Cakrawala Listra: Jurnal Kajian Sastra, Bahasa, dan Budaya Indonesia
ISSN 2503-5037 (Online), Volume 6, Nomor 2, Desember 2023; 215 - 225
http://journal.fib.uho.ac.id/index.php/cakrawalalistra
10.33772/cakrawalalistra.v6i2.2460

TINDAK TUTUR LITERAL DAN TIDAK LITERAL DALAM UNGKAPAN PENOLAKAN ANTARA PENJUAL DAN PEMBELI

Nurjannah[1*], Sahur Saerudin[2]
[1,]Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Halu Oleo, Kendari
[2,]Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Halu Oleo, Kendari
Email Korespondensi: nurjannah@uho.ac.id

Copyright © 2023 Cakrawala Listra: Jurnal Kajian Sastra, Bahasa, dan Budaya Indonesia
Cakrawala Listra: Jurnal Kajian Sastra, Bahasa, dan Budaya Indonesia is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak : Kajian ini membahas tindak tutur literal dan tidak literal dalam tuturan penolakan serta faktor-faktor yang mempengaruhi tindak tutur tersebut yang digunakan oleh masyarakat dalam kasus jual beli yang terjadi di grup *Facebook* Kendari Jual Beli (KJB) di Kota Kendari. Keunikan bahasa dalam transaksi jual beli *online* di Kota Kendari menjadi dasar penelitian ini. Ketika pembeli dan penjual melakukan transaksi jual beli, ada berbagai bentuk penolakan. Pembeli menggunakan strategi tertentu untuk menolak penawaran penjual secara sopan atau halus. Dengan cara ini, kesalahpahaman dapat dihindari dan kesepakatan transaksi dapat dicapai. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bentuk dalam tuturan penolakan yaitu tindak tutur literal dan tidak literal. Tindak tutur literal berupa tindak tutur literal langsung dan tidak langsung. Tindak tutur tidak literal ditemukan dalam bentuk langsung dan tidak langsung. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya tindak tutur penolakan adalah respon penjual yang lama, urgensi penggunaan barang, pilihan metode pembayaran, ketidakcocokan terhadap deskripsi barang, lamanya proses pengantaran barang, dan lemahnya kontrol dalam jual beli *online.*

Kata Kunci: *Tindak tutur, penolakan, literal, tidak literal*

Abstract: *This study investigates literal and non-literal speech acts in rejection speech as well as the factors that influence these speech acts used by the public in cases of buying and selling that occur in the Kendari Jual Beli (KJB) Facebook group in Kendari City. The uniqueness of language in online buying and selling transactions in Kendari City is the basis for this research. When buyers and sellers carry out buying and selling transactions, there are various forms of rejection. Buyers use certain strategies to politely or subtly reject sellers' offers. In this way, misunderstandings can be avoided and a transaction agreement can be reached. Based on the research results, forms of rejection speech were found, namely literal and non-literal speech acts. Literal speech acts consist of direct and indirect literal speech acts. Non-literal speech acts are found in direct and indirect forms. Factors that influence the occurrence of rejection speech acts are the seller's slow response, the urgency of using the goods, the choice of payment method, mismatch with the description of the goods, the length of the goods delivery process, and weak controls in online buying and selling.*

Keywords*: speech act, rejection, literal, non literal*

PENDAHULUAN

Bahasa sangat penting dalam berkomunikasi dan berinteraksi karena membantu penutur menyampaikan maksud dan tujuan mereka sehingga mitra tutur dapat memahaminya. Untuk mencegah kesalahpahaman, penutur dan mitra tutur harus mematuhi aturan bahasa. Selain elemen konvensional dan gramatikal, aturan tersebut juga mempertimbangkan elemen di luar bahasa, seperti umur, tempat dan waktu ujaran, hubungan sosial, dan lain-lain. Kedua faktor ini mempengaruhi bentuk ujaran dan bagaimana penutur menyampaikan maksudnya.

