

Tindak Tutur Direktif dalam Interaksi Jual Beli di Toko Helm Riza

Nuriza Priwardani¹, Gallant Karunia Assidik²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Surakarta

Received: 2022-9-9 | Reviewed: 2022-11-14 | Accepted: 2023-5-10

DOI : [10.29408/sbs.v6i1.6513](https://doi.org/10.29408/sbs.v6i1.6513)

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis tindak tutur direktif yang terdapat dalam interaksi jual beli di toko helm Riza, kemudian mendeskripsikan fungsi tindak tutur direktif yang terdapat dalam interaksi jual beli di toko helm Riza. Jenis penelitian ini deskriptif-kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) untuk mengkaji tindak tutur direktif dalam interaksi jual beli. Data berupa *direct voice action* dalam interaksi jual beli di toko helm Riza. Sumber data berupa informasi tuturan pembicaraan jual beli yang dikumpulkan dan pilih. Teknik analisis data yaitu mengumpulkan data rekaman, mengidentifikasi, menganalisis. Hasil penelitian ditemukan ada tiga jenis tindak tutur direktif pada interaksi jual beli di toko helm Riza. Pertama, tindak pertanyaan (2 data), meminta (5 data), dan perintah (1 data). Kedua, ditemukan 2 fungsi tindak tutur direktif yaitu fungsi memohon dan menekan.

Keywords

Tindak Tutur, Direktif, Jual beli, Interaksi

Corresponds email

A310180164@student.ums.ac.id

PENDAHULUAN

Bahasa dalam kehidupan manusia memiliki peranan penting yaitu sebagai alat komunikasi antara pembicara dan pendengar atau penulis kepada pembaca. Fenomena bahasa yang terjadi dalam peristiwa tutur interaksi jual beli di toko helm Riza sangat unik untuk dikaji. Dalam peristiwa tutur interaksi jual beli di toko helm Riza banyak ditemukan tindak tutur direktif. Tindak direktif merupakan tindak tutur yang bertujuan agar mitra tutur melakukan tindakan sesuai dengan kehendak penutur (Triwahyuni et al., 2019).

Interaksi antara pedagang dan pembeli yang menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi disebut tindak tutur, dan jenis tindak tutur tersebut berbeda-beda. Transaksi yang dilakukan dalam jual beli menciptakan komunikasi yang unik dan khas (Pratiwi, 2019). Komunikasi adalah hubungan antara dua orang yang tidak saling mengenal, belum pernah bertemu, tetapi mampu berdagang bahkan berjalan (Akbar, 2018). Tuturan yang terjadi dalam proses jual beli juga memiliki berbagai fungsi, antara lain menunjukkan, menjelaskan, merujuk, bertanya, merekomendasikan, menawarkan, menolak, menyetujui, dan berterima kasih (Nurjannah et al., 2021).

Penggunaan bahasa akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan (Sari, 2018). Salah satu bentuk fungsi berbahasa sebagai alat komunikasi adalah munculnya suatu tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dan lawan tutur (Widayanti & Kustinah,

2019). (Murti et al., 2018) menyatakan bahwa tindak tutur diklasifikasikan menjadi tiga jenis tindak tutur, katiga jenis tindak tutur tersebut terdiri dari (1) tindak tutur lokusi, (2) tindak tutur ilokusi, dan (3) tindak tutur perlokusi. Salah satu kajian dari tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur ekspresif. (Ardianto, 2013) dalam (Nugraha & Sulistyaningrum, 2019) tuturan ekspresif merupakan bagian dari tindak tutur ilokusi, tindak tutur ekspresif adalah tuturan untuk mengekspresikan, memberitahukan sikap psikologi penutur kepada mitra tutur, misalnya mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat, meminta maaf, mengkritik, memuji dan mengajak. Tindak tutur sebagai salah satu bentuk komunikasi antara penutur dan mitra tutur adalah tindakan berbahasa yang memiliki daya untuk menginformasikan, memerintah ataupun mengekspresikan psikologis penutur (Kusmanto, 2019).

