

**TINDAK TUTUR PERSUASIF BAHASA MAKASSAR
DI KABUPATEN JENEPONTO**



SKIRPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana Sastra
pada Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

Oleh

SERLIANA

Nomor Pokok : F 5 1 1 1 6 0 0 3

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2021

SURAT PERSETUJUAN

Sesuai dengan surat penugasan Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin Nomor: 602/UN4.9.1/KEP/2020. Pada tanggal 13 Januari 2021, dengan ini kami menyatakan menerima dan menyetujui skripsi yang berjudul **“Tindak Tuter Persuasif Bahasa Makassar di Kabupaten Jeneponto”**.

Makassar, 13 Januari 2021

Konsultan I



Dr. Gusnawaty, M. Hum.
NIP 196512311989032002

Konsultan II



Sumarlin Rengko HR, S.S., M. Hum.
NIP 198101242019043001



Disetujui untuk diteruskan
kepada Panitia Ujian Skripsi a.n. Dekan Fakultas Ilmu Budaya Unhas

Ketua Departemen Sastra Daerah



Dr. Muhlis Hadrawi, M.Hum.
NIP 197012311998031078

SKRIPSI

Tindak Tutur Persuasif Bahasa Makassar di Kabupaten Jeneponto

Disusun dan Diajukan Oleh:

SERLIANA

Nomor Pokok: F51116003

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Pada Tanggal 13 Januari 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

**Menyetujui
Komisi Pembimbing**

Konsultan I



Dr. Gusnawaty, M. Hum.
NIP 196512311989032002

Konsultan II




Sumarlin Rengko HR, S.S., M. Hum.
NIP 198101242019043001

**Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin**



Prof. Dr. Akin Duli, M.A
NIP. 196407161991031010

**Ketua Departemen Sastra Daerah
Fakultas Ilmu Budaya**



Dr. Muhlis Hadrawi, M. Hum
NIP. 197012311998031078

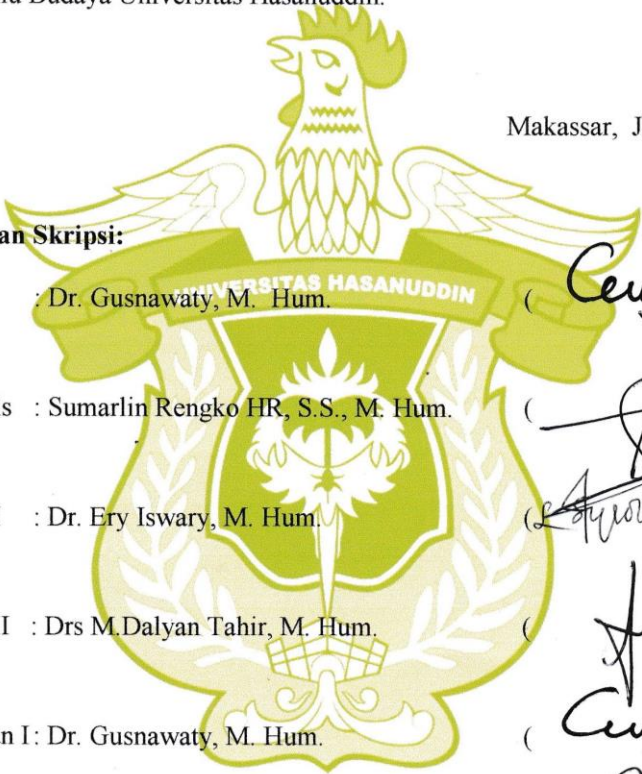


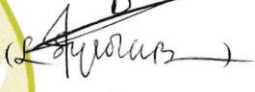

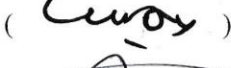
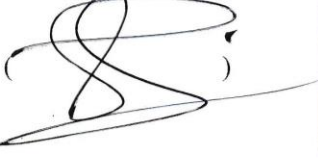
UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU BUDAYA

Pada hari Rabu tanggal 13 Januari 2021, Panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul **“Tindak Tutur Persuasif Bahasa Makassar di Kabupaten Jeneponto”** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Departemen Sastra Daerah Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, Januari 2021

Panitia Ujian Skripsi:

- 
1. Ketua : Dr. Gusnawaty, M. Hum. ()
 2. Sekretaris : Sumarlin Rengko HR, S.S., M. Hum. ()
 3. Penguji I : Dr. Ery Iswary, M. Hum. ()
 4. Penguji II : Drs M.Dalyan Tahir, M. Hum. ()
 5. Konsultan I: Dr. Gusnawaty, M. Hum. ()
 6. Konsultan II : Sumarlin Rengko HR, S.S., M. Hum. ()

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Serliana

Nomor Induk Mahasiswa : F51116003

Program Studi : Sastra Bugis-Makassar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan plagiasi tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Januari 2021

METERAI
TEMPEL
649B6AHF837300357
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Yang menyatakan
Serliana
Serliana



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku yang kuhormati ibu Saria dan ayah Hambali, amat sangat kusayangi kedua adik tercinta Fery Hamzah dan Sri Hastuti yang telah membantu dalam proses penelitian. Persembahan ini juga untuk almamaterku, Universitas Hasanuddin, semoga skripsi ini merupakan pintu pembuka rezeki yang tiada memiliki batas.

Serliana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR SIMBOL DAN SINGKATAN.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
KATA PENGANTAR	xv
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
<i>A. Latar Belakang Masalah</i>	<i>1</i>
<i>B. Identifikasi Masalah</i>	<i>5</i>
<i>C. Batasan Masalah.....</i>	<i>6</i>
<i>D. Rumusan Masalah.....</i>	<i>6</i>
<i>E. Tujuan.....</i>	<i>7</i>
<i>F. Manfaat.....</i>	<i>7</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
<i>A. Pragmatik</i>	<i>8</i>
1. Tindak Tutar.....	9
a. Tindak Tutar Lokusi	9
b. Tindak Tutar Ilokusi	9
c. Tindak Tutar Perlokusi	10
d. Tindak Tutar Ilokusi Searle.....	11
1. Asertif	11
2. Direktif.....	11
3. Komisif	12