Bahasa penolakan adalah ujaran yang diucapkan bukan hanya dengan apa yang kita tolak. Tuturan yang diucapkan oleh lawan bicara sebagai reaksi yang kontra atas tuturan orang lain disebut penolakan. Tindak tutur penolakan dapat dianggap sebagai cara untuk menyampaikan perasaan tidak setuju terhadap ungkapan. Penolakan dapat diungkapkan dalam berbagai cara. Jika penolakan disampaikan dengan kalimat yang tidak sopan, itu akan bersifat mengancam dan menampar muka pembicara. Pada dasarnya, untuk tetap sopan dan sopan saat menolak suruhan, ajakan, atau tawaran seseorang, kita harus menolaknya dengan santun dan disertai dengan permintaan maaf (Chaer, 2010:96). Sebenarnya, bahasa penolakan tidak selalu dianggap kasar atau tidak sopan; tergantung pada bagaimana

kita menolak sesuatu, ada yang secara halus, tetapi ada juga yang menggunakan bahasa kasar dan berbagai ucapan (Nurjannah et al., 2023). Penolakan adalah bagaimana seseorang menyampaikan kata "tidak" yang menurut sebagian masyarakat lebih penting daripada jawaban itu sendiri seehingga dibutuhkan keahlian khusus untuk menyampaikan (Arisnawati, 2012). Oleh karena itu, kita harus menggunakan strategi yang tepat saat menolak. Strategi ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung kepada orang yang kita tolak.

Untuk memahami keseluruhan makna yang terkandung dalam ungkapan penolakan harus dihubungkan dengan konteks sosial budaya masyarakat Indonesia, khususnya dalam penelitian ini berkaitan dengan bentuk tindak tutur penolakan dan faktor yang mempengaruhi tuturan ini pada masyarakat Kendari dalam konteks jual beli dengan pendekatan pragmatik. Pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam. Pragmatik juga diungkapkan menurut leech (dalam Wijana, 2009:5) sebagai cabang ilmu bahasa yang mengkaji penggunaan bahasa berintegrasi dengan tatabahasa fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik. Jadi, pragmatik adalah suatu cabang ilmu kebahasaan yang mempelajari tentang maksud penutur terhadap lawan tutur yang dijauhkan dari makna kalimat atau kata. Untuk memahami bahasa, tidak cukup hanya melihat struktur kalimat secara tersurat. Ini karena penggunaan bahasa dalam komunikasi memiliki makna tersirat yang harus dipahami baik oleh penutur maupun lawan bicara. Jika salah satu dari mereka tidak memahami makna ini, komunikasi tidak akan berjalan seperti yang diharapkan. Dalam studi tindak tutur, sebuah kalimat dapat berdampak pada lawan bicara (Arman et al., 2023). Efek ini dapat memengaruhi reaksi lawan bicara, yang mungkin tidak selalu sesuai dengan keinginan penutur.

Komunikasi antara penutur dan mitra tutur tidak selalu sesuai dengan harapan mereka; ini termasuk ungkapan menolak yang diucapkan oleh mitra tutur dalam berbagai cara. Tuturan penolakan sering terdengar dalam percakapan formal dan informal. Dalam situasi yang mirip dengan jual beli, baik penjual maupun pembeli dapat menunjukkan penolakan terhadap penawaran barang, harga, atau jenis barang lainnya. Pembeli dan penjual dapat menggunakan teknik tertentu untuk menolak secara sopan atau halus. Namun, tidak jarang penolakan disampaikan dengan bahasa yang kasar sehingga dapat menyinggung mitra bicaranya.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mempelajari bentuk tuturan penolakan dalam konteks jual beli *online* di Kendari. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan pragmatik untuk mendeskripsikan dan

