

Peran Power, Distance, dan Rank of Imposition dalam Variasi Strategi Ketidaksantunan di Pasar Tradisional Sukoharjo

Anisah Hanif^{1*)}

Djarmika²

Rahmaditya Khadifa Abdul Rozzaq Wijaya³

Sebelas Maret University^{1,2,3}

*) Penulis Korespondensi: Jl.Ir. Sutami No. 36. Ketingan, Kec Jebres, Kab/Kota Surakarta, Kode Pos 57126, Indonesia
Posel: anisahhanif4@gmail.com

Abstrak: Fenomena bahasa terkait penggunaan strategi kesantunan dan ketidaksantunan selalu dikaitkan dengan usaha penyelamatan muka mitra tutur/FTA. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan peran teori konteks (power, distance, dan rank of imposition) dalam variasi strategi ketidaksantunan berbahasa di pasar tradisional Sukoharjo. Penelitian pragmatic dengan meninjau tiga dimensi konteks ini bersifat kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini berbentuk tuturan langsung penjual dan pembeli yang mengakomodasi strategi ketidaksantunan berbahasa dengan bahasa Jawa mengenai situasi pasar keseluruhan termasuk kegiatan transaksi dan di luar kegiatan transaksi. Hasil penelitian ini yaitu tingkat kekuasaan ini didasarkan pada status sosial, kelas sosial, peran dalam situasi tutur, usia, jenis kelamin, dan kekuatan fisik. Semua bagian tersebut mempengaruhi power yang dimiliki penutur yang didasarkan pada konteks peristiwa tutur. Beban imposition yang ada lebih banyak ditemukan dalam data pembeli sebab pembeli lebih banyak memiliki keinginan positif dalam berinteraksi, bertransaksi dalam situasi kebahasaan di pasar. Ketiga faktor besar konteks tersebut sangat mempengaruhi kemunculan data penggunaan strategi ketidaksantunan yang ada dalam situasi tutur di pasar tradisional Sukoharjo.

Kata Kunci: Ketidaksantunan; konteks; power; distance; imposition rank; pasar tradisional

The Role of Power, Distance, and Imposition Rank in Impoliteness Strategies Variations in Traditional Market

Abstract: Language phenomena related to the use of impoliteness strategies are always associated with efforts to do FTA. This study aims to find out the role of context theory (power, distance, and rank of imposition) in various language impoliteness strategies in Sukoharjo traditional markets. This pragmatic research by reviewing three dimensions of context was descriptive qualitative research. The data were in form of direct speech between sellers and buyers which accommodate impolite strategies in Javanese regarding overall market situation including transaction and non-transaction activities. The results of this study were the level of power based on social status and class, speech situations role, age, gender, and physical strength. All of these parts affect the power that speakers have based on the context of speech event. The imposition rank found in the buyer's strategies because more buyers have a positive desire to interact and transact in language situations. These three major context factors greatly influence the appearance of data on the use of impolite strategies in speech situations in the Sukoharjo traditional market.

Keywords: Impoliteness act, power, distance, imposition rank, traditional market

Article History: Diterima: 1-01-2023; Direvisi: 6-06-2023; Diterima: 30-06-2023; Diterbitkan: 30-06-2023

Gaya sitasi (MLA edisi ke-7): Hanif, Anisah, Djarmika, and Rahmaditya Khadifa Abdul Rozzaq Wijaya. "Peran Power, Distance, dan Rank of Imposition dalam Variasi Strategi Ketidaksantunan di Pasar Tradisional Sukoharjo." *Hortatori: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 7.1 (2023): 22–32. Print/Online. **Pemegang Hak Cipta:** Anisah Hanif, Djarmika, Rahmaditya Khadifa Abdul Rozzaq Wijaya. **Publikasi Utama:** Hortatori: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (2023).



Proses ini berada di bawah lisensi *Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License*

Pendahuluan

Fenomena bahasa terkait penggunaan strategi kesantunan dan ketidaksantunan selalu dikaitkan dengan usaha penyelamatan muka mitra tutur/FTA. Kesantunan dan ketidaksantunan sebetulnya semacam dua sisi mata koin, saling bertolak belakang. Meskipun demikian, kesantunan dan ketidaksantunan sangat dekat dan menyentuh semua ranah dalam bertutur, entah siapa penutur dan mitra tuturnya, entah di mana tempat tuturnya, entah dalam konteks atau situasi tutur seperti apa. Sadar ataupun tidak, dalam bertutur kita melibatkan kedua prinsip utama strategi kesantunan dan ketidaksantunan.

Culpeper (2008: 36) mengemukakan bahwa ketidaksantunan merupakan perilaku komunikasi yang berniat menyerang muka target (mitra tutur) atau menyebabkan target (mitra tutur) menjadi merasa demikian. Maksud definisi ini adalah bahwa tindakan ketidaksantunan bergantung pada niat penutur dan pemahaman mitra tutur dari niat penutur dan hubungan mereka. Dengan kata lain, suatu tindakan mungkin dapat dikualifikasikan sebagai tindakan tidak santun apabila mitra tutur telah menganggap bahwa penutur *merusak* atau *menghilangkan muka* mitra tutur dan menampakkan tindakan mengancam.

Culpeper (2005: 38) menjelaskan secara rinci bahwa ketidaksantunan dapat terjadi jika dalam berkomunikasi penutur bertujuan menyerang muka mitra tutur, mitra tutur merasakan bahwa penutur melakukan perilaku menyerangnya, atau kombinasi dari dua kondisi tersebut. Culpeper mengungkapkan “*Impoliteness comes about when (1) the speaker communicates face attack intentionally, or (2) the hearer perceives and/or constructs behaviour as intentionally face-attacking, or a combination of (1) and (2)*”.

Sejalan dengan hal itu, Purnanto (2015) memperjelas “Semakin besar otoritas yang dimiliki semakin leluasa pula kesempatan untuk bertutur. Sebaliknya, semakin kecil otoritas semakin sempit pula kesempatan untuk bertutur.” Dalam hal penyerangan *muka*, pihak dengan *power* lebih tinggi dalam sebuah tuturan lebih berpotensi untuk melakukan ketidaksantunan. Hal ini berhubungan dengan kekuasaan yang dimilikinya untuk dengan sengaja melakukan *penyerangan muka* terhadap mitra tutur, atau mempertahankan muka sendiri dengan melakukan *penyerangan muka*. Tingkat keakraban atau jarak sosial antara pihak yang terlibat dalam sebuah tuturan juga berpengaruh pada penggunaan bahasanya. Semakin akrab jarak sosialnya, maka akan semakin berpotensi melakukan ketidaksantunan. Berbanding terbalik dengan semakin jauh jarak sosialnya maka akan cenderung semakin menghargai *muka* lawan tuturnya.