4. Ekspresif	12
5. Deklaratif	12
<i>B. Retorika</i>	<i>13</i>
1. Persuasi.....	14
a. Dasar-dasar Persuasi	14
b. Teknik Persuasi.....	15
1. Rasionalisasi	15
2. Identifikasi	16
4. Konformitas	16
5. Kompensasi.....	17
6. Penggantian.....	17
7. Proyeksi.....	17
<i>C. Wacana.....</i>	<i>17</i>
<i>D. Obat Herbal</i>	<i>18</i>
<i>E. Penelitian Relevan</i>	<i>19</i>
<i>F. Kerangka Pikir.....</i>	<i>21</i>
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
<i>A. Jenis Penelitian</i>	<i>23</i>
<i>B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....</i>	<i>23</i>
<i>C. Sumber Data.....</i>	<i>24</i>
<i>D. Teknik Pengumpulan Data.....</i>	<i>24</i>
1. Observasi	24
2. Teknik Rekam	24
3. Teknik Catat	24
4. Wawancara	24
<i>E. Teknik Analisis Data.....</i>	<i>25</i>
1. Transkripsi.....	25
2. Identifikasi Data	25
3. Klasifikasi.....	28
4. Pengecekan.....	28
5. Interpretasi.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
<i>A. Bentuk Tindak Tutur Persuasif Penjual Obat Herbal</i>	<i>30</i>
1. Tindak Tutur Persuasif Kategori Direktif	31
a. Tindak Tutur Persuasif Kategori Direktif Memerintah	33
b. Tindak Tutur Persuasif Kategori Direktif Bertanya	42

c. Tindak Tutur Persuasif Kategori Direktif Memohon	46
d. Tindak Tutur Persuasif Kategori Direktif Menasehati	48
2. Tindak Tutur Persuasif Kategori Asertif	52
a. Tindak Tutur Persuasif Kategori Asertif Pernyataan.....	53
b. Tindak Tutur Persuasif Kategori Asertif Menyarankan	58
c. Tindal Tutur Persuasif Katagori Asertif Mengeklaim	61
3. Tindak Tutur Persuasif Kategori Ekspresif	65
a. Tindak Tutur Persuasif Kategori Eskpresif Memuji	66
b. Tindak Tutur Pesuasif Kategori Ekpresif Bersyukur.....	68
4. Tindak Tutur Persuasif Kategori Komisif	69
a. Tindak Tutur Persuasif Kategori Komisif Berjanji.....	70
b. Tindak Tutur Persuasif Kategori Komisif Menjamin.....	73
<i>B. Teknik Persuasi Penjual Obat Herbal.....</i>	<i>76</i>
1. Teknik Sugesti.....	76
2. Teknik Rasionalisasi	80
3. Teknik Identifikasi	83
4. Teknik Penggantian.....	86
BAB V PENUTUP	92
<i>A. Kesimpulan.....</i>	<i>92</i>
<i>B. Saran.....</i>	<i>94</i>
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	97
<i>A. Dokumentasi.....</i>	<i>97</i>
<i>B. Biodata Informan (Penjual Obat Herbal)</i>	<i>98</i>
<i>C. Data.....</i>	<i>98</i>
<i>D. Surat Izin Penelitian.....</i>	<i>133</i>

DAFTAR SIMBOL DAN SINGKATAN

1. Simbol

- A : Keterangan konteks proses penjualan obat herbal yang terjadi pada tanggal 15 september 2017.
- B : Keterangan konteks proses penjualan obat herbal yang terjadi pada tanggal 04 april 2020.
- C : Keterangan konteks proses penjualan obat herbal yang terjadi pada tanggal 27 maret 2020
- D : Keterangan konteks proses penjual obat herbal yang terjadi pada tanggal 28 april 2020
- h/t : Petutur atau pembaca
- k : Tanda glotal dalam bahasa Makasar
- P1 : Penjual obat herbal pertama
- P2 : Penjual obat herbal kedua
- P1.1 sampai angka seterusnya : Urutan nomor kode tuturan pertama sampai akhir penjual obat herbal pertama.
- P2.1 sampai angka seterusnya : Urutan nomor kode tuturan pertama sampai akhir penjual obat herbal kedua.

2. Singkatan

- Penawar pr (1) : Penawar obat urutan pertama sampai akhir dari kaum perempuan.
- Penawar lk (1) : Penawar obat herbal urutan pertama sampai akhir dari kaum laki-laki

Pbl lk (1) sampai

angka seterusnya : Pembeli obat herbal urutan pertama sampai nomor
berikutnya dari kaum laki-laki.

Pbl pr (1) hingga

angka seterusnya : Pembeli obat herbal urutan pertama sampai nomor
berikutnya dari kaum perempuan.

nth : Morfem terikat honorifik

mbh : Morfem bebas honorifik

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Relevan	21
Tabel 2 Bentuk Tindak Tutur Persuasif Penjual Obat Herbal	31
Tabel 3: Direktif	50
Tabel: 4 Asertif	63
Tabel 5: Ekspresif	69
Tabel 6: Komisif	76
Tabel 7 Teknik Persuasi Penjual Obat Herbal	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Lokasi Penelitian	23
Gambar 2 Dokumentasi	97

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pikir Penelitian.....	22
--	----

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas segala rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana sastra, pada departemen sastra daerah di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin. Dalam penyusunan skripsi tersebut tentunya tidak terlepas dari kekurangan di dalamnya. Untuk itu segala kritikan dan saran peneliti harapkan kepada semua pihak guna perbaikan ke depannya.

Rintangan dan cobaan silih berganti mengiringi langkah kaki peneliti, namun semuanya dapat terselesaikan berkat pertolongan Allah *Subhanahu wa ta'ala* melalui perantara makhluk-Nya. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih sebagai bentuk penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A selaku Rektor Universitas Hasanuddin dan Prof. Dr. Akin Duli M.A. selaku Dekan FIB Unhas yang telah memberikan kebijakan kepada peneliti.
2. Ketua jurusan Sastra Bugis-Makassar Dr. Muhlis Hadrawi, S.S., M.Hum., Pammuda, S.S., M.SI selaku sekretaris jurusan, dan seluruh dosen sastra Bugis-Makassar yang telah mengajarkan ilmunya kepada peneliti selama menjalani proses perkuliahan.
3. Dr. Ery Iswary, M.Hum selaku penguji I dan Drs. M. Dalyan Tahir, M.Hum selaku penguji II yang telah meluangkan waktunya dalam menguji serta memberikan masukan demi perbaikan skripsi tersebut.

4. Pendamping akademik sekaligus konsultan I Dr. Gusnawaty, M.Hum yang telah meluangkan waktunya dalam mengajarkan ilmunya dan memberikan banyak inspirasi kepada peneliti.
5. Sumarlin Rengko HR, S.S., M.Hum selaku konsultan II yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing peneliti di tengah kesibukannya.
6. Seluruh staf pegawai fakultas dan staf pegawai jurusan bapak Suardi yang telah membantu dalam pengurusan berkas.
7. Bidik Misi Indonesia yang telah memberikan bantuan beasiswa selama peneliti menjalani proses perkuliahan.
8. Bapak Camat Kecamatan Rumbia dan Bapak Camat Kecamatan Kelara yang telah memberi izin kepada peneliti untuk meneliti pada kedua lokasi tersebut.
9. Bapak Lolo dan Bapak Ansar selaku penjual obat herbal yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti tuturan beliau.
10. Ayahanda tercinta Hambali dan ibunda tercinta Saria yang senantiasa mendoakan, memotivasi, menginspirasi, dan membiayai pendidikan peneliti selama menempuh pendidikan.
11. Kedua adikku tercinta Fery Hamzah dan Sri Hastuti yang telah banyak menorehkan cerita dalam kehidupan peneliti.
12. Kedua sahabatku Riska Amalia dan Hikmah Sabda Nabila yang telah menjadi teman dalam bertukar pikiran dalam proses pengerjaan skripsi.