Tindak tutur yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah jenis tindak tutur direktif. Prayitno (2011:40) dalam (Yunus, 2019) menjelaskan bahwa tindak tutur direktif adalah jenis tindak tutur yang dipakai oleh penutur untuk menyuruh orang lain melakukan sesuatu. Jenis tindak tutur ini menyatakan apa yang menjadi keinginan penutur. Ada enam bentuk dan fungsi tindak tutur direktif, yakni perintah, nasihat, larangan, ajakan, permintaan, dan kritikan. Tindak tutur merupakan unsur pragmatik yang melibatkan pembicara (penutur) dan pendengar atau penulis dan pembaca (Widayanti & Kustinah, 2019).

Dalam penelitian bahwa tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dilakukan penutur dengan tujuan menghasilkan efek berupa tindakan yang dilakukan oleh penutur hal ini juga dijelaskan oleh (Ardianto, 2013) dalam (Masran, 2020) Tindak tutur direktif juga dapat diartikan sebagai tindak tutur yang digunakan oleh penutur untuk memerintahkan mitra tuturnya melakukan apa yang diinginkan oleh penutur, (Erlis et al., 2014). Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur direktif dianggap sebagai tindak tutur yang dimaksudkan agar penutur melakukan suatu tindakan sebagaimana yang diinginkan oleh penutur melalui ujarannya. Tuturan-tuturan yang dimaksud dapat berupa memaksa, memohon, menyarankan, meminta, mendesak, menyuruh, dan sejenisnya.

Dapat ketahu bersama bahwa tindak tutur itu dapat dilakukan oleh siapa saja, tidak terkecuali oleh penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli merupakan orang yang melakukan transaksi jual beli (Muzekki, 2015). Sejatinnya di dalam suatu proses transaksi jual beli senantiasa timbul suatu bentuk interaksi sosial antara penjual dan pembeli sependapat dengan (Imam Baehaqie, 2015) dan (Saifudin, 2019) . Interaksi sosial yang terjalin di antara keduanya itu

menimbulkan terjadinya suatu peristiwa tutur, yang di dalamnya terdapat suatu bentuk tindak tutur (Susanto & Rahayu, 2014). Penelitian ini mengambil objek penjual dan pembeli karena tuturan yang terjadi antara penjual dan pembeli itu lebih banyak jika dibandingkan dengan yang lain. Hal tersebut karena mereka lebih banyak melakukan interaksi dengan orang lain sehingga tuturan yang dihasilkan pun lebih bervariasi.

Ketika proses transaksi jual beli itu berlangsung di dalam sebuah toko, komunikasi yang terjalin di antara penjual dan pembeli pun pastinya menghasikan berbagai macam tuturan (Widayanti & Kustinah, 2019). Tuturan yang terjalin di antara keduanya senantiasa mempunyai maksud dan tujuan, baik itu dari pihak penjual maupun dari pihak pembeli (Kalbuadi, 2015). Hal tersebut terbukti ketika peneliti berbelanja di sebuah toko helm Riza yakni toko yang terdapat di desa peneliti, yakni di Desa Kedungan, Kecamatan Pedan, Kabupaten Klaten. Ketika itu peneliti mendengar pembicaraan antara penjual dan pembeli di toko tersebut. Dari pembicaraan yang peneliti dengar, tampak adanya suatu bentuk tindak tutur dalam percakapan tersebut.

Setiap penjual pasti akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli. Terutama dengan pembeli yang belum pernah kami temui, kami pastikan untuk menegosiasikan aktor suara yang baik melalui pesan obrolan pribadi (Oktavia et al., 2020). Tujuannya untuk menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli sehingga pembeli dapat berbelanja dengan tenang. Kenyamanan mengarah pada kepercayaan. Karena penjualan dilakukan oleh penjual dan pembeli dari kejauhan, berbicara dengan baik dalam percakapan bisa sangat berpengaruh dalam mempercayai produk yang ditawarkan oleh penjual dan akhirnya membelinya (Pratiwi, 2019). Tindak tutur juga memerlukan pemahaman konteks. Konteks suatu tuturan sangat mempengaruhi makna dan pesan yang terkandung dalam suatu tindak tutur. Tindak tutur dalam jual beli karena itu tidak hanya unik dan khas, tetapi juga mencakup hubungan sosial antara penjual dan pembeli seperti kesepakatan, kerjasama, mediasi, dan toleransi, dan oleh karena itu diberikan pertimbangan (Devi & Utomo, 2021).