Penelitian kesantunan dan ketidaksantunan marak dilakukan. Dalam situasi tutur media novel, cerpen, film, acara debat, *talkshow* maupun acara-acara yang diunggah dalam kanal *Youtube*. Maka, penelitian pragmatik dalam artikel ini tidak mengambil sumber media, melainkan penelitian langsung/*field research*. Lokasi penelitian yang dimaksud yakni pasar tradisional di Sukoharjo. Interaksi dan situasi tutur di pasar tradisional cenderung akan lebih natural, sebab masih dimungkinkan adanya proses transaksi/tawar-menawar, sehingga interaksi tersebut dapat disoroti dari segi penggunaan strategi kesantunan dan ketidaksantunannya. Penentuan harga dalam pasar tradisional dikatakan terbuka, dan antarpemula dapat memberikan harga berbeda (bergantung pada selisih juga untung dan harga tengkulak masing-masing penjual). Tidak hanya dalam hal transaksi, situasi bahasa yang dimaksud juga di luar kegiatan transaksi saja supaya hasil penelitian ini lebih komprehensif. Situasi bahasa yang melingkupi semua tuturan yang terjadi di pasar tradisional Sukoharjo sebagian besar penjual dan pembelinya menggunakan bahasa Jawa, maka dari itu penelitian ini akan menjelaskannya menggunakan bahasa Indonesia dengan mentransliterasi data ke dalam bahasa Indonesia.

Penelitian mengenai ketidaksantunan tuturan saat ini masih dalam lingkup strategi ketidaksantunan saja (Supaat et al, 2021; Mayaningtyas et al, 2020; Laksono, 2020; Fauzi et al, 2020; Sutrisna et al, 2020; Vani et al, 2020; Tasliati, 2019; Suryanti, 2019; Wigati, 2017; Azma, 2016; Dafiqi, 2016; Haryanto, 2015; Tasliati, 2015; Fhitri et al, 2014; Fatimah et al, 2014; Mansor et al, 2014). Selain penelitian ketidaksantunan berbahasa, terdapat pula penelitian yang berhubungan dengan kesantunan berbahasa dari Isnaniah et al (2022) dengan judul “Politeness Strategy in Minang Language in Tenggelamnya Kapal van Der Wijck Film”. Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti bertolak pada strategi ketidaksantunan Culpeper, tetapi belum sampai pada ranah subkategori dari masing-masing strategi (substrategi) dengan didasarkan adanya peran *power*, *distance*, dan *rank of imposition*. Misalnya, pada strategi ketidaksantunan positif. Kategori dari strategi ketidaksantunan positif tidak dianalisis lebih lanjut hingga menemukan substrategi ketidaksantunan berbahasa, bahkan variasi substrateginya dengan tumpuan teori konteks P, D, R. Dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan, fokus penelitian sebatas menyebutkan wujud atau tuturan yang mengandung ketidaksantunan dan strategi yang digunakan oleh penutur ketidaksantunan (secara garis besar

saja). Searah dengan hal tersebut, dari penelitian yang telah dilakukan sebagian besar menggunakan pertimbangan penanda pragmatis saja, belum melibatkan penanda ketidaksantunan segmental; pilihan kata dan gaya bahasa saat ketidaksantunan tersebut dituturkan. Terlebih lagi, penelitian ketidaksantunan berbahasa yang telah dilakukan belum mempertimbangkan kemunculan data berdasarkan pelibatan *power*, *distance*, dan *rank of imposition*. Sehingga belum diketahui dengan detail penggunaan strategi ketidaksantunan dan kesantunan tersebut dengan kapasitas tingkat kekuasaan, jarak sosial, maupun tingkat pemaksaannya yang nantinya dapat dianalisis lebih mendalam maka dari itu hasil penelitian ringkas ini akan lebih mendetail dalam bagian analisis temuan. Penelitian ini memunculkan riset *gap* terkait dengan peran teori konteks (*power*, *distance*, dan *rank of imposition*) dalam peristiwa tutur yang terjadi di pasar tradisional dalam hal transaksi maupun di luar transaksi barang. Brown & Levinson (1987) menyatakan peran teori konteks tersebut sebagai berikut: (1) *power* atau *relative power* merupakan dimensi sosial yang asimetris. Hal ini merupakan derajat bagi peserta untuk bisa membebaskan rencananya sendiri dan mengevaluasi diri; (2) *distance* merupakan dimensi sosial dari kesamaan/perbedaan antara penutur dan mitra tutur. Hal ini sering didasarkan pada frekuensi berinteraksi, dan timbal balik dalam memberi dan menerima muka positif merupakan gejala kedekatan sosial; dan (3) *rank of imposition* merupakan pengurutan pembebanan sesuai dengan sejauh mana pembebanan itu menimpa keinginan wajah seseorang yang berinteraksi dalam budaya dan situasi tertentu. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah: (a) Bagaimanakah Strategi Ketidaksantunan Berbahasa yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di Pasar Tradisional Ir. Soekarno Sukoharjo?; (b) Bagaimanakah pengaruh *Power* (P), *Distance* (D), dan *Rank of Imposition* (R) terhadap penggunaan Strategi Ketidaksantunan Berbahasa yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di Pasar Tradisional Ir. Soekarno Sukoharjo?

Metode

Penelitian mengenai peran tiga dimensi kontekstual dalam strategi ketidaksantunan berbahasa di pasar tradisional Sukoharjo ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dalam penelitian ini berbentuk tuturan langsung dalam bahasa Jawa lalu ditambahkan transliterasi ke bahasa Indonesia untuk memudahkan menyampaikan hasil temuan. Tuturan-tuturan tersebut mengakomodasi adanya strategi ketidaksantunan berbahasa dengan variasi substrategi tertentu yang dikelompokkan ke dalam beberapa temuan. Data tidak terbatas pada kegiatan transaksi saja melainkan juga mengenai situasi kebahasaan secara keseluruhan yang terjadi saat peristiwa tutur berlangsung. Sumber data penelitian ini yakni dari hasil riset lapangan di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo dengan berfokus pada penggunaan strategi ketidaksantunan berbahasa penjual dan pembeli. Data lingual tersebut dihasilkan dengan metode simak dan teknik lanjutan catat dan rekam. Peneliti tidak terlibat dalam kemunculan data. Analisis data dilakukan dengan pertimbangan konteks; *power*, *distance*, dan *rank of imposition*. Waktu pengumpulan data 12 September 2022-26 Oktober 2022. Data terkumpul sebanyak 52 dengan kriteria mengakomodasi ketidaksantunan berbahasa yang dituturkan oleh penjual maupun pembeli di Pasar Tradisional Ir Soekarno Sukoharjo. Validitas data dilakukan dengan triangulasi metode. Santosa (2021:69) menjelaskan bahwa triangulasi metode merupakan teknik triangulasi yang berkaitan dengan teknik memperoleh atau mengumpulkan data. Data dalam penelitian ini diambil dari data kejadian, sehingga data dapat diperoleh dengan teknik observasi atau teknik simak dan catat (Sudaryanto, 2015).