13. Teman-teman seperjuangan PASANG 2016 yang telah kebersamai peneliti dan telah peneliti anggap seperti saudara selama menempuh pendidikan di kampus universitas Hasanuddin.

14. Para senior yang telah banyak mengajarkan ilmunya kepada peneliti dan kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Semoga dengan segala bantuan yang peneliti terima dari berbagai pihak dapat menjadi amal jariyah bagi pihak-pihak yang telah membantu peneliti kelak di hari akhir nanti. Begitu pula dengan skripsi tersebut, semoga dapat menjadi amal jariyah bagi peneliti.

Makassar, 01 Januari 2021

Serliana

ABSTRAK

Serliana. 2021. Tindak Tutur Persuasif Bahasa Makassar di Kabupaten Jeneponto (dibimbing oleh Gusnawaty dan Sumarlin Rengko HR).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk tindak tutur persuasif dan teknik persuasi penjual obat herbal. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah tuturan penjual obat herbal yang menjajakan obatnya dengan cara promosi dari pasar ke pasar. Teknik pengumpulan data yakni observasi, teknik rekam, teknik catat, dan wawancara. Teknik yang digunakan dalam analisis data terdiri beberapa tahap: (1) transkripsi (2) indentifikasi (3) klasifikasi (4) pengecekan (5) interpretasi.

Temuan yang diperoleh dalam penelitian ini yakni bentuk tindak tutur persuasif penjual obat herbal yang terdiri dari beberapa kategori. Kategori tersebut jika diurutkan dari yang tertinggi sampai yang terendah di mulai dari direktif sebanyak 169 yang maknanya: memerintah, bertanya, memohon, dan menasehati; kategori asertif sebanyak 135 dengan makna pernyataan, menyarankan, dan mengklaim; kategori ekspresif dengan jumlah 11 frekuensi dengan makna memuji dan bersyukur; dan kategori komisif berjumlah 9 tuturan yang bermakna berjanji dan menjamin. Temuan yang kedua yang diperoleh yakni teknik persuasi yang digunakan penjual obat herbal. Teknik ini terdiri dari empat teknik dengan urutan tertinggi teknik sugesti sebanyak 84, teknik rasionalisasi sebanyak 48, teknik identifikasi sebanyak 23, dan teknik penggantian sebanyak 2 frekuensi.

Kata kunci: Tindak tutur, teknik persuasi, penjual obat herbal, bahasa Makassar.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jenepono merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan. Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Jenepono (2019) Ibu Kota Kabupaten tersebut adalah Bonto Sunggu Kelurahan Empoang Kecamatan Binamu. Lebih lanjut, Badan Pusat Statistik Kabupaten Jenepono (2019) mengatakan bahwa Kabupaten ini memiliki 11 Kecamatan, 31 Kelurahan, dan 82 Desa. Kecamatan yang ada di Kabupaten tersebut seperti, Kecamatan Kelara dan Kecamatan Rumbia. Kedua Kecamatan tersebut masing-masing memiliki pasar tersendiri yang disebut pasar Tolo dan pasar Ramba. Pasar Tolo berlangsung pada hari Selesa dan Sabtu sedangkan pasar Ramba berlangsung pada hari Selasa dan Jum'at.

Letak geografis kedua pasar ini masing-masing berdekatan. Sehingga, tidak mengherankan jika pembeli dan penjual di daerah tersebut umumnya adalah orang yang sama. Salah satunya seperti penjual obat herbal keliling. Penjual obat herbal yang ada di pasar Ramba dan Tolo merupakan salah satu penjual yang sering berjualan pada pasar tersebut dengan cara berpindah-pindah. Maksudnya penjual obat herbal tidak memiliki lokasi penjualan yang tetap pada kedua pasar tersebut.

Penjual obat herbal umumnya ketika berjualan memilih tempat penjualan seperti dekat jalan masuk ke pasar bagian depan dan bagian belakang pasar. Peneliti mengasumsikan bahwa pemilihan lokasi yang dekat dengan jalan

bertujuan untuk memudahkan penjual dalam mengajak pengunjung pasar untuk membeli obatnya. Hal ini karena pengunjung tentunya akan melewati jalan tersebut untuk masuk ke dalam pasar.

Dalam mengajak pengunjung, penjual menggunakan media bahasa untuk berbicara dengan pengunjung yang disertai dengan tindakan. Tindakan yang dilakukan saat berbicara, seperti: melambaikan tangannya kepada pengunjung pasar, mempromosikan obatnya dengan menggunakan penunjuk berupa besi kecil, menjelaskan gambar penyakit disertai gerakan tangan, dan tindakan-tindakan lainnya lagi yang bermakna mengarah kepada dorongan kepada pembeli agar membeli obatnya.

Berbicara dengan disertai tindakan dalam teori tindak tutur sendiri disebut sebagai tindak tutur. Teori tindak tutur menurut Arief (2015: 9) merupakan salah satu teori yang mencoba mengkaji hubungan antara bahasa dan tindakan yang dilakukan oleh penutur dan petuturnya. Kemudian, jika di dalam tuturan tersebut berisi tindak tutur yang mendorong pembeli untuk membeli, maka hal itu disebut sebagai tindak tutur persuasif. Persuasi menurut Keraf (2007: 118) suatu seni verbal yang bertujuan meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Artinya, dengan berbicara persuasif seorang pembicara berusaha memengaruhi pendengarnya dengan berbagai cara. Lebih lanjut, Taufik (2008) mengatakan tuturan persuasif berfungsi untuk memerintah, menyuruh, atau meminta kepada lawan tutur untuk melakukan tindakan.

Salah satu contoh tindak tutur penjual obat herbal keliling yang berisi persuasi seperti contoh (1), "*Eh kiallemi joka.*" (kamu ambillah obat itu). Kata-kata tersebut diucapkan penjual kepada pembeli di depannya disertai tindakan memperlihatkan obatnya kepada pembeli. Contoh lain tuturan penjual obat herbal keliling seperti contoh (2), "*Gakga jekayya kanabersihhkan mintongi joka katalaka*" (ini bagus karena betul-betul membersihkan rasa gatal). Kata-kata ini diucapkan ketika penjual melakukan proses penjualan obat.