menjelaskan berbagai tindak tutur penolakan literal dan tidak literal serta fakto-faktor yang mempengaruhi munculnya tuturan penolakan sehingga dilakukan penelitian terhadap percakapan yang terjadi antara penjual dan pembeli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 1994:3), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata yang diucapkan dan perilaku orang yang diamati. Sebagai bagian dari desain desain penelitian ini, deskriptif kualitatif digunakan untuk memahami dan menciptakan bentuk dan strategi tuturan penolakan pada masyarakat kendari dalam konteks jual beli. Data yang digunakan dalam rancangan kualitatif ini berasal dari percakapan tertulis yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terlibat dalam kegiatan jual beli online di grup *Facebook* Kendari Jual Beli (KJB) di Kendari. Penggunaan bahasa dan konteksnya terutama digunakan dalam studi pengungkapan penolakan, di mana tujuan adalah untuk membuat deskripsi, ilustrasi, atau lukisan yang akurat, faktual, dan sistematis tentang fenomena atau hubungannya satu sama lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tindak Tutur Literal

Tindak tutur literal adalah tindak tutur yang maksudnya sama dengan makna kata-kata yang menyusunnya atau dengan kata lain, tuturan tidak memiliki makna yang tersembunyi. Dalam transaksi jual beli, tindak tutur literal lazim digunakan untuk menghindari ambiguitas dalam intepretasi makna.

Tindak Tutur Literal langsung

Data 1

Pembeli *: bisa kah 3 50. Nti ketemu ada warkop bang Djaja dekat bundaran kak. Mw tnya kak ad qt jual rak gntung*

Penjual *: habis k minggu depan bru datang lg barangnya. Mau keep k ?*

Pembeli *: tdk jdmi kak*

Pada data di atas, pembeli menanyakan rak gantung pada penjual tetapi penjual menjawab bahwa barang tersebut tidak tersedia dan akan ada lagi pada minggu depan. Ketika penjual menanyakan apakah pembeli mau

memesan terlebih dahulu. Pembeli menolak secara literal dan langsung seperti dalam kalimat *tdk jdmi kak.*

Data 2

Pembeli : tdk robeji klw kena air atw minyak
Penjual : tdk…anti air dan minyak
Pembeli : oh z mw ambil tp jgnmi pake ongkir soalxsdh bnyk z ambil

Data di atas menunjukkan perckapan antara penjual dan pembeli ketika bertransaksi barang. Pada percakapan tersebut terdapat tindak tutur penolakan pada kalimat *oh z mw ambil tp jgnmi pake ongkir soalxsdh bnyk z ambil.* Pembeli menolak penambahan ongkos kirim dengan alasan sudah banyak berbelanja. Tindak tutur penolakan tersebut disampaikan oleh pembeli secara langsung sehingga termasuk dalam tindak tutur literal langsung.

Tindak Tutur Literal Tidak Langsung

Data 3

Pembeli : Ksih kurang mi
Penjual : 125 gmna mba?
Pembeli : 110 GK bisakh? Pas uangku ksian z mau blikan

Dalam percakapan pada data 1, pembeli menawar harga dari penjual. Setelah penjual menentukan harga yaitu 125 ribu, pembeli menolak dengan bertanya dalam kalimat 110 *GK bisakh?* . Namun, pertanyaan pembeli bukan bertujuan untuk mendapatkan jawaban dari penjual tetapi digunakan untuk menolak dengan menawarkan harga yang lebih rendah. Tindak tutur ini termasuk dalam tindak tutur literal tidak langsung karena tidak ada hubungan antara struktur dengan fungsi kalimat.

Data 4

Penjual : Ok diantar besok nah
Pembeli : Oh tdk bs ini malam? Besok sy mah kerja, plng magrib trs..

Data 2 menunjukkan percakapan antara penjual dan pembeli setelah transaksi jual beli mencapai kesepakatan dan barang akan dikirimkan. Penjual menyampaikan informasi bahwa barang akan dikirmkan pada hari berikutnya. Tetapi, pembeli menolak dengan bertanya *Oh tdk bs ini malam.* Pembeli menghendaki pengiriman dilakukan pada malam harinya karena pembeli tidak berada di rumah kecuali ketika malam hari karena bekerja. Pertanyaan tersebut juga berfungsi untuk mengekpresikan penolakan daripada untuk bertanya sehingga tinak tutur ini termasuk ke dalam tindak tutur literal tidak langsung karena struktur kalimat yang digunakan tidak sesuai dengan fungsi kalimatnya.

