmetik merek Wardah di platform TikTok. Penelitian ini penting untuk memahami dinamika komunikasi digital yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif. Fokus analisis diarahkan pada strategi komunikasi host dalam memengaruhi efektivitas penyampaian informasi dan persepsi audiens.

Kajian mengenai pelanggaran dan pematuhan maksim dalam konteks jual beli telah dilakukan sebelumnya oleh Fadli et al. (2020), Safar et al. (2022), serta Loka (2021), yang menyoroti interaksi dalam pasar tradisional. Ketiga penelitian tersebut menekankan pentingnya prinsip kerja sama dalam menciptakan

komunikasi yang efektif. Namun, penelitian ini menghadirkan kebaruan karena berfokus pada interaksi digital di platform TikTok yang memiliki karakteristik komunikasi berbeda: cepat, interaktif, dan visual. Oleh karena itu, artikel ini tidak hanya memberikan contoh konkret penerapan maksim dalam percakapan nonformal secara real-time, tetapi juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian pragmatik, serta kontribusi praktis bagi pelaku bisnis daring dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, adaptif, dan sesuai dengan karakteristik audiens digital masa kini.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik sebagaimana digunakan oleh Rahman et al. (2025). Analisis data mengacu pada teori prinsip kerja sama Grice yang pertama kali dikembangkan dalam karya *Logic and Conversation Grice (1975)*. Penjelasan mengenai empat maksim dalam prinsip kerja sama Grice yaitu maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara didasarkan pada uraian dalam karya Grice tersebut dengan tambahan referensi dari buku *Pragmatik: Teori dan Aplikasi* karya Marzuqi (2021) untuk memperkaya pemahaman teoritis. Teori ini digunakan untuk mengidentifikasi bentuk pemuatan dan pelanggaran maksim dalam komunikasi host pada sesi live streaming TikTok di akun resmi @wardahofficial.

Data primer berupa tuturan lisan host yang diperoleh melalui metode simak dan rekam layar (screen recording) secara acak pada tanggal 13–16 Juni 2025. Peneliti merekam cuplikan berdurasi sekitar dua menit dari beberapa sesi live, kemudian memilih tuturan yang relevan dengan fokus penelitian secara selektif agar tetap terarah. Analisis data ini melalui tahapan transkripsi, klasifikasi tuturan berdasarkan maksim Grice, dan analisis deskriptif terhadap konteks serta fungsi tuturan untuk menentukan bentuk pemuatan dan pelanggaran.

PEMBAHASAN

Pembahasan berikut menyajikan analisis bentuk pemuatan dan pelanggaran terhadap empat maksim kerja sama Grice yaitu maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara berdasarkan tuturan yang muncul dalam sesi live streaming TikTok pada akun resmi @wardahofficial. Analisis dilakukan dengan mempertimbangkan konteks tuturan, dan maksud penutur. Setiap maksim akan dijelaskan

secara terpisah untuk menunjukkan bagaimana prinsip kerja sama diterapkan atau dilanggar dalam interaksi digital yang bersifat persuasif dan interaktif.

A. Pematuhan Prinsip Kerja Sama

1. Maksim Kuantitas

Kategori kuantitas berkaitan dengan jumlah informasi yang perlu disampaikan dalam komunikasi. Grice (1975) menjelaskan bahwa penutur harus memberikan kontribusi informasi yang cukup sesuai kebutuhan, tidak kurang dan tidak lebih dari yang diperlukan untuk tujuan percakapan.

Data 1

Konteks: Audiens bertanya *shade* yang cocok untuk *tan skin*.

Audiens : *Kak, aku tan skin, warna spring, aku mau beli bedak taburnya kira-kira cocok shade apa ya?*

Host : *Kalau di sini kamu lebih ke tan skin ya sayangku ya, lagi cari bedak tabur ya ambil aja dari matteying powdernya wardah yaa, sebentar aku bantu sematkan dulu, nih kamu bisa ambil di etalase 89, etalasanya udah aku bantu smatkan, kalau kakaknya di sini lebih ke tan skin yaa kamu bisa ambil shadenya no 43W.*

Tuturan pada data 1 menunjukkan pematuhan terhadap maksim kuantitas karena host memberikan informasi yang cukup dan relevan sesuai pertanyaan audiens mengenai *shade* bedak tabur untuk kulit *tan*. Host menyebutkan nama produk, nomor *shade* (43W), serta lokasi etalase (etalase 89), sehingga memudahkan penonton menemukan produk tanpa perlu bertanya ulang. Informasi yang disampaikan tidak berlebihan maupun kurang, menunjukkan kepedulian host terhadap kebutuhan audiens dan upaya membangun komunikasi yang efisien dan meyakinkan untuk mendorong keputusan pembelian.