Hasil dan Diskusi

Dalam penelitian singkat ini, strategi ketidaksantunan yang digunakan oleh penjual dan pembeli dalam situasi bahasa pasar tradisional di Sukoharjo meliputi empat strategi. Keempat strategi tersebut yakni strategi ketidaksantunan langsung (*bald on record impoliteness*), strategi ketidaksantunan positif (*positive impoliteness*), strategi ketidaksantunan negatif (*negative impoliteness*), dan strategi kesantunan semu atau sarkasme (*mock politeness*). Keempat strategi tersebut diuraikan sebagai berikut.

Strategi Ketidaksantunan Langsung (Bald on Record Impoliteness)

Strategi ketidaksantunan secara langsung yang dilakukan oleh penjual (yang seterusnya ditulis PJ) dan pembeli (seterusnya ditulis dengan PB) di pasar tradisional Sukoharjo diuraikan pada bagian ini. Strategi ketidaksantunan secara langsung adalah strategi ketidaksantunan yang bertujuan untuk menyerang

muka mitra tutur secara langsung dan jelas. Data yang menunjukkan adanya strategi ketidaksantunan langsung antara lain:

(1) **Konteks:** Peristiwa tutur terjadi saat pembeli membawa manggis yang telah dibeli dalam plastik kresek hitam. Manggis tersebut diketahui sudah mengeras dan tidak bisa dikonsumsi bahkan dibuka lagi (tidak dapat dipisahkan kulit dan daging buahnya). Dalam peristiwa tutur tersebut, penjual menunjukkan ketidakpeduliannya (untuk mengganti atau sekadar meminta maaf) dan itu menyebabkan pembeli marah.

PB : *Manggis kok kaya watu ngene ki apa ya kenek dipangan.* (Manggis kok semacam batu seperti ini apa bisa dimakan?)

PJ : *Hla wong ya wolung ewunan buu buu. Sing rolas ewu iki iki iki.* (Hla memang yang delapan ribuan, buu buu. Ini yang dua belas ribu ini ini ini)

PB : *Rungokna sik! Sing tak rasakke karo sing digawa mulih beda. Kowe ki mbok ya sing genah dodolan, marai ra bali! Bejo...bejo... urung sido tak gawa sekolah!* (Dengarkan dulu! Yang saya rasakan dan yang saya bawa pulang berbeda. Anda itu kalau jualan yang betul, buat pelanggan tidak kembali! Untung...untung...belum jadi saya bawa ke sekolah)

PJ : *Wong ya bathi ora sepiro o. Yo wis tak ijoli, imbuh patang ewu ya, Bu.* (Untung saya juga nggak seberapa. Iya sudah saya tukar, tapi tambah empat ribu ya, Bu.)

PB : *Rasah! Karepmu! Ora arep mangan manggis!* (Tidak! Terserah! Tidak akan makan manggis)

Pada data (1) strategi ketidaksantunan secara langsung melibatkan penutur ketidaksantunan pembeli (PB) dan mitra tuturnya penjual (PJ). Strategi ketidaksantunan terdapat dalam tuturan yang dicetak tebal. Pembeli menyampaikan tuturannya dengan terus terang, tegas, langsung, dan tidak berbelit-belit. Pembeli juga tidak menggunakan sapaan *Ibu/Bu* pada penjual, justru menggunakan sapaan *kowe*. Sapaan *kowe* dengan diperuntukkan bercakap dengan mitra tutur yang apabila dilihat dari segi usia lebih tua dari penutur dapat dianggap sebagai bentuk ketidaksantunan berbahasa. Apalagi data (1) tuturan PB diucapkan dengan intonasi meninggi dengan cakupan beberapa orang di sekitar mendengar peristiwa tutur tersebut, sehingga PB secara langsung dengan berani menyerang muka mitra tuturnya (PJ).

Data (1) Pembeli menggunakan strategi ketidaksantunan langsung sebab ia ingin membuat penjual terpojok dan mengakui kesalahan yang telah dilakukannya (berikut barang bukti manggis yang telah dibawa oleh PB). Sikap penjual yang memberikan alasan yang tidak masuk akal membuat pembeli marah dan menunjukkan sikap kesal kemudian direalisasikan dengan strategi ketidaksantunan langsung tersebut. Faktor yang dimungkinkan mendukung pembeli menggunakan strategi ini sebab keinginan pembeli untuk dengan sengaja tidak mengindahkan muka mitra tutur yang disebabkan adanya konflik kepentingan (*complain* PJ kepada PB).

Analisis terkait peran *power*, *distance*, dan *rank of imposition* dalam data (1) yakni Strategi ketidaksantunan pembeli tersebut digunakan oleh pembeli dengan *power*/tingkat kekuasaan lebih rendah dari penjual. Dalam kaitannya dengan tingkat kekuasaan, penjual lebih *powerfull* sebab penjual dapat mengontrol dan memiliki kewenangan atas barang dagangannya (dilihat dari *institutionalized role*-nya). Peristiwa tutur tersebut terjadi di pasar tradisional, sehingga penjual dikatakan lebih tinggi tingkat kekuasaannya daripada pembeli. Secara etnis, keduanya sama-sama berada dalam lingkup peristiwa tutur bahasa Jawa dan cenderung menggunakan *ngoko*. Beberapa komponen yang menunjukkan keseimbangan yakni penjual dan pembeli dalam data (1) dari jenis kelamin sama-sama wanita, dari segi kekayaan/*wealth* tidak dapat dianalisis. Sedangkan beberapa hal yang cenderung tidak searah yakni jika dipandang dari segi status sosialnya, penjual dan pembeli tersebut jelas berada dalam profesi yang berbeda. Dari data (1) diketahui bahwa pembeli adalah sebuah *tenaga pendidikan* yang diasumsikan berdasarkan tuturannya "...*urung sida tak gawa sekolah.*" didukung dengan baju seragam warna khaki. Usia keduanya terpaut cukup jauh apabila dilihat dari penampilan fisik dan mimik wajah, sejalan dengan kekuatan fisiknya.