Tindak Tutur Tidak Literal

Tindak tutur tidak literal adalah tindak tutur yang maksudnya tidak sama dengan atau berlawanan dengan kata-kata yang menyusunnya. Tindak tutur ini memiliki makna tersembunyi di balik kata-katanya sehingga penjual atau pembeli harus bisa mengenali dan mampu menginterpretasikan makna dengan baik.

Tindak Tutur Tidak Literal Langsung

Data 5

Pembeli : Ad motif lain?
Penjual : yg ijo sisa ini
Pembeli : oh iye mksih. keropi ready kh..?? Cek harga
Penjual : Ada yg 25 dan 35
Pembeli : Oowh kirain 20

Data di atas menunjukkan percakapan antara penjual dan pembeli dalam transaksi barang berupa gorden. Dari percakapan tersebut dapat dilihat bahwa penjual dan pembeli sedang melakukan negosiasi harga. Penjual menyebutkan harga gorden seharga 25 ribu dan 35 ribu. Namun, pembeli menolak dengan kalimat *Oowh kirain 20.* Secara literal, pembeli menyampaikan bahwa harga tersebut menurutnya lebih murah yaitu 20 ribu. Namun, secara tidak literal, kalimat tersebut menolak tawaran harga sebelumnya dari penjual.

Data 6

Pembeli : Apa ini masih ada? Ada motif Gucci?
Penjual : Tdk. Ada Lv
Pembeli : Saya cari yg Gucci

Dalam data di atas merupakan percakapan antara penjual dan pembeli ketika bertransaksi barang. Pembeli menanyakan motif Gucci, tetapi penjual menyampaikan bahwa motif tersebut tidak tersedia. Motif yang ada adalah motif LV. Namun, pembeli menolak tawaran motif dari penjual dengan kalimat *Saya cari yg Gucci.* Secara leksikal, makna kata tersebut berupa penegasan bahwa pembeli menginginkan motif Gucci, tetapi secara tidak literal, kalimat tersebut merupakan bentuk penolakan dari tawaran penjual

Tindak Tutur Tidak Literal Tidak Langsung

Data 7

Pembeli : Ada pilihan modelx? Ada mode lain ?

Penjual : Sisa ini yg ready… ada model rumah, tp ready 3-4 hr lg. Hrga 220, ukuran lbh besar
Pembeli : Sisa pink di ??? Baru laki2 yg mo pake

Data di atas menunjukkan percakapan antara penjual dan pembeli ketika bertransaksi barang berupa tenda mainan. Penjual mengirimkan tenda dengan model rumah berwarna pink. Dalam tuturan tersebut, ada kalimat tanya berupa *Sisa pink di ???*. Kalimat tanya tersebut tidak membutuhkan jawaban tetapi digunakan untuk menolak karena tenda yang ditawarkan berwarna pink dan tidak sesuai dengan jenis kelamin anaknya, yaitu laki-laki. Oleh karena maknanya tidak sesuai dengan makna leksikal katanya, kalimat tersebut termasuk ke dalam tindak tutur tidak literal. Penyampaian tindak tutur tersebut dilakukan secara tidak langsung karna mengggunakan kalimat tanya sehingga struktur dan fungsinya tidak berhubungan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tindak Tutur Penolakan dalam Konteks Jual Beli *Online*

Dalam jual beli *online*, tindak tutur penolakan muncul disebabkan oleh beberapa faktor seperti pada pada urian berikut ini.

Respon penjual yang lama

Kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online* sangat berbeda dengan transaksi jual beli secara *offline* seperti di toko atau pasar. Penjual dan pembeli tidak bertatap muka dan berada pada tempat yang berbeda. Bahkan ketika sedang bertransaksi, penjual dan pembeli bisa sambil melakukan kegiatan yang lain. Yang terpenting adalah adanya jaringan internet. Dalam melayani pelanggan, tak jarang penjual tidak langsung merespon atau membalas *chat* dari para calon pembeli. Hal ini dapat dikarenakan penjual sedang melakukan aktivitas lain dan belum ada kesempatan untuk membuka *handphone* sehingga penjual terlambat merespon *chat* pembeli. Dalam waktu yang sama, bisa jadi pembeli mengirimkan *chat* ke beberapa penjual sehingga pembeli memilih untuk membeli barang kepada penjual yang memberikan respon yang cepat.