Data 2

Konteks: Audiens bertanya bedak tabur yang cocok untuk kulit kering.

Audiens : *Bedak tabur buat kulit kering kak.*

Host : *Kalau di sini kamu kulitnya kering, lagi cari bedak tabur ambil aja*

yang ada di etalase 89 sayang. Skin tone dan undertone kamu apa kakak eka, coba bantu komen lagi skin tone dan under tone kulit kakak eka itu apa, lebih ke neutral ke warm atau ke cool sayang. Nih etalasenya sudah aku bantu smatkan yaa sudah aku bantu smatkan ya untuk bedak taburnya.

Audiens : *Neutral ka.*

Host : *Kaka eka, kamu bisa ambil shade nomor 32N yaa, di etalase 89 yang sedang ajeng smatkan, ambil shade number 32N yaa.*

Tuturan pada data 2 menunjukkan pematuhan maksim kuantitas karena host memberikan informasi yang cukup sesuai dengan kebutuhan audiens. Meskipun tidak menyebutkan jenis bedak tabur secara eksplisit, host mengarahkannya ke etalase produk yang sesuai. Ia juga meminta audiens menyebutkan *skin tone* dan *undertone* sebelum merekomendasikan *shade*, agar saran lebih tepat. Dalam komunikasi *live*, tindakan ini mencerminkan upaya menjaga interaksi tetap efisien, responsif, dan mudah dipahami.

2. Maksim Kualitas

Maksim kualitas merupakan prinsip kerja sama kedua menurut Grice (1975) yang menekankan pentingnya menyampaikan informasi yang benar dan dapat dipercaya. Penutur diharapkan hanya mengatakan hal-hal yang diyakini benar dan didukung oleh bukti memadai, serta menghindari pernyataan yang salah atau tidak berdasar.

Data 3

Konteks: Audiens menanyakan usia yang cocok untuk menggunakan *day cream* Wardah Crystal Secret.

Audiens : *Day cream wardah crystal secret cocok untuk dari umur berapa?*

Host : *Bisa digunakan di usia 20 tahun ke atas ya.*

Tuturan data 3 menunjukkan pematuhan terhadap maksim kualitas karena host memberikan informasi yang diyakini benar dan tidak menyesatkan. Meski tidak semua produk mencantumkan batasan usia, host menyampaikannya berdasarkan panduan umum.

Host merupakan bagian dari toko resmi Wardah, sehingga informasi yang disampaikan harus akurat dan dapat dipertanggungjawabkan demi menjaga kredibilitas toko, sejalan dengan prinsip Grice.

Data 4

Konteks: Audiens menanyakan ketahanan produk Mois Dew Tint.

- Audiens : *Mois dew tint tahan lama gak?*
- Host : *Mois Dew Tint tahan lama sayang karena untuk ukuran liptint menurut aku dia tahan lama banget.*

Tuturan data 4 ini menunjukkan pematuhan maksim kualitas karena host memberikan jawaban yang dianggap benar dan dapat dipercaya berdasarkan pengalamannya sendiri “menurut aku dia tahan lama banget”. Ia tidak asal menjawab, tetapi menyampaikan penilaiannya secara jujur sesuai fakta versi dirinya, tanpa melebih-lebihkan secara tidak wajar. Agar audiens merasa yakin terhadap kualitas produk dan mendapatkan jawaban yang jujur serta meyakinkan, sehingga bisa meningkatkan kepercayaan dan kemungkinan membeli.

3. Maksim Relevansi

Maksim relevansi adalah prinsip kerja sama ketiga menurut Grice (1975) yang secara sederhana berbunyi “bersikaplah relevan.” Artinya, setiap ujaran yang disampaikan harus berkaitan langsung dengan topik pembicaraan.