Analisis dari segi *distance* atau jarak sosial/tingkat keakraban dalam data (1) peserta tutur dikatakan tidak akrab atau jauh sebab Penjual menggunakan sapaan *Bu* dan tidak diikuti nama atau julukan akrabnya. Misal *Bu Nining*, *Bu Guru*, dan lain-lain yang mengarah pada adanya jarak sosial yang dekat. Hal ini diperkuat dengan peran pembeli yang menunjukkan *complain* dengan tuturan "...*marai ra bali.*" yang menunjukkan ketidaksantunan pembeli untuk membeli manggis di tempat yang sama itu lagi. Peneliti memperkirakan maksud tersebut atas dasar strategi ketidaksantunan *bald on record* yang digunakan oleh

pembeli. Secara frekuensi pertemuan, kedua peserta tutur telah bertemu minimal dua kali; kali pertama membeli manggis, kali kedua mengembalikan satu plastik kresek hitam manggis yang keras dan tidak bisa dikonsumsi.

Dari sudut pandang *rank of imposition* pembeli lebih tinggi dari penjual. Hal ini dilihat dari FTA yang dilakukan pembeli kepada penjual untuk menunjukkan adanya komplain terkait kerusakan barang yang dibeli. Tutaran yang telah dicetak tebal dalam data (1) menunjukkan adanya ancaman/serangan FTA kepada penjual, terlebih dituturkan di muka umum dan dengan intonasi tinggi dan nada marah/kesal. Secara keseluruhan, tingkat pembebanan yang terjadi yakni pada pihak pembeli sebab, pembeli telah menukar barang *manggis* tersebut dengan uang, sehingga asumsinya barang yang telah dibeli juga dapat dimanfaatkan selayaknya uang yang telah didapatkan oleh penjual. Terlebih pembeli akan diganti dengan manggis yang harganya lebih tinggi dengan menambahkan uang (seperti pembeli lainnya, yang tidak memiliki riwayat pembelian/komplain). *Imposition* terhadap keinginan positif pembeli untuk menunjukkan komplain dengan maksud diganti dengan manggis baru menunjukkan adanya beban *imposition* tersebut pada diri penutur ketidaksantunan berbahasa. Beban tersebut juga direalisasikan dalam tuturan penjual "*Wong ya bathi ora sepiro o. Yo wis tak ijoli, imbuh patang ewu ya, Bu.*" Maksud dari tuturan ini yakni penjual menunjukkan keluhan mengenai untung yang tidak seberapa didapatkannya dan usaha untuk mengganti dengan catatan mau menambah empatribu rupiah.

Strategi Ketidaksantunan Positif (Positive Impoliteness Strategy)

Substrategi yang ditemukan dalam penelitian memiliki beberapa variasi, seperti Substrategi ketidaksantunan positif penggunaan kata kasar dan tidak santun; menggunakan kata sifat, nama binatang dan kata makian. Substrategi menunjukkan ketidaktertarikan dengan mitra tutur; tidak tertarik dengan barang dagangan dan tidak tertarik dengan penampilan atau kondisi fisik mitra tutur. Selanjutnya, substrategi sengaja mengabaikan mitra tutur dilakukan dengan mengalihkan pembicaraan ke topik lain, menunjukkan ketidakpahaman mengenai topik yang dibahas, dan tidak menghiraukan pertanyaan. Terakhir, substrategi menyangkal kesamaan dengan mitra tutur ditemukan dengan penanda lingual *alaah prettt*. Salah satu contoh substrategi penggunaan kata kasar dan tidak santun dengan variasi kata sifat *kere* yang menunjukkan keluhan.

(2) **Konteks:** Pembeli yang biasanya memborong kelapa yang dibawa menggunakan ember cat besar. Biasanya Pembeli tersebut dibantu oleh rekan/adiknya. Tetapi, pada kesempatan saat itu, Ia sendiri yang harus mengangkut puluhan kilo kelapa menggunakan becaknya.

PJ : *Lha Santosa ning ngendi, Dhe? Biasane melu ngusungi.* (Santosa ke mana, Dhe? Biasanya ikut membantu)

PB : *Malah dolan ning Sala kae, Pak. Kere-kereee, semene akeh e tak gawa dewe?* (Malah main ke Solo dia. Kere-kere segini banyak tak bawa sendiri?)

PJ : *Kui wis dilongi pitung kilo.* (Itu sudah dikurangi tujuh kilogram.)

Dalam data (2) Pembeli menggunakan strategi ketidaksantunan positif menggunakan kata kasar dan tidak santun dengan perwujudan kata sifat yang ditujukan untuk mengungkapkan keluhan dan kekesalan terhadap pihak lain. Kata sifat *kere* ini juga menunjukkan sumpah serapah yang ditujukan pada pihak lain yang dimaksud (bukan mitra tuturnya). Meski demikian, representasi kata sifat *kere* tersebut juga menunjukkan adanya ketidaksantunan berbahasa. *Kere* kata sifat yang digunakan untuk menunjukkan kondisi ekonomi seseorang dengan makna cakapan sebagai pengganti diksi sangat miskin atau gembel.

Pada data (2) yang bercetak tebal mengandung maksud pembeli tersebut menggunakan sumpah serapah atas dasar peran *power*, *distance*, dan *rank of imposition*. Pertimbangan kemunculan data tersebut didasarkan pada pelampiasan kekesalan PB terhadap pihak lain. Konteks yang ada mendukung kemunculan data sebab pihak lain tidak ada yang membantu seperti biasa. *Power* yang terindikasi dalam data ini dapat dilihat dari segi *power* Penjual. Penjual membiarkan pembeli mengangkut barang yang telah dipesan/dibeli seperti biasanya. Meskipun dapat dilihat dalam konteks peristiwa tuturnya, pembeli tidak bersama dengan temannya (pihak lain). Meskipun penjual telah menanyakan keberadaan pihak lain, tetapi penjual juga tidak membantu pembeli tersebut. Ditinjau dari penggunaan sapaannya, keduanya memiliki keterpautan usia yang tidak begitu jauh. Sapaan *dhe* digunakan sebagai sapaan yang umum digunakan di pasar untuk menyapa sesama pedagang, pembeli, atau antarkeduanya. Sapaan *pak* di sini terkait erat dengan kelas sosial yang dianggap lebih tinggi dari *dhe*. Apabila dilihat dari *distance*, kedua peserta tutur akrab, hal ini

kemungkinan terjadi karena intensitas bertemunya antarpeserta tutur. Begitu pula pada beban *impositionnya* dapat ditemukan lebih banyak pada PB (pembeli) hal ini dapat dibuktikan sebab ia harus mengangkat pesanan kelapa tersebut sendiri dan membutuhkan waktu yang relatif lebih lama dari biasanya.