Urgensi Penggunaan Barang

Dalam jual beli *online,* terdapat istilah *Pre-Order* (PO). Maksudnya adalah pembeli akan memesan terlebih dahulu dan menunggu dalam waktu tertentu sampai saatnya barang yang dipesannya tersedia. Jika pembeli ingin segera menggunakan barang tersebut, maka biasanya akan menolak

penawaran penjual dengan sistem PO. Hal ini dikarenakan pembeli tidak bisa menunggu waktu pemesanan yang biasanya tidak kurang dari tiga hari. Sistem PO biasa diberlakukan untuk barang-barang tahan lama seperti, pakaian, mukena, sepatu dan lainnya. Barang berupa makanan dan minuman jarang yang menggunakan sistem PO.

Pilihan Metode Pembayaran

Dalam jual beli *offline,* pembayaran dapat dilakukan secara tunai yaitu langsung diberikan dari pembeli kepada penjual. Berbeda dengan kegiatan jual beli *online,* pembayaran dilakukan dengan dua metode atau cara, melalui transfer bank dan *cash on delivery* (COD) yakni pembayaran yang dilakukan ketika barang sudah diterima oleh pembeli melalui kurir yang mengantarkan barang. Sebagian besar pembeli memilih metode pembayaran dengan cara COD dengan alasan bahwa khawatir akan tertipu oleh penjual nakal jika transfer uang terlebih dulu terutama jika calon pembeli berada di luar Kendari. Alasan lain adalah pembeli tidak memiliki rekening sehingga tidak melakukan transfer uang. Namun, yang menjadi kendala bagi penjual adalah tidak tersedianya kurir luar kota yang dapat memberikan jasa COD sehingga pembayaran hanya dapat dilakukan dengan sistem transfer. Bagi sebagian pembeli yang tidak menghendaki pembayaran dengan sistem ini, maka mereka akan menolak atau tidak akan melanjutkan transaksi jual beli.

Ketidakcocokan terhadap deskripsi barang

Tidak hanya tentang harga, deskripsi barang dalam jual beli *online* sangat penting karena pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual. Deskripsi barang tersebut meliputi warna, ukuran, model dan bahan yang mana penjual harus dapat memberikan informasi tersebut secara rinci. Untuk meyakinkan pembeli, penjual tak jarang harus mengirimkan foto nyata atau *realpict* dari suatu barang untuk menyakinkan pembeli karena pembeli akan kurang yakin dengan foto yang digunakan dalam *display* jualan. Penjual harus memiliki kesabaran untuk meladeni permintaan atau pertanyaan dari penjual untuk memberikan informasi yang detail. Jika ada ketidakcocokan terhadap deskripsi barang, pembeli menolak atau tidak melnajutkan transaksi. Tentu saja faktor ini sangat umum ditemukan karena deskripsi barang tidak dapat memenuhi kriteria atau selera pembeli.

Lamanya proses pengantaran

Proses pengantaran yang tidak efisien menjadi salah satu alasan bagi pembeli untuk menolak atau membatalkan dalam konteks jual beli. Misalkan, pembeli minta segera diantar karena pembeli akan pergi atau

melakukan kegiatan lain. Jika penjual tidak bisa memenuhi permintaan tersebut, maka biasanya pembeli menolak atau membatalkan transaksi. Apalagi transaksi yang berupa makanan atau minuman, biasanya pembeli tidak mau menunggu terlalu lama. Penjual biasanya memanfaatkan kurir regular dan kurir *online.* Kurir regular memiliki tarif yang sama untuk pengantaran seluruh kota Kendari sedangkan tarif kurir *online* bertarif sesuai jarak. Jadi, biasanya tarif kurir regular lebih murah dibandingkan yang *online,* tapi membutuhkan waktu pengantaran yang lebih lama karena tergantung dari kapan waktu berangkat kurir dan jumlah pengantaran sesuai antrian dari jarak terdekat. Jadi, jika pengantaran menggunakan kurir regular, pembeli yang butuh pengantaran yang cepat akan menolak atau membatalkan transaksi. Di sisi lain, sebagian pembeli menginginkan pengantaran yang cepat dan lebih murah.