Data 5

Konteks: Audiens ingin melihat warna lip cream Wardah nomor 03.

- Audiens : *Kak mau lihat lip cream Wardah 03.*
- Host : *Boleh sayang, kalau mau swatches ajeng bantu swatcheskan yaa. Nih shade number 03 warna kaya gini, tuh kelihatan gak warnanya number 03 kaya gini nih. Sudah dibantu swatches, besti boleh banget segerakan dipayment untuk shade number 03 nya yaa, dia lebih ke warna pink kalem ya kak ya.*

Data 5 menunjukkan pematuhan maksim relevansi karena host merespons langsung permintaan penonton dengan menyajikan *swatches* dan menjelaskan warna lip cream Wardah nomor 03 (pink kalem). Respons yang tepat dan sesuai konteks ini memenuhi kebutuhan informasi pembeli, membangun kepercayaan, dan mendorong keputusan pembelian dalam interaksi *live streaming*.

Data 6

Konteks: Audiens menanyakan perbedaan antara 1 jenis sunscreen Wardah dengan SPF 35 dan SPF 50.

- Audiens : *Kak apa bedanya sunscreen yang calming 35 sama 50.*
- Host : *Kaka, kalau misalnya SPF 35 biasanya digunakan untuk kamu yang aktivitasnya lebih banyak di dalam, kalau misalnya kakaknya dirasa aktivitasnya lebih banyak di luar ruangan bisa pakai yang SPFnya 50, tapi akan jauh lebih baik kalau misalnya temen-temen nih, kak ajeng aku aktivitasnya lebih banyak di dalam boleh ga pakai yang SPF 50, boleh banget jauh lebih baik kalau temen-temen ambil yang SPFnya 50 ya.*

Tuturan pada data 6 tersebut mematuhi maksim relevansi karena host telah memberikan informasi yang relevan, yaitu penjelasan mengenai perbedaan sunscreen SPF 35 dan SPF 50, termasuk penggunaan masing-masing jenis berdasarkan kondisi pemakaian. Penjelasan tersebut memiliki hubungan langsung dengan pertanyaan audiens, sehingga tetap fokus pada topik yang sedang dibahas. Dengan memberikan jawaban yang sesuai dan bermanfaat, host tidak hanya membantu audiens memahami produk, tetapi juga membangun kepercayaan yang dapat meningkatkan peluang penjualan.

4. Maksim Cara

Maksim cara merupakan prinsip kerja sama keempat menurut Grice (1975), yang tidak berfokus pada isi ujaran, melainkan pada bagaimana ujaran disampaikan. Supermaksimnya berbunyi “bersikaplah jelas,” yang diperinci dalam beberapa maksim seperti

menghindari kekaburan, menghindari ambiguitas, bersikap singkat, dan menyusun tuturan secara teratur agar mudah dipahami.

Data 7

Konteks: Audiens menanyakan letak etalase produk Lightening dari Wardah.

- Audiens : *Lightening etalase berapa kak?*
- Host : *Oke boleh aku bantu sematkan ya. Mau yang paketan atau satuan kak?*
- Audiens : *Satuan kak.*
- Host : *Oke udah aku bantu sematkan ya yang satuan.*

Tuturan di data 7 tersebut mematuhi maksim cara karena menghindari kalimat ambigu. Host merespons dengan menanyakan pilihan paket atau satuan karena terdapat perbedaan pada etalase produk, dan hal itu kemudian dijawab dengan jelas oleh penonton. Setelah mendapatkan jawaban, host langsung menindaklanjuti dengan menyematkan produk yang sesuai. Kepatuhan terhadap maksim ini menunjukkan bahwa host ingin memudahkan audiens dalam memahami informasi dan berbelanja dengan cepat dan tepat.

Data 8

Konteks: Audiens menanyakan cara membuka isi ulang (refill) cushion saat *live streaming* produk kosmetik.

