**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

 Seluruh kehidupan manusia tidak akan terlepas dari sebuah komunikasi. Menurut (Rahayu, 2007 : 5) bahasa berarti komunikasi dengan menggunakan media bahasa. Bahasa harus dipahami oleh semua pihak dalam suatu komuntas. Komunitas merupakan penggerak kehidupan. Jadi, tidak mungkin dapat dihilangkan karena manusia merupakan makhluk sosial yang selalu membutuhkan interaksi / hubungan dengan manusia lain. Dalam kehidupan bermasyarakat interaksi ialah sebagai alat komunikasi sebagai penyambung komunikasi dengan yang lain. Bahasa yang digunakan baik bahasa tulis ataupun bahasa lisan.

 Bahasa lisan digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dengan sesama di setiap harinya dengan menggunakan tuturan. Sedangkan bahasa tulis banyak digunakan dalam wacana tulis akan tetapi bahasa tulis juga bisa digunakan dalam bahasa sehari-hari dengan menggunakan sosial media. Bahasa tidak akan terlepas dari lingkungan masyarakat karena bahasa sebagai alat komunikasi. Baik itu perdagangan tradisional maupun perdagangan melalui daring (*online*).

 Seluruh kehidupan bermasyarakat tidak terlepas dari sebuah interaksi yang menggunakan bahasa. Bahasa sebagai alat komunikasi agar hubungan antar manusia dapat terjalin dengan baik serta mudah untuk memahami maksud satu sama lain dalam pembicaraan. Baik menerima informasi maupun menyampaikan informasi. Bahasa digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dari satu orang ke pada orang lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa terlepas dari

sebuah interaksi dari makhluk sosial lain. Oleh karena itu bahasa digunakan sebagai alat peristiwa tutur yang akan penuturkan (orang yang mengatakan) ucapkan kepada mitra tutur (orang yang mendengarkan penutur).

 Tuturan ialah ujaran yang disampaikan kepada mitra tutur sehingga dapat terjadingan peristiwa tutur. Dalam sebuah perdagangan tidak terlepas dari ujaran-ujaran yang di sampaikan baik pembeli ataupun penjual. Perdagangan yang dilakukan di dalam masyarakat tidak hanya perdagangan secara langsung akan tetapi ada juga perdagangan secara daring(*online)* yang dilakukan oleh seseorang ataupun komunitas.

 Perdagangan atau perniagaan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa baik berdasarkan kesepakatan bersama melainkan bukan hasil pemaksaan. Perdagangan tidak hanya dilakukan di pasar tradisional saja akan tetapi jual beli ini bisa dilakukan dengan melalui daring (*online*). Perdagangan melalui daring (*online*) banyak dijumpai disosial media seperti pada Lazada, Fecebook, Instagram, Shopee, Buka Lapak, JD.ID, Sale stock, Blibli.com, Toko pedia, Zalura dan lain-lain. Oleh karena itu masyarakat mudah menggunakan perdagangan melalui daring (*online*) baik menjual ataupun membeli barang. Sehingga masyarakat dipermudah dengan adanya perdagangan melalui daring (*online*) ini.

 Perdagangan melalui daring (*online*) merupakan perdagangan yang memanfaatkan kecanggihan tehnologi seperti media sosial. Media sosial ialah sebuah media daring, dengan peran masyarakat penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Baik dalam perdagangan melaui daring (*online*) maupun tradisional tidak akan terlepas dari sebuah bahasa. Bahasa pedagang memiliki keunikan tersendiri. Pemakaian bahasa yang digunakan pedagang melalui daring (*online*) memiliki tujuan tertentu, sehingga bahasa yang digunakan semenarikmungkin. Pedagang menggunakan tuturan dengan tujuan bisa menarik perhatian pembeli agar pembeli dapat memesan dagangannya. Dengan banyaknya pesaing dalam perdagangan melalui daring (*online*) penjual berupaya meyakinkan pembeli dengan tuturan dan kualitas dagangannya tanpa ada penipuan.