Lemahnya Kontrol dalam Jual Beli Online

Kegiatan jual beli *online* dilakukan oleh pembeli tanpa saling bertatap muka dan di tempat yang berbeda, tidak seperti jual beli di pasar misalnya. Hal ini menyebabkan tidak ada jaminan bahwa transaksi akan berhasil dilakukan meskipun sudah ada kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli. Kondisi ini menyebabkan mudahnya muncul tindak tutur penolakan oleh pembeli. Berbagai alasan dapat dengan mudah diberikan oleh pembeli seperti HP mati atau susah jaringan sehingga kurir tidak dapat menghubungi ketika pengantaran, pembeli sedang ada acara lain sehingga tidak berada di rumah saat pengantaran, dan berbagai alasan lain yang dapat dijadikan alibi oleh pembeli untuk menolak transaksi. Pada situasi ini, penjual pun tidak dapat meminta pertanggungjawaban dari pembeli karena transaksi tidak dilakukan secara langsung dengan penjual. Biasanya yang paling dirugikan adalah kurir yang mengantar. Selain itu, pembeli juga akan dengan mudah untuk menolak sewaktu-waktu dengan hanya mengirim *chat*. Sistem jual beli *online* menyebabkan pembeli dengan mudah untuk menolak atau mambatalkan transaksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dalam interaksi antara penjual dan pembeli pada aktivitas dagang *online* di grup *Facebook* KJB, ditemukan bentuk dalam tuturan penolakan yaitu tindak tutur literal dan tidak literal. Tindak tutur literal berupa tindak tutur literal langsung dan tidak langsung. Tindak tutur tidak literal ditemukan dalam bentuk langsung dan tidak langsung. Tindak tutur penolakan dilakukan dengan dua bentuk yaitu tindak tutur literal dan tindak tutur tidak literal. Faktor-faktor yang

mempengaruhi terjadinya tindak tutur penolakan adalah respon penjual yang lama, urgensi penggunaan barang, pilihan metode pembayaran, ketidakcocokan terhadap deskripsi barang, lamanya proses pengantaran barang, dan lemahnya kontrol dalam jual beli *online.*

DAFTAR PUSTAKA

Arisnawati, N. (2012). Strategi kesantunan tindak tutur penolakan dalam bahasa Makassar. *Sawerigading*, *18*(1), 113-120.

Arman, A., Nurjannah, N., Masri, F. A., Nirmalasari, N., & Mariani, M. (2023). Analisis Gaya Bahasa dalam Iklan Komersil di Kendari. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, *6*(2), 81-90.

Chaer, Abdul. (2010). Kesantunan Berbahasa. Jakarta: Rineka Cipta.

Leech, Geoffrey. (1993). *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Lubis, A. Hamid Hasan. (1991). *Analisis Wacana Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Moleong, Lexy J. (1994). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nadar, F.X. (2009). *Pragmatik & Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nurjannah, N., Martisa, E., Saerudin, S., & Nuru, S. (2023). Strategi Penolakan dalam Konteks Jual Beli Online di Kendari. *JBSI: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, *3*(01), 103-111.

Nurjannah, N., Martisa, E., Saerudin, S., & Putra, A. (2021). TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI KOTA KENDARI. *Seshiski: Southeast Journal of Language and Literary Studies*, *1*(2), 132-143.

Rahardi, R. Kunjana. (2003). *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Rustono. (1999). *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: CV IKIP Semarang Press.

Wijana, I Dewa Putu. (2009). Analisis Wacana Pragmatik. Surakarta: Yuma Pustaka.

Yule, George. (2006). Pragmatik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.