Kasus lain terkait dengan strategi ketidaksantunan positif yang menarik untuk disoroti yakni adanya substrategi menunjukkan ketidaktertarikan dengan mitra tutur, lebih spesifiknya tidak tertarik dengan barang dagangan mitra tutur. Data yang merepresentasikannya sebagai berikut:

(3) **Konteks:** Penjual sedang menawarkan dagangannya sembari mengibas-ibaskan kain di atas dagangannya. Situasi pasar pagi dan ramai, sehingga belum begitu dijumpai tukang parkir. Pembeli menghentikan sepeda motornya tepat di depan lapak penjual. Pembeli masih mengenakan helmnya sambil melihat-lihat dagangan dan membuka dompet.

PJ : *Tahu, tempe, gembus anget-anget digoreng engko sore, Nyah.* (Tahu, tempe, tempe gembus, hangat-hangat digoreng nanti sore, Nyonya.)

PB : *Ora enek sing mangan ya, sing seneng tempe ning pondhok.* (Tidak ada yang makan ya, yang senang sama tempe sedang di Pondok.)

PJ : *Udan-udan* (Hujan-hujan)

PB : *Ealah sopo ngomong udan wong iki panas e ngenthang-ngenthang ngene* (Aduuh, siapa bilang hujan orang ini panas sekali.)

PJ : *Ya mengko sore udanne, Nyah* (Ya, nanti sore hujannya, Nyonya.)

PB : *Yawis tahu pong e wae rong adah* (Ya sudah, tahu pongnya saja 2 wadah)

PJ : *Gembus e ora sisan ta, Nyah?* (Gembusnya nggak sekalian, Nyah?)

PB : *Ora sah, keple-keple ngono. Ra isoh diiris.* (Tidak usah, lembek seperti itu. Tidak bisa diiris.)

Peran *power* dalam data (3) lebih cenderung berada pada pihak penjual sebab penjual memiliki kekuasaan untuk menawarkan semua dagangannya (termasuk yang dibutuhkan dan tidak dibutuhkan oleh pembeli). Penjual juga memberikan penawaran barang dagangan tersebut atas dasar beberapa alasan persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi atau membujuk pembeli. Hal ini terkait erat pula dengan peran sosial antarpeserta tutur; penjual dan pembeli.

Faktor jarak sosial data (3) apabila dilihat dari interaksi secara keseluruhan dapat diindikasikan keduanya tidak begitu akrab, tetapi sudah pernah bertemu. Dapat dilihat dari penggunaan sapaan *Nyah/Nyonya* untuk Ibu-ibu (PB) yang usianya relatif lebih muda dari penjual. Dengan jarak tersebut, PB sangat dimungkinkan melakukan strategi ketidaksantunan ini dengan penggunaan sapaan yang lebih terhormat dibanding mitra tuturnya. Meski demikian, ada tuturan yang mengarahkan bahwa keduanya telah saling mengenal yakni *sing seneng tempe ning pondhok*. Secara tidak langsung membagikan informasi yang sudah diketahui *yang senang tempe* dan *yang sedang di Pondok* tersebut siapa. Tingkat bebannya juga lebih banyak dirasakan oleh penjual sebab lebih banyak usaha dan lebih rentan terkena ancaman muka dalam bentuk penolakan atau ketidaktertarikan.

Substrategi yang bertujuan menyerang muka positif mitra tutur lain dilakukan dengan menggunakan julukan yang tidak pantas/*innappropriate identity*. Substrategi ini dapat diidentifikasi penanda lingualnya berupa kata yang digunakan untuk memanggil tetapi tidak santun terkait dengan konteks peristiwa tutur maupun mitra tuturnya.

(4) **Konteks:** Terlihat seorang penjual laki-laki berdiri menghadang motor yang melintas (Pembeli yang dimaksud). Pembeli tersebut Ibu-ibu paruh baya. Penjual mencoba mematikan mesin motor pembeli dengan cara mencabut kunci motornya. Pembeli masih menaiki motornya dan menunjuk ke arah barang dagangan. Pembeli merupakan salah satu pelanggan dari Bapak yang berjualan bandeng presto.

PB: *Luarangeeee ra mekakat. Siji wae neknu aku!* (Maahaaaaal sekali. Saya satu saja kalau begitu!)

PJ: *Karo yayang e murah yaa iki. Aku nyah-nyoh ya yen karo kowe.* (Sama Yayang-nya murah ini. Saya memberikan semuanya.)

PB: *Halah hla wingi diwenehi pirang-pirang.* (Aduh, kemarin diberi banyak.)

PJ: *Wingi wis do nggo rayahan. Iki pumpung enek tak kekne kowe kabeh.* (Kemarin untuk rebutan. Sekarang pumpung ada tak berikan semuanya.)

PB: *Ya.*

Tingkat kekuasaan yang ada dalam data tersebut jelas terlihat dalam tuturan PJ laki-laki yang menghadang salah satu pelanggannya yang sedang melintas di jalan pasar. Hal ini dititik beratkan pada peristiwa tutur terjadi di lingkungan pasar, jenis kelamin keduanya berbeda dengan asumsi bahwa laki-laki lebih memiliki kekuasaan atau kekuatan terlebih untuk menghentikan motor yang sedang berjalan pelan. Secara *distance* atau jarak sosial antarkeduanya dapat dikatakan akrab atau dekat, sebab penggunaan sapaan dan nada yang menyiratkan pernah bertemu atau sering bertemu atau sudah menjadi pelanggannya. Sapaan *yayang/sayang* digunakan untuk orang yang telah dekat, menyayangi, dan tentunya memiliki *background knowledge* yang sama. Sapaan ini digunakan oleh penjual laki-laki dewasa terhadap pembeli perempuan dewasa pula. Perbedaan jenis kelamin ini dapat mengindikasikan bahwa sapaan *yayang/sayang* tersebut menunjukkan bahwa keduanya memiliki ikatan cinta atau ikatan keluarga. Julukan yang tidak pantas yang diidentifikasi secara lingual *yayang* ini mengaburkan jarak keduanya. Julukan-julukan tertentu di pasar tradisional juga seperti *bude, mbokdhe, pakdhe, sayang, yayang, bebeb, pacarku, cintaku* juga sering dijumpai, sebab penjual berusaha untuk memangkas jarak sosial antarkeduanya sehingga timbul kesan akrab dan kesan untuk kembali lagi. Tingkat beban terdapat pada pembeli yang menjadi pihak dipanggil dengan julukan yang tidak pantas/tidak tepat secara sosial dan konteks peristiwa tutur. Hal ini dibuktikan dengan adanya respons pembeli yang biasa saja atau terkesan ketus dan tidak menggunakan sapaan yang sama.