Pada contoh (1) di atas, memperlihatkan bahwa penjual obat herbal keliling sedang berusaha mempersuasi pembeli dengan cara menyuruhnya membeli dengan menggunakan kata-kata yang sopan. Kemudian contoh (2), pada contoh ini menunjukkan penjual obat berusaha mempersuasi pembelinya dengan kata-kata pujian. Pujian yang diberikan berupa mengatakan bahwa obatnya bagus dan betul-betul menyembuhkan rasa gatal. Kedua contoh tersebut memberikan gambaran bahwa penjual tidak hanya menggunakan satu bentuk tindak tutur untuk mempersuasi pengunjung, tetapi lebih dari satu. Melihat kenyataan adanya lebih dari satu tindak tutur yang berisi persuasi di lakukan penjual, maka peneliti mengasumsikan bahwa ada bentuk lain yang digunakan penjual. Untuk mengetahui hal tersebut ialah dengan cara mengkaji lebih dalam lagi terkait topik tersebut.

Pada pengamatan awal yang telah dilakukan, peneliti melihat beberapa pengunjung pasar ada yang tertarik membeli obat herbal penjual setelah ia melakukan tindak tutur yang berisi persuasi. Selain itu, ada juga yang hanya sekedar melihat penjual obat herbal saja berjualan tanpa membeli. Kenyataan ini

memperlihatkan bahwa dalam mempersuasi penjual mempunyai daya persuasi yang baik, sebab mampu mengambil perhatian pengunjung dan pembeli. Padahal, dalam melakukan persuasi dibutuhkan keterampilan berbicara yang baik, sebab membuat pengunjung agar menuruti keinginan penjual adalah hal yang tidak mudah. Akan tetapi, penjual memiliki kemampuan untuk melakukan hal tersebut.

Selain itu, yang menjadi permasalahan juga saat ini telah banyak rumah sakit dan puskesmas untuk berobat, tetapi beberapa pengunjung pasar kenyatanya masih menggunakan obat herbal di pasar yang belum tentu terjamin mutunya. Peneliti mengatakan belum tentu terjamin mutunya, sebab ini hanya berdasarkan dari pengetahuan penjual saja. Sehingga, peneliti mengasumsikan bahwa ketertarikan pembeli maupun pengunjung terhadap penjual obat herbal tidak terlepas dari tindak tutur yang dilakukan penjual. Hal ini karena dalam menjual media yang digunakan tidak terlepas dari faktor bahasa di dalamnya, meskipun tentunya ada faktor lain. Akan tetapi, peneliti dalam melihat permasalahan tersebut melihatnya dari segi bahasa, sebab dalam menjual obat herbal hal yang paling nampak adalah faktor bahasa. Dalam artian bahwa media yang digunakan penjual sebagaimana dikatakan pada kalimat sebelumnya adalah bahasa.

Berdasarkan argumen di atas, ada beberapa alasan sehingga penelitian ini penting dilakukan, yakni pertama tindak tutur persuasif obat herbal keliling menarik diteliti khususnya dalam memengaruhi tindakan pendengarnya. Letak menariknya ia memiliki kemampuan mempersuasi orang-orang walaupun profesinya bukan dari ahli retorika sebagai orang yang pandai dalam hal seni berbicara dan dokter maupun apoteker sebagai orang yang lebih tahu perihal obat.

Kedua, tindak tutur persuasif masih kurang diteliti. Berdasarkan hasil penelusuran *Google Scholar* yang dilakukan melalui aplikasi POP (*Publish or Perish*), dengan kata kunci “*persuasive*” ditemukan bahwa orang yang meneliti tindak tutur persuasif baru sebanyak 14 orang yang dimulai dari tahun 2010 – 2020. Sedangkan dari *Microsoft Academic* dengan kata kunci dan aplikasi yang sama ditemukan 22 artikel dengan publikasi artikel mulai tahun 2000 – 2019. Aspek-aspek yang diteliti dominan adalah masalah iklan yakni dari merek *iphone*, merek sepatu *Nike*, *Maybelline*, dalam politik seperti, pidato Hillary, dan pidato Joko Widodo.

Ketiga, meneliti tindak tutur persuasif memiliki manfaat penting, dapat mengetahui bahwa tuturan yang didengarkan merupakan tuturan yang benar (jujur) atau hanya sekadar memengaruhi saja. Dengan kata lain, mengetahui teknik persuasi dalam hal ini penjual obat, pendengar akan menghindarkan diri pengaruh-pengaruh yang tidak diinginkan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, penting meneliti tindak tutur persuasif yang digunakan penjual obat. Oleh karena itu, penelitian karya tulis ini yang disusun dalam bentuk skripsi diberi judul “*Tindak Tutur Persuasif Bahasa Makassar di Kabupaten Jeneponto.*” Dengan meneliti topik ini, akan diketahui bentuk tindak tutur persuasif dan teknik persuasi yang digunakan oleh penjual obat herbal dalam memengaruhi pembeli.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut.

1. Bentuk-bentuk tindak tutur persuasif penjual obat herbal pada pasar tradisional.
2. Faktor-faktor penyebab obat herbal diminati masyarakat pada pasar tradisional.
3. Teknik persuasi yang digunakan penjual obat herbal pada pasar tradisional.
4. Jenis-jenis obat herbal yang menarik perhatian pada pasar tradisional.

C. Batasan Masalah

Mengingat waktu dan dana yang terbatas maka masalah yang telah diidentifikasi dibatasi pada dua hal yakni:

1. Bentuk-bentuk tindak tutur persuasif dalam bahasa Makassar yang digunakan penjual obat herbal pada pasar tradisional.
2. Teknik persuasi yang digunakan penjual obat herbal pada pasar tradisional.

D. Rumusan Masalah

Masalah yang dikemukakan di atas dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk tindak tutur persuasif dalam bahasa Makassar yang digunakan penjual obat herbal pada pasar tradisional?
2. Bagaimana teknik persuasi yang digunakan penjual obat herbal pada pasar tradisional?

E. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan di atas, adapun tujuan penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk tindak tutur persuasif penjual obat herbal pada pasar tradisional.
2. Untuk mengklasifikasikan teknik persuasi yang digunakan penjual obat herbal pada pasar tradisional.

F. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

1. Sebagai tambahan referensi terkait topik tindak tutur persuasif dalam bahasa Makassar khususnya penjual obat herbal dan teknik persuasi yang digunakan penjual obat herbal dalam bahasa Makassar.
2. Sebagai masukan bahwa tindak tutur bahasa Makassar ada dalam beberapa kategori yakni tindak tutur ilokusi asertif, direktif, komisif, dan ekspresif.

b. Manfaat Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai sarana dan media dalam penyajian bahasa Makassar di kabupaten Jeneponto. Sehingga, dapat memudahkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tindak tutur persuasif khususnya dalam bahasa Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini mendeskripsikan bentuk tindak tutur persuasif dan teknik persuasi penjual obat herbal di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan. Berdasarkan objek material tersebut maka untuk menganalisis data dibutuhkan konsep teoritis yang relevan demi untuk mencapai tujuan penelitian. Ada 2 teori yang relevan digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini yakni teori pragmatik dan teori retorika, yang diuraikan sebagai berikut.