Penelitian terdahulu yang relevan yaitu; Khasanah (2015) dalam (Fauzia et al., 2019) dalam jurnal yang berjudul “Tindak Tutur Direktif dalam naskah ketoprak “Bedhah Pati”” karya Setya Amrih Prasaja, S.S. Penelitian tersebut bertujuan mendiskripsikan jenis tindak tutur direktif yang terdapat dalam naskah ketoprak “Bedhah Pati” karya Setya Amrih Prasaja, SS. Sumber daya yang digunakan dalam penelitian Khasanah adalah naskah ketoprak “Bedhah Pati” karya Setya Amrih Prasaja, SS, sedangkan penelitian ini menggunakan sumber data bahasa para pembicara yang

terlibat dalam diskusi *Indonesia Lawyers Club*. Khasanah meneliti tentang jenis tindak direktif, sedangkan penelitian ini meneliti tindak ilokusi. tindak ilokusi tersebut berisi tindak asertfi, direktif, ekspresif, komisif, dan daklaratif. Hasil penelitian Khasanah bahwa naskah ketoprak “Bedhah Pati” karya Setya Amrih Prasaja, SS mengandung tindak direktif antara lain tindak direktif memaksa, tindak direktif mengajak, tindak direktif meminta, tindak direktif menyuruh, tindak direktif mendesak, tindak direktif menantang, tindak direktif memerintah, tindak direktif memohon, tindak direktif menyarankan, dan tindak direktif memberikan aba-aba.

Penelitian kedua milik Yunus (2019) berjudul “Tindak Tutur Interaksi Jual Beli Di Pasar Lama Banjarmasin” bertujuan mengetahui tindak tutur apa saja yang dipakai dalam berinteraksi di Pasar Lama Banjarmasin. Penelitian menggunakan metode kualitatif-deskriptif, dengan membuat deskripsi yang sistematis mengenai data yang diteliti. Penulis melaksanakan metode ini dengan cara mengamati, ikut berperan serta melakukan wawancara dan mencatat tuturan-tuturan yang diujarkan oleh si penjual dan si pembeli yang sedang melakukan transaksi. Hasil dari penelitian ini bahwa tindak tutur yang dipakai dalam interaksi jual beli di Pasar Lama Banjarmasin yaitu tindak tutur representatif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Tindak tutur yang paling dominan yang terdapat dalam interaksi jual beli di Pasar Lama Banjarmasin adalah tindak tutur direktif (pertanyaan, memohon, menyuruh, menentang dan lain-lain).

Penelitian terakhir milik Masran (2020) berjudul “Strategi Pedagang Dalam Menawarkan Barang Dagangannya: Analisis Tindak Tutur Jual Beli di Pasar Grosir Sumatera Barat” bertujuan mendeskripsikan fenomena linguistik *speech act* dalam menawarkan barang dagangan. Hasil penelitian menunjukkan penjual mempunyai strategi dalam menawarkan dagangannya. Selain itu strategi yang digunakan juga berbeda-beda antara pedagang satu dengan yang lainnya. perbedaan itu didasarkan oleh konteks dan pembeli. Keberhasilan dalam proses jual beli diukur dari strategi yang digunakan karena strategi itu bersifat mengajak atau mempengaruhi. Adapun strategi yang ditemukan dalam tuturan yang digunakan penjual Pasar Grosir Pasar Alahan Panjang, Kab. Solok Sumatera Barat antara lain bertanya, menawarkan, memberikan informasi dan meminta.