Strategi Ketidaksantunan Negatif (Negative Impoliteness)

Data berikutnya terkait erat dengan upaya untuk berkomunikasi dengan baik yaitu saling menjaga muka lawan tutur. Komunikasi yang ideal yakni tidak adanya upaya untuk menyerang muka mitra tutur. Substrategi ini justru dengan sengaja menyerobot giliran bicara yang seharusnya dilakukan oleh pihak tertentu yang terlebih dahulu terlibat komunikasi. Penyerobotan ini mewakili kepentingannya sendiri dan berusaha untuk mengesampingkan kepentingan orang lain. Strategi negatif menyerobot *turn taking* tidak hanya mengganggu tersampainya informasi tetapi juga mengganggu keseimbangan dalam berkomunikasi, sehingga tidak jarang menimbulkan serangan/ancaman muka.

- (5) **Konteks:** Peristiwa tutur terjadi pada saat PB1 (Pembeli pertama) sedang mendikte beberapa hal yang mau dibeli dan menyampaikannya pada penjual, sembari penjual melayaninya dengan cara membungkus satu persatu barang yang dimaksud PB1. Datang PB2 (Pembeli Kedua) masih mengenakan helm dan menyebutkan beberapa barang yang ingin ia beli. PB2 menggeser beberapa pembeli, termasuk PB1 untuk lebih menyingkir supaya bisa melihat dan berkomunikasi dengan Penjual.

PJ : *Apa meneh, Nduk?* (Apa lagi, Nak?)

PB1: *Ebi miri kalih, Budhe.* (Ebi dan Miri dua, Budhe.)

PB2: *Yu aku selakno sek selak njikuk rapote anakku. Bawang 2 brambang 2 lombok campur 1.* (Yu aku selakno sek selak njikuk rapote anakku. Bawang 2 brambang 2 lombok campur 1.)

PJ : *Sik ya nduk, kowe engko sik. Hla kuiii nyela-nyela, tanpa rapot e selak tutup.* (Sebentar ya, Nak kamu nanti dulu. Ini menyela keburu terima rapot anaknya, keburu tutup)

PB1: *nggih bude.* (Iya, Bude)

PB2: *Linggih e suwe kae mau tak tinggal rene sik ora dipanggil-panggil. Wis kat esuk mau aku.* (Duduknya lama sekali tadi lalu Saya tinggal kemari, tidak dipanggil-panggil. Sudah dari tadi pagi padahal.)

Strategi ketidaksantunan negatif digunakan untuk menyerang muka negatif mitra tutur. Strategi ini direalisasikan dengan beberapa substrategi dengan maksud-maksud tertentu. Seperti data (5) PB2 (Pembeli yang baru datang dan menyela antrean) dengan sengaja memotong pembicaraan PB1 dan PJ. Situasi tutur yang terlibat dalam data tersebut mengacaukan keseimbangan komunikasi yang terjadi, dan menyerang muka pembeli-pembeli yang lain yang telah lebih dulu mengantre. Tidak hanya itu, PB2 juga menyerang muka penjual sebab dengan sapaan *Yu* dan kedatangannya dengan langsung menceritakan kejadian yang dialami dapat disimpulkan jarak sosial keduanya dekat sehingga keduanya sudah akrab sebelumnya. *Power* dimiliki oleh PJ, hal ini dapat diperkuat dengan tuturan PJ yang berusaha untuk memperbaiki muka PB1 *sik ya nduk, kowe engko sik* dengan nada yang jauh lebih lembut dan intonasi merendah. Kekuasaan PJ dapat dilihat dari adanya wewenang untuk melayani pembeli kedua dulu sebab adanya konflik kepentingan.

Tingkat pemaksaan lebih tinggi dilakukan oleh PB2 sebab PB2 berusaha mengesampingkan pihak lain sekalipun pihak yang memiliki power paling tinggi dalam peristiwa tutur tersebut.

Substrategi ini berfokus pada muka negatif mitra tutur yang menyiratkan adanya kelemahan atau kekurangan mitra tutur. Dalam hal ini, substrategi mengejek dimaksudkan untuk mengejek barang dagangan MT. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan tingkat superioritasan penutur ketidaksantunan terhadap mitra tuturnya. Seperti data (6) berikut.

(6) **Konteks:** Peristiwa tutur terjadi saat Penjual berusaha menawarkan dagangannya, menunjukkan beberapa dagangannya sembari mengibas-ibaskan kain di atasnya. Penjual juga menyodorkan beberapa papan tembe dan tempe *gembus* kepada pembeli.

PJ : *Ya mengko sore udanne, Buu* (Ya, nanti sore hujannya, Bu.)

PB : *Yawis tahu pong e wae rong adah* (Ya sudah, tahu pongnya saja 2 wadah)

PJ : *Gembus e ora sisan?* (Gembusnya nggak sekalian?)

PB : *Ora sah, keple-keple ngono. Ra isoh diiris.* (Tidak usah, lembek seperti itu. Tidak bisa diiris.)

Substrategi yang tercetak tebal dalam data (6) dituturkan oleh pembeli dengan maksud menolak membeli barang dagangan penjual dengan upaya mengejek barang dagangannya. Pembeli menilai kekurangan produk dari segi tekstur/tampilan. Pembeli juga memperkuat penilaiannya dengan memunculkan dugaan apabila ia membeli tempe *gembus* tersebut tidak dapat diiris. Pemaksaan yang dilakukan oleh penjual melibatkan *power* yang dimiliki oleh pembeli. Pembeli berhak untuk menolak bahkan menggunakan strategi mengejek untuk memperkuat argumennya.