A. Pragmatik

Pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari makna dan konteks. Sebagaimana pendapat Yule (1996: 3) yang mengatakan bahwa pramatik adalah studi tentang makna yang disampaikan penutur (penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar atau pembaca. Selanjutnya, Tarigan (2015: 29) mengatakan bahwa pragmatik adalah telaah dalam hubungannya dengan situasi ujaran. Kemudian, Yusri (2016: 4) mengatakan bahwa pragmtik mempelajari makna secara eksternal atau makna yang dikaji dalam ilmu pragmatik terikat dengan konteks.

Lebih lanjut, Levinson (1983: 11) mengatakan bahwa *pragmatic terms cover both aspects of language that dep end on the context of the structure and the principles of language use and that understanding has nothing or little to do with linguistic structures* (istilah pragmatik mencakup kedua aspek bahasa yang bergantung pada konteks struktur dan prinsip penggunaan bahasa dan pemahaman itu tidak ada atau sedikit hubungannya dengan struktur linguistic, terjemahan <https://translate.google.com>).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa inti dari pragmatik adalah penggunaan bahasa berdasarkan konteks. Konteks menurut Tarigan (2015: 33) adalah setiap latar belakang pengetahuan yang diperkirakan dimiliki dan disetujui bersama oleh pembicara/ penulis dan penyimak/ pembaca serta yang menunjang interpretasi pembicara atau penulis) terhadap apa yang dimaksud penyimak atau pembaca dengan ucapan tertentu. Konteks dalam sebuah ujaran merupakan hal yang sangat penting, sebab melalui konteks situasi sebuah tuturan dapat diketahui.

1. Tindak Tutur

Teori terkait tindak tutur diperkenalkan oleh Austin. Teori tersebut dibukukan pada tahun (1962) dengan judul buku *How to do things with words*. Kemudian, teori tersebut dikembangkan oleh muridnya Searle pada tahun (1979). Austin (dalam Ibrahim, 1993: 303-304) membagi tindak tutur menjadi tiga yakni:

a. Tindak Tutur Lokusi

Tindak tutur lokusi adalah tindak tutur yang makna tindak tuturnya sesuai dengan makna yang dikatakan. Perwujudan tindak lokusi berupa tuturan kalimat yang sudah pasti menyatakan atau mengungkapkan tentang sesuatu (dengan kata lain memiliki muatan dan referensi yang jelas), yang diutamakan dalam tindak tutur lokusi yakni isi tuturan yang diungkapkan oleh penutur (Arief, 2015:14).

b. Tindak Tutur Ilokusi

Ilokusi yaitu tindak tutur yang mempunyai makna dan maksud tertentu dari apa yang dikatakan. Lebih lanjut, Rahardi (2005: 36) mengatakan bahwa tindak ilokusi adalah tindakan melakukan sesuatu dengan maksud dan fungsi tertentu pula. Iswary (1994: 18) mengatakan bahwa ilokusi berhubungan dengan

perbuatan dalam hubungannya dengan mengatakan sesuatu, atau tindak tutur yang berisi pengucapan atau suatu pernyataan, janji, pertanyaan, perintah, nasehat, pujian, dan tidak ilokusi lainnya.

Menurut Alston (dalam Leech, 1964: 323) ada sejumlah kata-kata ilokusi yakni: *report* (melapor), *announce* (mengumumkan), *predict* (meramalkan), *admit* (mengakui), *opine* (berpendapat), *ask* (meminta), *reprimand* (menegur), *request* (memohon), *suggest* (menganjurkan), *order* (menyuruh), *propose* (mengusulkan), *express* (mengungkapkan), *congratulate* (mengucapkan selamat), *promise* (berjanji), *thank* (mengucapkan terima kasih), dan *exhort* (mendesak).

c. Tindak Tutur Perlokusi

Perlokusi merupakan efek yang ditimbulkan dari apa yang telah dikatakan. Menurut Tarigan (2015) tindak tutur ini berupa efek dari pembicara kepada lawan bicara setelah mendengar sang pembicara. Iswary (1994: 19) mengatakan bahwa tindak tutur perlokusi dikatakan dapat menimbulkan akibat, karena adanya suatu tindakan dalam mengatakan sesuatu. Dari kedua pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa keduanya sejalan.

Alston (dalam Leech, 1964: 35) menjelaskan ada sejumlah kata-kata perlokusi yakni,

bring h to learn that (membuat t tahu bahwa), *persuade* (membujuk), *deceive* (menipu), *encourage* (mendorong), *irritate* (menjengkelkan), *frighten* (menakuti), *amuse* (menyenangkan), *get h to do* (membuat t melakukan sesuatu), *inspire* (mengilhami), *impress* (mengesankan), *distract* (mengalihkan perhatian), *get h to think about* (membuat f berpikir tentang), *relieve tension* (melegakan), *embarrass* (mempermalukan), *attract attention* (menarik perhatian), dan *bore* (menjemukan).

Terlihat pada daftar kata-kata di atas ada yang menimbulkan pengaruh/ efek pada pendengar. Kemudian, kembali ke bagian tindak tutur ilokusi sebagian teori yang digunakan dalam mengkaji objek yang dikaji.

d. Tindak Tutur Ilokusi Searle

Untuk pembagian tindak tutur ilokusi sendiri menurut Searle (dalam Arief, 1969: 19-24) terbagi menjadi 5 bentuk. Kelima bentuk tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Asertif

Tindak tutur asertif adalah tindak tutur dalam menyampaikan suatu hal atau masalah oleh seorang penutur dengan menggunakan proposisi tertentu, sehingga mewakili ekspresi kebenaran dari sesuatu yang disampaikannya. Wujud verba dalam tindak tutur ini yakni: pernyataan ataupun penyimpulan yang biasanya menggunakan kata-kata pembatas menegaskan, percaya, laporkan, menyangkal, tepatnya, sangat, barangkali, hampir, dan secara ekstrim. Verba lain dalam tindak tutur ilokusi asertif selain pendapat Searle di atas, menurut (Leech, 2011: 327-328) seperti: *affirm* (menguatkan), *allege* (menduga), *assert* (menegaskan), *forecast* (meramalkan), *predict* (memprediksi), *announce* (mengumumkan), dan *insist* (mendesak).

2. Direktif

Tindak tutur direktif adalah suatu tuturan yang bermuatan dorongan bagi petutur (lawan bicara) untuk melakukan sesuatu, misalnya memohon, menanyakan, memerintah, mendesak, menentang, meminta dengan tegas, dan sejenisnya. Lebih lanjut, Leech (2011: 327-328) mengatakan beberapa kata-kata tindak tutur ilokusi direktif meliputi: *ask* (meminta), *beg* (meminta dengan sangat), *bid* (memohon dengan sangat), *command* (memberi perintah), *demand* (menuntut), *forbid* (melarang), *recommend* (menganjurkan), dan *request* (memohon).