- Penonton : *Cara bukanya gimana?*
- Host : *Kamu dorong aja beb, nih in ikan ada tulisannya push yang artinya dorong berarti tinggal didorong aja dari bawah ini tuh lepas, cara masangnya juga ininya tinggal dipasin aja dan ditekan udah gitu aja.*

Tuturan host pada data 8 tersebut mematuhi maksim cara karena ia memahami maksud pertanyaan penonton yaitu tata cara melepas dan memasang *refill cushion*. Host menjelaskan secara urut dengan mempraktekkan langsung. Hal ini host berusaha menyampaikan informasi secara tertata supaya penonton mudah memahami dan tidak bingung.

B. Pelanggaran Maksim

1. Maksim Kuantitas

Grice (1975) menjelaskan bahwa dalam maksim kuantitas, penutur harus menyampaikan informasi yang cukup, tidak kurang maupun berlebihan. Marzuqi (2021) menambahkan bahwa kekurangan atau kelebihan informasi dalam tuturan merupakan bentuk pelanggaran terhadap maksim ini.

Data 9

Konteks: Audiens menanyakan dari 2 jenis produk yang paling bagus.

- Audiens : *Bagusan BB Tint atau sunscreen tone up ya?*
- Host : *Dia beda produk saying, kalau sunscreen tone up dia masuknya skin care kalau BB tint masuknya ke make up, jadi sebelum kamu pakai BB tint kamu pakai sunscreen tone up dulu, Bahkan aku juga tadi sebelum pakai make up ini aku pakai sunscreennya yang ini. Kenapa akau pakai yang ini, karena ada kandungan pencerahnya plus juga dia udah dilengkapi dengan kandungan primer juga, jadi bisa bikin make up kamu jauh lebih tahan lama dan juga make upnya jauh lebih nempel lagi.*

Tuturan pada data 9 menunjukkan pelanggaran maksim kuantitas karena host memberikan informasi yang melebihi kebutuhan. Audiens hanya menanyakan perbandingan antara BB Tint dan sunscreen tone up, yang seharusnya cukup dijawab dengan penjelasan singkat tentang perbedaan fungsi keduanya. Namun, host menambahkan testimoni pribadi dan detail informasi produk yang tidak diminta, seperti manfaat kandungan dan hasil pemakaian. Informasi tambahan ini membuat jawaban menjadi berlebihan. Pelanggaran ini kemungkinan dilakukan sebagai strategi promosi untuk membujuk penonton membeli produk.

2. Maksim Kualitas

Pelanggaran maksim kualitas terjadi ketika penutur menyampaikan informasi yang tidak sesuai fakta atau tanpa dasar yang memadai. Grice (1975) menegaskan bahwa penutur

tidak boleh mengatakan sesuatu yang ia yakini salah atau menyampaikan informasi tanpa bukti yang cukup. Dalam beberapa kasus, pelanggaran ini dilakukan secara sengaja, di mana makna sebenarnya tidak terdapat dalam tuturan literal, melainkan tersirat dan dipahami melalui konteks.

Data 10

Konteks: Audiens menanyakan sunscreen untuk kulit yang mudah belang.

- Audiens : *Kak biar gak belang pakai sunscreen yang mana?*
- Host : *Kamu jenis kulitnya apa kakak gendhis, coba dibantu dikonfirmasi di kolom komentar.*
- Audiens : *Kering kayaknya.*
- Host : *Oke kalau memang kering berarti pakai sunscreennya yang warna biru yang aqua fresh di etalasenya 73.*

Pelanggaran maksim kualitas pada data 10 dilakukan oleh Audiens yang menjawab tidak yakin “kering kayaknya” saat ditanya jenis kulitnya. Ketidakpastian ini membuat informasi kurang dapat dipercaya dan dapat menyesatkan host dalam memberi rekomendasi. Hal ini menunjukkan bahwa penonton belum memahami jenis kulitnya, sehingga tidak mampu memberi informasi akurat untuk mendapatkan produk yang sesuai.

3. Maksim Relevansi

Grice (1975) menjelaskan bahwa dalam maksim relevansi, penutur harus memberikan kontribusi yang sesuai dengan konteks dan tujuan percakapan. Marzuqi (2021) menambahkan bahwa ketidaksesuaian topik dalam tuturan menunjukkan pelanggaran terhadap maksim ini.

Data 11

Konteks: Audiens menanyakan tentang produk di etalase nomor 64.