Substrategi negatif berikutnya yakni menakut-nakuti. Sebetulnya banyak cara yang ditemui dalam upaya untuk menakut-nakuti mitra tutur ini. Terlebih terkait barang yang dijual maupun dibeli. Dari data yang ditemukan, lebih banyak strategi menakut-nakuti ini dilakukan oleh pembeli. Tidak ayal pembeli menginginkan membeli barang yang bagus dengan harga yang murah, sedang hal ini berkebalikan dengan keinginan penjual. Biasanya penutur ketidaksantunan menggunakan strategi ini untuk menanamkan keyakinan bahwa penutur akan menghadapi hal-hal yang buruk dalam kasus tertentu. Penanaman keyakinan ini juga dapat dinotasikan dengan penanda lingual, salah satunya penanda lingual yang menunjukkan ancaman *awas*. Data (7) merepresentasikan substrategi menakut-nakuti dengan adanya penanda lingual ancaman *Awas* yang dilakukan oleh pembeli terhadap penjual.

(7) **Konteks:** Peristiwa tutur terjadi saat Penjual dan Pembeli terlibat transaksi. Pembeli melihat-lihat dan memutar-mutar untuk memastikan jeruk yang ia pilih dapat dikonsumsi dan dalam keadaan yang segar. Penjual menyerahkan

PB: *Sekilo pira, Bu?* (Satu kilo berapa, Bu?)

PJ: *Ayu-ayu, Bu. Ora ana sing bopeng. Patlikur wae.* (Cantik-cantik, Bu. Tidak ada yang *bopeng*/rusak/busuk. Duapuluh empat ribu saja.)

PB: *Legi iki?* (Manis ini?)

PJ: *Legi to bu.* (Manis ya, Bu.)

PB: *Awas yaa yen kecut!* (Awas yaa kalau tidak manis!)

PJ: *Sing legi ya premen to bu. Rada ana seger-seger e.* (Yang manis ya permen, Bu. Ada segar-segarinya.)

Penggunaan strategi ketidaksantunan di atas dapat diidentifikasi penanda lingual penyerangan muka yakni menggunakan diksi *Awas* dengan tujuan untuk mengintimidasi penjual. Upaya untuk mengintimidasi direalisasikan dengan kata *awas* yang menimbulkan kesan mitra tutur takut akan kerugian atau kemungkinan terburuk yang menimpa penutur ketidaksantunan berbahasa. Hal ini dibuktikan dengan yang diancamkan *jeruk yang asem* tersebut dapat dimungkinkan ketidakpercayaan pembeli terhadap pelanggan. Secara *power*, yang memiliki kekuasaan tertinggi yakni penjual sebab pembeli berusaha mengintimidasi penjual dengan strategi ketidaksantunan menakut-nakuti. *Imposition* yang terlihat dalam data tersebut ada pada beban penjual apabila gagal untuk menjamin barang yang dibeli sesuai dengan kemauan pembeli.

Strategi untuk menyerang muka negatif mitra tutur dapat juga direpresentasikan dengan upaya untuk menyalahkan mitra tutur. Penutur ketidaksantunan berbahasa yang menggunakan substrategi ini menyoroti kesalahan atau kelemahan mitra tutur. Kedua hal tersebut digunakan sebagai *senjata* untuk menyerang muka mitra tutur/menimbulkan ketidaksantunan berbahasa seperti dalam data (8) berikut.

- (8) **Konteks:** Peristiwa tutur terjadi saat pembeli (seorang Bapak-bapak) melintas di hadapan lapak Penjual (Ibu-ibu) dengan mengacungkan tangan kanannya dan mengarahkan ke *tempat biasa* yang mereka maksudkan. Penjual terlihat sedang duduk selonjoran mengelap daun pisang di pangkuannya mendengar teriakan tersebut, penjual tersebut mendongakkan kepala.

PB: *Yu, engko tambahono kono ya. Koyo biasane.* (Yu, nanti tambahkan sana ya. Seperti biasanya)

PJ: *Hladaaaa, Kowe ki hlo mau ra sisan.* (Kamu itu lho tadi nggak sekalian.)

PB: *Hla mau selak bali aku.* (Tadi keburu pulang Saya.)

PJ: *Yo yoo.*

Strategi ketidaksantunan menyalahkan digunakan penjual dengan *power* lebih tinggi dari pembeli. Hal ini diperkuat dengan kata ganti *Kowe ki* (kamu itu) yang digunakan untuk menyalahkan pihak pembeli secara langsung. Strategi ini muncul atas dasar ketidakefektifan waktu dalam melakukan sebuah hal. Tingkat *imposition* nya juga dibebankan pada penjual yang harus melakukan kegiatan lagi atau dengan waktu yang relatif lebih lama. Peserta tutur yang terlibat sudah beberapa kali bertemu sebab secara konteks situasi tutur penjual sudah dapat menangkap maksud pembeli dalam tuturan *koyo biasane* (seperti biasanya).

Uniknya ada pula yang merespons strategi ketidaksantunan dengan strategi ketidaksantunan. Seperti contoh data di bawah ini, PB menggunakan strategi ketidaksantunan negatif menyalahkan dan PJ merespons dengan strategi ketidaksantunan positif menyangkal dan menentang.

- (9) **Konteks:** Peristiwa tutur terjadi di tengah ruas jalan kecil yang samping kanan kirinya digunakan untuk berjualan. Terlihat banyak pembeli jalan kaki dengan tas belanjaan maupun keresek yang disunggi. Becak yang mengangkut belanjaan dan barang dagangan, sepeda motor dengan beronjong tengkulak, sepeda motor yang mengangkut orang, terlihat mengantre dan macet di tengah-tengah pasar, sebab meskipun terpasang tanda jalur searah, akan tetapi pasar pagi tersebut tetap saja memberlakukan dua arah untuk memudahkan pembeli menghampiri penjual yang berada di tepi kanan kiri jalan. Tanpa harus turun dari motor pun bisa melakukan transaksi. Pembeli yang berjalan kaki menyeletuk dan disahut oleh penjual yang tidak sengaja berhadapan dengannya. Pembeli tersebut terlihat menuju arah parkir dan sudah membawa barang belanjaan tanda sudah akan pulang.

PB: *Ayo-ayo gentian nek ra gentian malah suwe!*

PJ: *Hlaaa wes wess.Ealahhh.*

PB: *Ning pasar do nggowo bronjong kok ra macet.* (Strategi negatif menyalahkan)

PJ: *Hla ning pasar wong arep blonjo kok ra oleh.* (Strategi positif menyangkal dan menentang)

PB: *Yo parkir parkir.*

Strategi Kesantunan Semu atau Sarkasme (Mock Politeness)

Substrategi berikut menunjukkan adanya kesantunan yang dilakukan sebagai pura-pura atau dapat diartikan sebagai bentuk *basa-basi*. Strategi kesantunan semu juga menunjukkan ketidaktulusan penutur dalam berkomunikasi. Strategi ini erat kaitannya dengan sarkasme. Maksud yang dapat ditangkap yakni sebuah upaya sindiran untuk pihak tertentu.