Dari ketiga penelitian relevan diatas, penelitian ini difokuskan pada memanfaatkan situasi dalam kondisi sebagai sumber penelitian yaitu interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli yang berpusat pada tindak tutur direktif. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tindak Tutur Direktif Dalam Interaksi Jual Beli di Toko Helm Riza”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan metode analisis isi (*content analysis*) untuk mengkaji tindak tutur direktif dalam interaksi jual beli di toko helm riza. Mahsun (2012:257) dalam (Murti et al., 2018) menyatakan bahwa penelitian kualitatif fokusnya pada penunjukan makna, deskripsi, penjernihan, dan penempatan data pada konteksnya masing-masing dan sering sekali melukiskannya dalam bentuk kata-kata dari pada angka-angka. Dalam hal ini peneliti mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat serta secara mendalam mengenai fakta-fakta untuk mendukung penyajian data.

Data untuk penelitian ini adalah *direct voice action* dalam interaksi jual beli di toko helm Riza. Sumber data penelitian ini adalah informasi atau bahan yang disampaikan oleh pembicara dalam proses jual beli yang perlu peneliti cari, kumpulkan dan pilih, baik lisan maupun tulisan.

Teknik triangulasi digunakan dalam mencari sumber. Dalam hal ini intinya adalah membandingkan dan memverifikasi tingkat keandalan informasi. Data dan catatan yang diperoleh dari hasil menyimak yang diperoleh tindak tutur penjual dan pembeli berupa suara/ucapan langsung yang sedang diselidiki.

Analisis data menggunakan padan pragmatis, menurut Sugiyono (2017:224), “karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian”. Tanpa pengetahuan teknik pengumpulan data, peneliti tidak dapat memperoleh data yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (Megawati, 2016). Data dan catatan yang diperoleh dari hasil menyimak yang diperoleh tindak tutur penjual dan pembeli berupa suara/ucapan langsung yang sedang diselidiki. Prosedur penelitian yang berhubungan dengan pengumpulan data penelitian meliputi: Mengidentifikasi data tuturan tindak tutur dan mengkategorikannya berdasarkan area masalah dan tujuan penelitian, mengklasifikasi audio data, dan terakhir analisis data tindak tutur berdasarkan data tuturan informan penjual dan pembeli.

PEMBAHASAN

Tindak tutur direktif merupakan jenis tindak tutur yang digunakan oleh penutur kepada mitra tutur untuk menghendaki apa yang diinginkan oleh si penutur. Tindak tutur direktif merupakan respon yang timbul dari mitra tutur atau biasa dikatakan efek mitra tutur. Efek yang

timbul dari mitra tutur bermacam-macam, ada yang berupa penolakan atau persetujuan. Hal tersebut sesuai dengan cara bagaimana si penutur dapat meyakinkan mitra tutur.

1. Tindak Tutur Pertanyaan

Penggunaan kata pertanyaan atau kalimat yang di dalam kalimatnya terkandung unsur perintah yang ingin dikehendaki oleh penutur.

Data 1

Pb: Berapa mbak? (harga helm takira berapa)

Pj: 150 pak

Pb: pasnya berapa?(harga pasnya berapa)

Pj: ya,dipotong 5rb pak 145

Pb: yaudah yang ini aja mbak takira

Kata pertanyaan yang digunakan oleh pembeli, merujuk kalimat pertanyaan yang pada dasarnya umum. Data tersebut merupakan kalimat tanya yang sifatnya umum, jawabannya pun hanya se-kata dengan pertanyannya. Misalnya hanya memerlukan jawaban “nominal”. Seperti halnya dengan kalimat yang digunakan pembeli. Yakni memberikan pertanyaan yang sangat umum, dengan bertanya “berapa mbak?” dengan kata “berapa” Merujuk pada kalimat tanya yang memerlukan jawaban. Pada dasarnya kalimat tanya yang digunakan dalam jenis tindak tutur direktif merupakan kalimat tanya yang memberikan pertanyaan guna mitra tutur memberikan informasi atau jawaban.

Data 2

Pb: mbak ada kaca google?

Pj: ada mas

Pb: berapa mbak?

Pj: 150 pak,gimana?