3. Komisif

Tindak tutur komisif ialah tindak tutur yang menuntut tanggung jawab penutur untuk melakukan sesuatu. Wujud tindak tutur komisif ini seperti berjanji, mengancam, bersumpah, menawarkan, menjamin, dan sejenisnya. Leech (2011: 323-328) mengatakan bahwa kata-kata tindak tutur ilokusi komisif salah satunya seperti ... *vow* (berkaul).

4. Ekspresif

Tindak tutur ekspresif adalah tindak yang mengekspresikan sikap psikologis penutur terhadap sesuatu, misalnya permintaan maaf, ucapan terima kasih, memuji, mengkritik, pengungkapan suka/ tidak suka, gembira/ kecewa, dan sejenisnya.

5. Deklaratif

Tindak deklaratif merupakan tindak tutur yang memantapkan, membenarkan, atau bahkan merubah suatu tindakan/keadaan melalui pernyataan yang diujarkannya. Biasanya tindak ini terelaborasi dengan aspek nonlinguistik sehingga pemahaman isi tuturan lebih spesifik antara penutur dan petutur, misalnya menyatakan setuju, tidak setuju, melanjutkan suatu komunikasi, ataupun mendeklarasikan sesuatu. Lebih lanjut, Leech (2011: 328) mengatakan ada beberapa kata-kata yang ada kaitannya dengan deklaratif seperti: *adjourn* (menunda), *veto* (menvote), *sentence* (menjatuhkan hukuman) dan *baptise* (membaptis).

B. Retorika

Berbicara tentang persuasi tentunya tidak terlepas dari retorika. Hal ini karena retorika berfungsi mencari cara agar dapat menghasilkan persuasi yang sukses atau berhasil sesuai yang diharapkan. Sebagaimana pendapat Aristoteles (2018: 15) yang mengatakan bahwa fungsi retorika adalah menemukan alat untuk mencapai persuasi yang sukses pada setiap keadaan yang dihadapi. Berdasarkan pendapat Aristoteles dapat dikatakan bahwa keterkaitan antara retorika dan persuasi yakni persuasi sebagai tujuan dan retorika sebagai alat untuk mencari cara agar dapat mencapai persuasi sesuai harapan.

Retorika menurut Hendrikus (1991: 14) adalah kesenian untuk berbicara baik berdasarkan bakat alam dan keterampilan, sedangkan defenisi dari retorika menurut Burke (dalam Turner, 2008: 29) intinya adalah persuasi. Defenisi retorika secara sempit menurut Aziz (2019: 4) adalah seni yang atau ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampain tutur yang efektif melalui lisan atau tulisan untuk memengaruhi pihak lain.

Menurut Susanto (dalam Aziz, 2019: 5) berdasarkan pendapat terbanyak sejarah retorika dimulai pada abad ke-5 SM atau zaman kejayaan filsafat sophisme yang mendahului zaman filsafat klasik bangsa Yunani. Kemudian, Hendrikus (1991: 14) dalam bukunya menuliskan bahwa secara sistematis ilmu retorika dikembangkan di Yunani dengan nama *Techne Rhetorike* yang berarti ilmu tentang seni berbicara.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dikatakan bahwa awal mula sejarah retorika dimulai pada abad ke-5 SM dan mengalami perkembangan pesat pada zaman Yunani dan Romawi. Hubungan retorika dengan penelitian tersebut yakni

sebagai teori yang akan digunakan dalam penelitian tersebut, sebab objek yang akan dikaji terkait masalah teknik yang digunakan penjual dalam mempersuasi orang-orang dan tujuan retorika sendiri ialah mempersuasi orang lain agar tertarik dengan pembicara. Sehingga, dapat dikatakan bahwa ada keterkaitan antara teori ini dengan penelitian peneliti.

1. Persuasi

Persuasi menurut Keraf (2007: 118) suatu seni verbal yang bertujuan meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Selanjutnya, menurut Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud (2016) persuasif berarti bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin). Lebih lanjut, persuasi menurut Sunarjo (1983: 30) mengatakan bahwa persuasi merupakan teknik atau cara untuk memengaruhi seseorang dengan memanfaatkan data atau fakta psikologis dari mitra tutur yang hendak dipengaruhi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa inti dari persuasi adalah cara untuk memengaruhi orang lain agar tertarik dengan perkataan penutur. Tentunya untuk membuat orang tertarik maka diperlukan teknik persuasi yang untuk mencapai hal tersebut.

a. Dasar-dasar Persuasi

Sebelum melakukan persuasi, terdapat beberapa syarat yang perlu diperhatikan dalam melihat persuasi. Adapun syarat-syarat itu menurut Aristoteles (dalam Keraf, 2007: 121-124) yakni:

1. Watak dan Kredibilitas

Karakter atau watak merupakan salah satu faktor yang selalu diperhitungkan dalam pergaulan antar manusia. Persuasi akan berlangsung sesuai dengan harapan penutur bila mitra tutur telah mengenal penutur sebagai orang yang berwatak baik. Watak dan seluruh kepribadian penutur dapat diketahui dari seluruh tuturannya. Gaya yang dipakai, pilihan kata, struktur kalimat, tema merupakan keseluruhan atau totalitas penutur. Seorang pembawa acara di televisi misalnya dapat diukur watak dan kepribadiannya melalui sikap dan bahasanya.

2. Kemampuan Mengendalikan Emosi

Kemampuan mengendalikan emosi adalah kesanggupan penutur untuk mengobarkan emosi maupun kesanggupan penutur untuk memadamkan emosi tersebut bila diperlukan.

3. Bukti-bukti

Bukti atau fakta merupakan syarat yang paling berpengaruh dalam sebuah persuasi. Persuasi akan semakin efektif apabila disertai dengan bukti, karena dengan adanya bukti, keraguan akan hilang dan akan mendukung sebuah kebenaran.

b. Teknik Persuasi

Selain terdapat syarat-syarat, dalam persusif terdapat pula beberapa teknik yang digunakan dalam melihat persuasi. Adapun teknik itu menurut Keraf (2007: 124-131) yakni:

1. Rasionalisasi

Rasionalisasi adalah sebuah proses penggunaan akal untuk memberikan suatu dasar pembenaran kepada suatu persoalan, di mana dasar atau alasan itu

tidak merupakan sebab langsung dari masalah itu (Keraf, 2007: 124-125). Lebih lanjut, Keraf (2007: 125) mengatakan bahwa dalam persuasi kebenaran yang dibicarakan bukan sebuah kebenaran mutlak, tetapi kebenaran yang hanya berfungsi untuk meletakkan dasar-dasar dan melicinkan jalan agar keinginan, sikap, kepercayaan, keputusan, atau tindakan yang telah ditentukan atau diambil dapat dibenarkan.