 Tuturan yang digunakan pada pedagang melalui daring (*online*) ialah menggunakaan tuturan komisif. Tipe tuturan komisif yaitu *promises* (perjanjian) dan *offers* (menawarkan). Tipe tuturan komisif menawarkan ialah sebagai berikut contohnya :(1)“produk yang tampil semua *ready*, silahkan hubungi pihak lazada, pengiriman tergantung pihak ekspedisi kami, hanya *seller*”. (2) “Hi, itemnya *ready* untuk dibeli sekarang.Silahkan langsung pesan ya!”. (3)“Hi, silahkan mengecek ukuran yang tersedia di *dropdown list* pilihan ukuran. Jika tidak tersedia ukuran yang diinginkan, silahkan mengklik *link* tidak dapat menemukan ukuran pada *dropdown list* pilihan ukuran untuk mendapatkan *email* pemberitahuan jika stoknya sudah tersedia”.

 Tuturan-tuturan yang di gunakan oleh *seller* diatas ialah sebagai contoh dari tindak tutur komisif pada pedagang melalui daring (*online*). Jadi, dengan adanya ulasan-ulasan diatas penelitian ini memfokuskan pada tipe tuturan komisif dengan menggunakan kajian pragmatik. Pragmatik adalah studi tentang makna yang disampaikan oleh penutur (penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (pembaca). Jadi maksud prgamatik disini ialah studi tentang maksud penutur. (Yule, 2014 : 03). Penelitian ini dilakukan karena media sosial sudah sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Dengan kecanggihan peradapan masa ini penelitian ini di fokuskan pada tuturan konsumen dan *seller* pada perdagangan melalui daring (*online*).

 Penelitian ini dilakukan karena kemajuan teknologi pada masa ini sangat pesat sehingga banyak masyarakat menggunakan media sosial baik digunakan untuk mendapatkan informasi ataupun jual beli barang dan jasa. Jadi penelitian memiliki rumusan masalah (1) bagaimana bentuk *promises* (menjanjikan) dalam tipe tuturan komisif pada pedagang melalui daring (*online*) dang (2) bagaimana bentuk *offers* (menawarkan) dalam tipe tuturan komisif pada pedagang melalui daring (*online*). Sehingga membentuk penelitian ini yang berjudul “Tipe Tuturan Komisif Pada Pedagang Melalui Daring (*Online*)”.

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan di muka, maka rumusan masalah ini adalah

1. Bagaimana bentuk *promises* (menjanjikan) dalam tipe tuturan komisif pada pedagang melalui daring (*online*)?
2. Bagaimana bentuk *offers* (menawarkan) dalam tipe tuturan komisif pada pedagang melalui daring (*online*)?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Menanalisis bentuk *promises* (menjanjikan) dalam tipe tuturan komisif pada pedagang melalui daring (*online*).
2. Menganalisis bentuk *offers* (menawarkan) dalam tipe tuturan komisif pada pedagang melalui daring (*online*).

**1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan penelitian lain baik sebagai referensi bagi pembaca untuk memahami tipe tuturan dalam masyarakat, sebagai tambahan pembelajaran khususnya dalam bidang kebahasaan dan sebagai bahan untuk memberi informasi dalam masyarakat agar mengetahui analisis tipe tuturan komisif pada pedagang melalui daring (*online*).
2. Manfaat teoritis, penelitian ini ditujukan untuk memperkaya khasanah penelitian tentang tipe tuturan komisif yang dikaji dengan analisis pragmatik. Penelitian ini juga diharapkan mampu mengetahui bentuk-bentuk tipe tuturan komisif yang digunakan dalam sebuah tuturan bahasa.

**1.5 Definisi Operasional**

1. Tuturan komisif adalah suatu ujaran yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan segalahal yang disebutkan.
2. Bentuk *promises* adalah tindakan yang mewajibkan seseorang itu sendiri untuk bertindak sesuai dengan apa yang di ujarkan.
3. Bentuk *offers* adalah usulan yang mewajibkan seseorang untuk mengikuti ujaran yang telah ia terima.
4. Pedagang *online* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem *online*.