Pb: yaudah mbak, tanya dulu aja

Sama halnya dengan data pertama, kedua data tersebut merupakan suatu tindak pertanyaan yang sering ditanyakan kepada penjual. Data tersebut merujuk pada fungsi pertanyaan karena pembeli memerlukan jawaban dari penjual. Fungsi pertanyaan yang bahwasannya penutur mengatakan kepada mitra tutur untuk mendapatkan informasi tertentu. Dari pertanyaan yang dilontarkan pembeli juga mengandung makna mngetahui informasi tersebut.

2. Tindak Tutur Meminta

Data 3

Pb: mbak ada kaca ori ink centro?

Pj: ada mbak harganya 100

Pb: langsung dipasangin sekalian ya mbak

Pj: iya

Data tersebut menunjukkan bahwa pembeli menggunakan jenis tindak tutur direktif. Data di atas terlihat pada kalimat “langsung dipasangin sekalian ya mbak” pada kalimat tersebut pembeli meminta penjual untuk memasang kaca helm. Dengan mengekspresikan kalimat seperti itu, terkadang pembeli menghendaki tuturan yang dismapaiakn oleh penjual, dengan cara memilih pada saat proses pemilihan. Penutur tidak mengharap kepatuhan sedemikian rupa, penutur mengaharap warga nantinya akan menajdikan penjual sebagai pilihan alternatif untuk dipasangkan atau tidak kaca helmnya.

Data 4

Pb: mbak mau ganti kaca helm bisa?

Pj: bisa bu, helmnya apa?

Pb: ini mbak VOG

Pj: iya bu, harga kacanya 40

Pb: gaboleh kurang mbak?

Pj: udah pas buk harganya

Pb: yaudah mbak yang warna putih ya mbak

Pj: iya bu

Data diatas merupakan suatu perwujudan tindak meminta, fungsi menekan. Data tersebut merujuk pada “gaboleh kurang mbak?” merupakan suatu penekanaan kata. Fungsi menekan sendiri merupakan suatau ekspresi sikap penutur kepada mitra tutur dengan tekanan atau desakan supaya mitra tutur melakukan apa yang dikehendaki oleh penutur.

3. Tindak Tutur Perintah

Kata perintah merupakan suatu kata yang berisi suruhan atau intruksi kepada mitra tutur supaya mitra tutur melakukan apa yang ingin dikehendaki oleh penutur.

Data 5

Pb: mbak spion

Pj: motornya apa mas?

Pb: yamaha mbak

Pj: ini mas untuk yamaha

Pb: berapa mbak?
Pj: yang kecil 30 yang besar 40 mas
Pb: yang kecil aja mbak, gaboleh kurang mbak?
Pj: udah pas mas
Pb: yaudah sekalian dipasang ya mbak
Pj: iya mas

Data diatas merupakan tindak perintah, yang digunakan pembeli. Data tersebut merupakan perwujudan tindak perintah. Kata atau kalimat yang merujuk pada tindak perintah yakni “yaudah sekalian dipasang ya mbak” pada kalimat yaudah sekalian diasang, itu termasuk tindak perintah, seperti halnya memerintah mitra tutur untuk bertindak. yang ingin dikhendaki oleh penutur. Seperti pembahasan sebelumnya baawasannya tindak perintah yakni ekspresi keinginan, harapan kepada mitra tutur.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang jenis dan fungsi tindak tutur direktif dalam interaksi jual beli di toko helm Riza, ditemukan ada tiga jenis tindak tutur direktif pada interaksi jual beli di toko helm Riza. Pertama, tindak pertanyaan (2 data), meminta (5 data), dan perintah (1 data). Kedua, ditemukan 2 fungsi tindak tutur direktif yaitu fungsi memohon dan menekan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2018). Analisis Tindak Tutur Pada Wawancara Putra Nababan dan Presiden Portugal (Kajian Pragmatik). *SeBaSa*, 1(1), 27–38.
<http://juprimalino.blogspot.com/2011/06/tindaktutur-lokusi-ilokusi->
- Ardianto. (2013). Tindak Tutur Direktif Guru dalam Wacana Interaksi Kelas Anak Tunarungu. *LITERA*, 12(1), 25–34.
- Devi, R. P. I., & Utomo, A. P. Y. (2021). Tindak tutur Ilokusi Pada Interaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Bandarjo Ungaran Dalam Kajian Pragmatik. *RIKA BAHASA*, 6(2), 185–196.
- Erlis, E., Juita, N., & Basri, I. (2014). Tindak Tutur Direktif Guru Dalam Kegiatan Muhadarah di MTsN Lubuk BuayaKota Padang. *Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pembelajaran*, 2(3).
- Imam Baehaqie, S. (2015). Tuturan Direktif Dalam Wacana Motivasi Darwis Tere Liye Di Media Sosial Facebook Dan Kemungkinan Efek Yang Ditimbulkannya. *Jurnal Sastra Indonesia*, 4(1),

1–12.