- Audiens : *Etalase 64 kakak.*
- Host : *Untuk etalase nomor 64 ada dari basic crystal secret. Kalau dirasa kakaknya ada permasalahan flek hitam, bekas jerawat, baru mau cobain skincare, saran dari ajeng mending ambilnya etalase nomor 66*

namanya ultimate brightening set. Untuk ultimate brightening set ini kakaknya dapat basic skincare itu dapatnya facial wash, moisturizer, serum, dan juga sunscreen ya kak yaa.

Pelanggaran maksim relevansi pada data 11 terjadi karena host tidak menjawab secara langsung pertanyaan penonton tentang etalase 64. Host justru mengalihkan pembahasan ke etalase 66. Dalam *live* TikTok, penonton biasanya sudah dapat melihat nama produk di etalase, sehingga pertanyaan semacam itu umumnya bertujuan untuk meminta penjelasan lebih lanjut. Tanggapan host yang kurang sesuai membuat informasi yang diberikan tidak relevan dengan kebutuhan penonton. Pelanggaran ini kemungkinan terjadi karena host ingin mengarahkan pembelian ke produk lain yang sedang dipromosikan.

4. Maksim Cara

Grice (1975) menjelaskan bahwa dalam maksim cara, penutur harus menyampaikan tuturan secara jelas, teratur, dan bebas dari ambiguitas. Marzuqi (2021) menambahkan bahwa penggunaan kata-kata yang membingungkan atau istilah yang tidak tepat dapat menunjukkan pelanggaran terhadap maksim ini.

Data 12

Konteks: Audiens bertanya *shade cushion* yang cocok untuk *cool undertone*.

- Penonton : *Cushion untuk neutral cool undertone yang mana bagusnya kak?*
 Host : *Skin tone apa kakak kalau skin tone nya light pakai 11C.*
 Penonton : *Tadi apa kak, 11C?*
 Host : *Kalau kulitnya putih pakai 11C.*
 Penonton : *Kulit aku cerah kak bukan putih.*

Tuturan pada data 12 menunjukkan pelanggaran maksim cara saat audiens mengonfirmasi, “Tadi apa kak? 11C?”, dan host menjawab, “Kalau kulitnya putih pakai 11C.” Istilah “putih” membingungkan karena bersifat ambigu dan tidak sesuai dengan klasifikasi teknis warna kulit dalam kosmetik. Audiens lalu merespons, “Kulit aku cerah kak, bukan putih,” yang menandakan ketidaksesuaian pemahaman. Pelanggaran ini terjadi karena

penjual menggunakan istilah kurang tepat dan tidak jelas, diperparah oleh situasi komunikasi yang cepat dalam siaran langsung. Penjual tidak sempat mengoreksi ucapannya karena komentar pembeli tertutup oleh komentar lain, sehingga komunikasi tidak berlangsung optimal.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip kerja sama Grice masih relevan dalam interaksi jual beli digital melalui live streaming TikTok pada akun @wardahofficial. Host dominan mematuhi keempat maksim untuk menyampaikan informasi secara cukup, jelas, dan persuasif demi mendorong transaksi. Pelanggaran maksim juga ditemukan, terutama sebagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian atau mengarahkan fokus audiens dan bisa dikarenakan banyaknya komentar yang harus dijawab. Dalam penelitian ini pelanggaran maksim kualitas dilakukan oleh penonton yang ragu terhadap kondisi pribadinya. Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu di konteks jual beli langsung, dengan kebaruan pada penerapan pragmatik di media digital yang interaktif dan visual. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian pragmatik serta manfaat praktis bagi pelaku bisnis daring dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif. Kelebihannya terletak pada penggunaan data autentik dari interaksi alami di TikTok. Namun, keterbatasan pada satu akun dan periode waktu tertentu membuat hasil bersifat kontekstual. Oleh karena itu, kajian lebih lanjut dengan cakupan data yang lebih beragam dan pendekatan yang lebih luas dapat memperdalam pemahaman terhadap dinamika pragmatik dalam komunikasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2018). SeBaSa: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia ANALISIS TINDAK TUTUR PADA WAWANCARA PUTRA NABABAN DAN PRESIDEN PORTUGAL (KAJIAN PRAGMATIK). *SeBaSa: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1), 27–38. <http://juprimalino.blogspot.com/2011/06/tindaktutur-lokusi-ilokusi->
- Aprilia Maharani, et al. (2025). Analisis Implikatur Percakapan pada Komik Digital “Pupus Putus Sekolah” Karya Kurnia Harta Winata (Maharani et al.). *CARONG JURNAL PENDIDIKAN, SOSIAL DAN HUMANIORA*, 1(4), 730–742. <https://doi.org/10.62710/8jczps51>