2. Identifikasi

Identifikasi merupakan teknik persuasi yang di dalamnya menganalisa hadirannya dan seluruh situasi yang dihadapinya dengan seksama. Tujuan dari indentifikasi ialaha untuk menganalisa hadirin dan seluruh situasi, sehingga memudahkan pembicara mengindetifikasi dirinya dengan hadirin.

3. Sugesti

Sugesti ialah usaha membujuk atau memengaruhi orang lain untuk menerima suatu keyakinan atau pendirian tertentu tanpa memberikan suatu dasar kepercayaan yang logis pada orang yang ingin dipengaruhi. Sugesti biasanya dilakukan dengan kata-kata dan nada suara. Rangkaian kata-kata yang menarik dan meyakinkan disertai nada suara yang penuh berwibawa memungkinkan seseorang memengaruhi orang lain yang diajak bicara dengan mudah. Satu dua fakta yang mencoba mengkonkritkan rangkaian kata-katanya tadi sudah dapat membawa hasil yang diinginkan.

4. Konformitas

Konformitas adalah suatu keinginan atau suatu tindakan untuk membuat diri serupa dengan sesuatu hal yang lain. Konformitas adalah suatu mekanisme mental untuk menyesuaikan atau mencocokkan diri dengan sesuatu yang

diinginkan. Sikap yang diambil penutur untuk menyesuaikan diri dengan keadaan supaya tidak timbul ketegangan juga menyangkut konformitas.

5. Kompensasi

Kompensasi adalah suatu tindakan atau suatu hasil dari usaha untuk mencari suatu pengganti bagi sesuatu dapat dipertahankan. Hal ini karena tindakan keadaan yang asli sudah mengalami frustrasi.

6. Penggantian

Penggantian adalah suatu proses yang berusaha menggantikan suatu maksud yang mengalami rintangan dengan suatu maksud lain yang sekaligus juga menggantikan emosi kebencian asli, atau kadang-kadang emosi cinta kasih yang asli.

7. Proyeksi

Proyeksi adalah suatu teknik untuk menjadikan sesuatu yang awalnya subjek menjadi objek. Sifat atau watak yang dimiliki seseorang, tidak mau diakui lagi sebagai sifat atau wataknya melainkan dilontarkan sebagai sifat atau watak orang lain. Seseorang yang diminta untuk mendeskripsikan seseorang yang tak disenanginya akan berusaha untuk mendeskripsikan hal-hal yang baik mengenai dirinya sendiri. Kesalahan yang dilakukan seseorang dilemparkannya kepada orang lain, bahwa orang lain itu yang melakukannya.

C. Wacana

Wacana merupakan hal yang tidak pernah terlepas dalam kehidupan manusia. Hal ini karena wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicara dan pendengar, sebagai sebuah

aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya, Hawthorn (dalam Darma, 2014: 2). Lebih lanjut, Darma (2014: 3) menuliskan ciri-ciri dan sifat wacana berdasarkan sudut pandang Brown dan Yule (1996: 35) yang mengatakan bahwa para ahli sociolinguistik dalam mendefinisikan wacana terutama memperhatikan struktur dan interaksi sosial yang dinyatakan dalam percakapan dan deskripsi-deskripsi mereka dititikberatkan pada ciri-ciri konteks sosial, terutama dapat dimasukkan ke dalam klasifikasi sosiologis. Adapun ciri-ciri dan sifat wacana:

- 1). Wacana dapat berupa rangkaian ujar secara lisan dan tulisan atau rangkaian tindak tutur
- 2). Wacana mengungkapkan suatu hal (subjek)
- 3). Penyajiannya teratur, sistematis, koheren, dan lengkap dengan semua situasi pendukungnya.
- 4). Memiliki satu kesatuan misi dalam rangkaian itu.
- 5). Dibentuk oleh unsur segmental dan nonsegmental.

D. Obat Herbal

Sebelum membahas obat herbal, terlebih dahulu mengetahui pembagian obat tradisional. Menurut Badan POM (2015: 7) obat herbal terbagi menjadi tiga yakni:

- a. Jamu adalah obat tradisional yang disediakan secara tradisional, misalnya dalam bentuk serbuk seduhan, pil, dan cairan yang berisi seluruh bahan tanaman yang menjadi penyusun jamu tersebut serta digunakan secara tradisional.

- b. Obat herbal terstandar (*Scientific Based Herbal Medicine*) Adalah obat tradisional yang disajikan dari ekstrak atau penyarian bahan alam yang berupa tanaman obat, binatang, maupun mineral.
- c. Fitofarmaka (*Clinical Based Herbal Medicine*) merupakan bentuk obat tradisional dari bahan alam yang disejajarkan dengan obat modern karena proses pembuatannya yang telah terstandar, ditunjang dengan bukti ilmiah sampai dengan uji klinik pada manusia.

Obat herbal merupakan obat yang berasal dari tumbuh-tumbuhan. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh WHO/ *World Health Organization*/ Organisasi Kesehatan Dunia (dalam Hidayat, 2016: 1) memberikan defenisi bahwa obat herbal atau herbal *medicine* sebagai bahan baku atau sediaan yang berasal dari tumbuhan yang memiliki efek atau efek lain yang bermanfaat bagi kesehatan manusia; komposisinya berupa bahan mentah atau bahan yang telah mengalami proses lebih lanjut yang berasal dari satu jenis tumbuhan atau lebih.

E. Penelitian Relevan

Penelitian terkait tindak tutur sebenarnya telah banyak yang menelitiannya, tetapi penelitian yang lebih mengkhusus pada tindak tutur persuasif penjual obat herbal sejauh pencarian peneliti, belum menemukan tulisan terkait hal tersebut. Adapun penelitian yang relevan terkait tindak tutur persuasif dapat dilihat pada uraian di bawah ini.

Penelitian Taufik (2008) wujud-wujud tuturan persuasif dalam kampanye pemilihan bupati dan wakil bupati pasuruan tahun 2008 ditinjau dari perspektif tindak-tutur (kajian pragmtik). Dalam penelitiannya ditemukan hasil berupa tuturan persuasif yang semestinya digunakan pada tindak tutur direktif faktanya

digunakan pula pada tindak tutur representatif, komisif, ekspresif, dan deklaratif. Persamaan dengan penelitian ini masing-masing menggunakan teori tindak tutur dalam melihat persuasi. Perbedaannya terletak pada objek kajian.

Penelitian Kusniati (2014) dengan judul tindak tutur persuasif dalam wacana kampanye pemilu legislatif tahun 2014. Dalam penelitiannya ditemukan sebanyak 109 data dengan bentuk tindak tutur yang terdiri: asertif, direktif, komisif, dan ekspresif. Jumlah tindak tutur yang paling banyak dalam tulisannya yakni: ilokusi asertif berbentuk mengingatkan, ilokusi direktif berbentuk ajakan, ilokusi komisif berbentuk janji, sedangkan yang paling sedikit adalah ilokusi ekspresif yang terdiri dari dua data, dan di antara keduanya yang paling banyak adalah ekspresif bersyukur. Selain dalam bentuk ilokusi hasil lainnya juga terdapat dalam bentuk perlokusi sebanyak 56 data dalam berbagai wujud perlokusi. Persamaan dengan penelitian penulis berupa teori yang digunakan sedangkan perbedaannya terletak objek yang dikaji.