- Kalbuadi, P. (2015). *Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam* [UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA].
<https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Kusmanto, H. (2019). Tindak Tutur Ilokusioner Ekspresif Plesetan Nama Kota di Jawa Tengah: Kajian Pragmatik. *JP-BSI (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 4(2), 127.
<https://doi.org/10.26737/jp-bsi.v4i2.1036>
- Masran, S. (2020). Strategi Pedagang Dalam Menawarkan Barang Dagangannya: Analisis Tindak Tutur Jual Beli di Pasar Grosir Sumatera Barat. *Ensiklopedia of Journal*, 2(5), 13–18.
- Murti, S., Nisai Muslihah, N., & Permata Sari, I. (2018). Tindak Tutur Ekspresif dalam Film Kehormatan di Balik Kerudung Sutradara Tya Subiakto Satrio. *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, Dan Asing*, 1(1), 17–32.
<https://doi.org/10.31540/silamparibisa.v1i1.7>
- Muzekki, S. (2015). *Tindak Tutur Ilokusi Dalam Interaksi jual Beli Sapi di Madura*.
- Nugraha, D. S., & Sulistyningrum, S. (2019). Tindak Tutur Direktif Dalam Iklan Layanan Masyarakat Di Media Televisi Serta Kemungkinan Efeknya. *Jurnal Sastra Indonesia*, 7(1), 10–20. <https://doi.org/10.15294/jsi.v7i1.29812>
- Nurjannah, Martisa, E., Saerudin, S., Putra, A., Budaya, F. I., & Oleo, U. H. (2021). Tindak tutur ilokusi dalam transaksi jual beli online di kota kendari. *SESHISKI*, 1(2), 132–143.
- Oktavia, S., Suwandi, S., & Setiawan, B. (2020). Directive Speech Act in Interactive Videos of Indonesian Language Learning in Senior High School. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(11), 157. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i11.2163>
- Pratiwi, R. A. (2019). Cara Penjual dan Pembeli Bertindak tutur Direktif Dalam Percakapan di Forum Jual Beli Situs pasar Online Kaskus. *Etnolingual*, 3(2), 131–141.
- Saifudin, A. (2019). Teori Tindak Tutur Dalam Studi Linguistik Pragmatik. *LITE*, 15(1).
- Sari, R. I. (2018). Bentuk Tuturan Direktif Pada Guru Dalam Situasi Pembelajaran Bahasa Indonesia Siswa Kelas X Man Malang 1. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 3(1), 79. <https://doi.org/10.22219/kembara.vol3.no1.79-97>
- Susanto, D. A., & Rahayu, P. M. (2014). Analisis Pragmatik Dalam Penggunaan Bahasa Iklan Di Surat Kabar the Jakarta Post Online. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, Dan Budaya*, 4(1), 12–21. <https://doi.org/10.26714/lensa.4.1.2014.12-21>

- Triwahyuni, S., Rusminto, N. E., & Mustofa, A. (2019). Tindak Tutur Komisif Penjual dan Pembeli di Pasar Tradisional Gunung Batu Tanggamus. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya) Januari*, 1–19.
- Widayanti, S. R., & Kustinah. (2019). Analisis Pragmatik pada Fungsi Tindak Tutur dalam Film Karya Walt Disney. *Prasasti: Jurnal of Linguistics*, 4(2), 180–185.
- Yunus, M. (2019). Tindak Tutur Interaksi Jual Beli Di Pasar Lama Banjarmasin. *Dealektik*, 1(1), 15–20.