- Bala, A. (2022). Kajian Tentang Hakikat, Tindak Tutur, Konteks, dan Muka Dalam Pragmatik. *Jurnal Retorika*, 3(1), 36–45.
- Balqistiah Rasta, B., & Sumardijati. (2024). Komunikasi Persuasif dalam Fitur TikTok Live Streaming pada Perilaku Impulsive Buying Generasi Z. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(9), 9679–9687. <http://Jlup.stkipyapisdompou.ac.id>
- Fadli, I., & Kasmawati. (2020). Maksim Kerja Sama Berbahasa Model Grice dalam Peristiwa Tutur Di Pasar Tramo Kabupaten Maros: Kajian Pragmatik. *IDIOMATIK Jurnal Pendidikan Bahasa dan sastra Indonesia*, 3(2), 67–72.
- Grice, H. P. (1975). Grice_H_P_Logic_and_Conversation. Dalam P. M. J. L. Cole (Ed.), *Syntax and Semantics, volume 3: Speechs Acts* (Vol. 3, hlm. 41–58). Academic Press.
- Irene Githa Sihombing, C. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Interaksi Penjual Pembeli Live TikTok Kajian (Pragmatik Searle). *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan dan bahasa*, 1(3), 321–328. <https://doi.org/10.62383/dilan.v1i3.578>
- Jacob, D. R. (2024). Live Streaming TikTok Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Skincare. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 277–284. <https://doi.org/10.35870/jti>
- Kumala Suri, N., Noviyanti, S., & Tri Agustina, A. (2024). mrizal1,+111.+JRPP+NURAINI+DAN+ANGGI. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4), 17676–17628. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Loka, P. (2021). PEMATUHAN DAN PELANGGARAN PRINSIP KERJA SAMA PADA TUTURAN JUAL BELI DI PASAR BURUNG SOROGENEN DI KOTA PEKALONGAN. *KONFERENSI ILMIAH PENDIDIKAN UNIVERSITAS PEKALONGAN 2021*, 723–736. <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/kip>
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., Lazuardi, J., & Komunikasi, P. I. (2020). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *KAMPRET Journal*, 1(2), 1–10. www.plus62.isha.or.id/index.php/kampret
- Marzuqi, I. (2021). *Pragmatik: Dari Teori, Pengajaran, hingga penelitiannya* (3 ed.). CV. Pustaka Ilalang Group.
- Monicha, A., Sania, F., & Febriana, P. (2023). Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. *CONVERSE: Journal Communication Science*, 1(1), 37–48.
- Pratiwi, D., & Kurnia Assidik, G. (2022). MAKSIM KUANTITAS DAN MAKSIM KUALITAS SERTA IMPLIKATURNYA PADA TAYANGAN MATA NAJWA EPISODE “IRONI HARI-HARI INI.” *SEBASA Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 290–307. <http://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/sbs>
- Rahman, Rr. B. A., & Suhandano. (2025). TINDAK TUTUR DIREKTIF DALAM WACANA JUAL BELI ONLINE DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @WARDAHOFFICIAL. *Stilistika : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Seni*, 13(2), 232–245. <https://doi.org/10.59672/stilistika.v13i2.4642>
- Safar, M., & Hamsa, A. (2022). Prinsip Kerja Sama Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Palakka Kecamatan Palakka Kabupaten Bone: Kajian Pragmatik. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5), 5173–5186.

Zani, Y. (2022). Penerapan Prinsip Kerja Sama Pada Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Simpang Bata Kota Jambi. *DIKBASTRA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(2), 30–40. <https://doi.org/10.22437/dikbastra.v5i2.26289>