Penelitian Kurniawan (2020) dengan judul tindak tutur persuasif pedagang kaki lima di pasar kaget gelora Haji Agus Salim Padang. Dalam penelitiannya menghasilkan temuan 3 bentuk tindak tutur persuasif yang terdiri dari 25 bentuk tindak tutur persuasif, 13 bentuk tindak tutur persuasif direktif, dan 1 bentuk tindak tutur komisif, anjuran, 7 fungsi ajakan, 1 fungsi perselisihan, 1 fungsi himbauan, dan 1 fungsi permohonan. Bentuk tindak tutur yang paling banyak digunakan yaitu asertif sedangkan fungsi tuturan yang paling banyak digunakan adalah fungsi bujukan. Persamaan dengan penelitian peneliti terletak pada teori yang digunakan sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang dikaji.

Untuk lebih detailnya perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian ketiga ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1 Penelitian Relevan

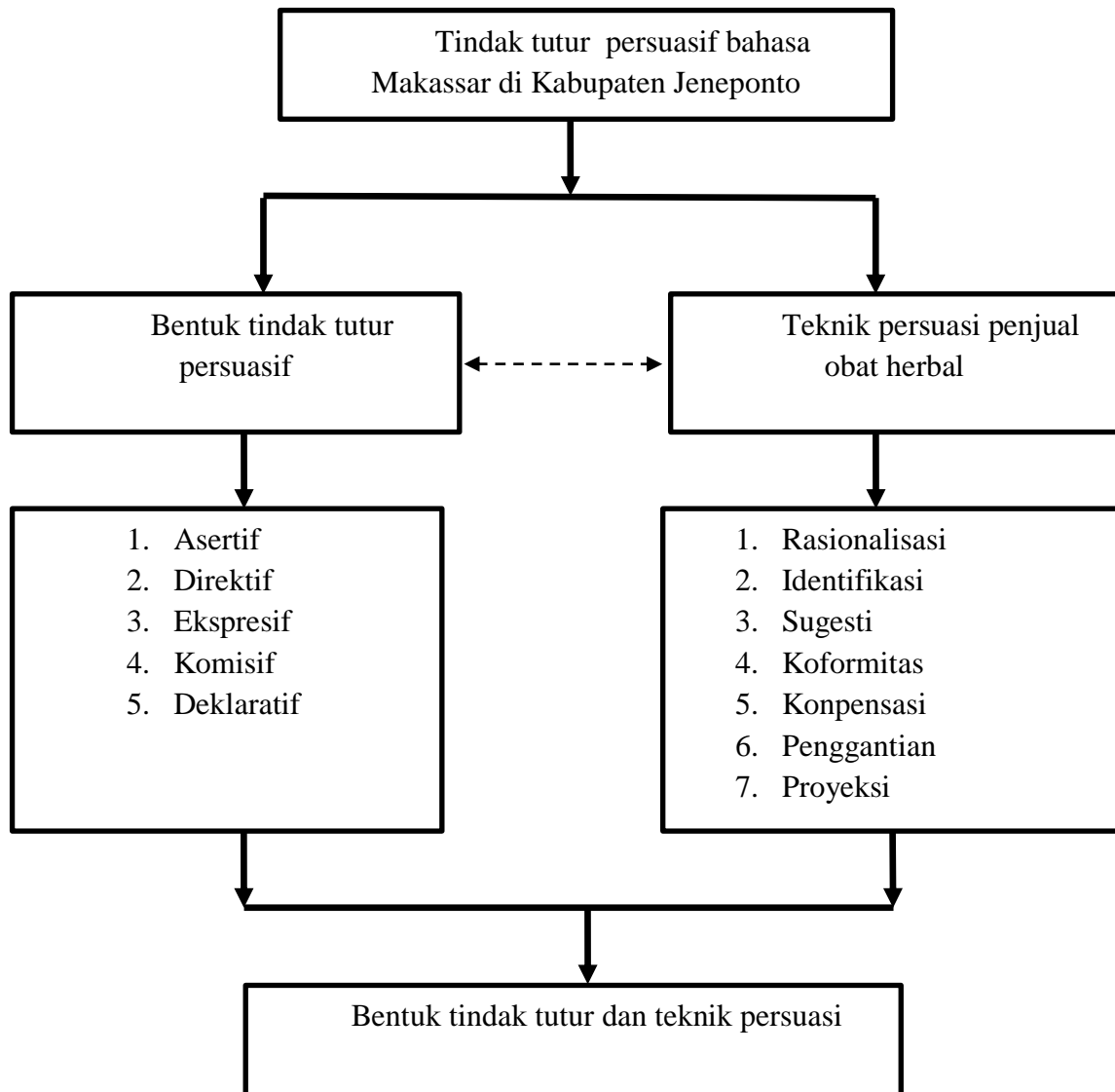
No	Nama	Teori	Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Taufik	Tindak tutur	Wujud-wujud tuturan persuasif dalam kampanye pemilihan bupati dan wakil bupati pasuruan tahun 2008 ditinjau dari perspektif tindak-tutur (kajian pragmatik)	2008	Teori (tindak tutur)	Objek (Kampanye pemilihan bupati dan wakil bupati pasuruan tahun 2008)
2.	Kusniati	Tindak tutur	Tindak tutur persuasif dalam wacana kampanye pemilu legislatif tahun 2014	2014	Teori (tindak tutur)	Objek (wacana kampanye pemilu legislatif tahun 2014)
3.	Kurniawan dan dkk	Teori tindak tutur	Tindak tutur persuasif pedagang kaki lima di pasar kaget gelora Haji Agus Salim Padang	2020	Teori (tindak tutur)	Objek (Pedagang kaki lima di pasar kaget gelora Haji Agus Salim Padang)

F. Kerangka Pikir

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan pada bagian awal bab ini, terlihat bahwa teori tindak tutur yang dikemukakan oleh Searle bagi peneliti lebih mudah dikutip. Oleh karena itu, untuk menganalisis bentuk tindak tutur persuasif penulisan skripsi ini mengikuti konsep teori tersebut. Konsep teori tersebut yakni: tindak tutur ilokusi asertif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif.

Selanjutnya, teknik persuasi Keraf merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis teknik yang dipakai penjual obat herbal dalam mempersuasi pengunjung. Dalam mencari teknik menggunakan teknik persuasif Keraf yang

terdiri dari tujuh bagian yakni: rasionalisasi, identifikasi, sugesti, koformitas, konpensasi, penggantian, dan proyeksi. Lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan kerangka pikir di bawah ini.



Bagan 1 Kerangka Pikir Penelitian