- (10) **Konteks:** Peristiwa tutur terjadi di tengah ruas jalan kecil yang samping kanan kirinya digunakan untuk berjualan. Terlihat banyak pembeli jalan kaki dengan tas belanjaan maupun keresek yang disunggi. Becak yang mengangkut belanjaan dan barang dagangan, sepeda motor dengan beronjong tengkulak, sepeda motor yang mengangkut orang, terlihat mengantre dan macet di tengah-tengah pasar, sebab meskipun terpasang tanda jalur searah, akan tetapi pasar pagi tersebut tetap saja memberlakukan dua arah untuk memudahkan pembeli menghampiri penjual yang berada di tepi kanan kiri jalan. Tanpa harus turun dari motor pun bisa melakukan transaksi.

PB: *Mlaku nganggo sikil we yo isoh macet.* (Jalan pakai kaki saja juga bisa macet.)

PJ: *Apa meneh nganggo liyane ya, Dhe?* (Apalagi pakai yang lain yaa, Dhe?)

Simpulan

Peran *power*, *distance*, dan *rank of imposition* dapat disimpulkan menjadi beberapa poin. Pertama, penggunaan strategi ketidaksantunan yang dominan digunakan oleh penutur dengan *power* atau tingkat kekuasaan lebih rendah dari mitra tuturnya. Hal ini menunjukkan bahwa penutur (yang mayoritas pembeli) tidak memperdulikan hubungan sosial mereka dan sengaja tidak mau menjaga muka penjual sebab adanya konflik kepentingan tertentu yang dikedepankan. Maka dari itu, penutur dengan *power* lebih rendah tidak segan menggunakan strategi ketidaksantunan, terlebih strategi langsung.

Dalam strategi ketidaksantunan yang lain; positif, negatif, dan kesantunan semu atau sarkasme pelibatan *power*, *distance*, dan *rank of imposition* sangat bervariasi. Secara tingkat kekuasaan dapat didominasi oleh penjual. Tingkat kekuasaan ini didasarkan pada status sosial, kelas sosial, peran dalam situasi tutur, usia, jenis kelamin, dan kekuatan fisik. Semua bagian tersebut mempengaruhi *power* yang dimiliki penutur yang didasarkan pada konteks peristiwa tutur. Secara *distance* atau jarak sosial tentunya akan lebih cenderung akrab apabila peserta tutur menggunakan strategi ketidaksantunan berbahasa. Keakraban peserta tutur ini dapat diukur dengan menyoroti frekuensi interaksinya dan pengetahuan pengalamannya atau *background knowledge*-nya. Beban *imposition* yang ada lebih banyak ditemukan dalam data pembeli sebab pembeli lebih banyak memiliki keinginan positif dalam berinteraksi, bertransaksi dalam situasi kebahasaan di pasar. Ketiga faktor besar konteks tersebut sangat mempengaruhi kemunculan data penggunaan strategi ketidaksantunan yang ada dalam situasi tutur di pasar tradisional Sukoharjo.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Pengelola Jurnal *Hortatori* yang telah memberikan kesempatan pada penulis sehingga artikel ini dapat terpublikasikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian juga penulisan artikel ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Daftar Rujukan

- Dafiqi, Muhammad Ariz. "Analisis Strategi Ketidaksantunan yang Ditemukan dalam Skrip Film *Carnage*." *Jurnal Universitas Jember*. 2016.
- Hamzah, Zaitul Azma Zainon, and Ahmad Fuad Mat Hassan. "Penggunaan strategi ketidaksantunan dalam kalangan remaja di sekolah." *Jurnal Linguistik* 16.1 (2012): 62-74.
- Culpeper, Jonathan. "Impoliteness and entertainment in the television quiz show: *The Weakest Link*." (2005): 35-72.
- Culpeper, Jonathan. "Reflections on impoliteness, relational work and power." *D. Bousfield, & a. M. Locher, Impoliteness in language: Studies on its interplay with power in theory and practice* (2008): 17-44.
- Fatimah, Nuraini, and Zainal Arifin. "Strategi Ketidaksantunan Culpeper dalam berbahasa lisan di sekolah." *Prosiding Publikasi Ilmiah UMS 1* (2014): 1-6.
- Fauzi, Nadzir, and Khusnul Fatonah. "Ketidaksantunan Berbahasa Indonesia Anak Sekolah Dasar Di Kampung Candulan Cipondoh Tangerang." *Eduscience : Jurnal Ilmu Pendidikan* 6.1 (2020): 25-32.
- Fhitri, Widya. "Ketidaksantunan dalam Pesan Singkat Mahasiswa kepada Dosen." *Jurnal Gramatika* 4 (2014): 241-261.
- Haryanto, Sigit. "Beberapa Tindak Ketidaksantunan dalam Masyarakat Jawa." *PRASASTI: CONFERENCE SERIES* (2015): 56-60.
- Isnaniah, Siti, and Syihaabul Huda. "Politeness in Minang Language in Tenggelmnya Kapal Van Der Wijck Film." *Hortatori: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 6.1 (2022): 1-5.
- Laksono, Kisyani. "Ketidaksantunan berbahasa di lingkungan pendidikan dan dampaknya dalam pembentukan karakter." *Prosiding Seminar Nasional. Surabaya: Universitas Surabaya* (2014): 42-48.
- Mansor, Nor Shahila, et al. "Ketidaksantunan Bahasa Sebagai Strategi Pujukan dalam Iklan Berbahasa Sepanyol." *GEMA Online Journal of Language Studies* 14.3 (2014).

- Mayaningtyas, Linggar Yuly, Sri Budyartati, and Apri Kartikasari HS. "Analisis faktor penyebab ketidaksantunan berbahasa jawa siswa di sekolah dasar (studi kasus di SDN 02 pangongangan)." *Prosiding Konferensi Ilmiah Dasar 2* (2020): 32-43.
- Santosa, Riyadi. *Dasar-dasar Metode Penelitian Kualitatif Kebahasaan*. Surakarta: UNS Press. 2021.
- Supa'at, Yeni Tamara, Retnowaty Retnowaty, and Indah Ika Ratnawati. "Strategi Ketidaksantunan Berbahasa pada Kolom Komentar Media Sosial Instagram Akun Detikcom: Studi Kasus Reynhard Sinaga." *Kompetensi* 14.1 (2021): 19-32.
- Suryani, Melly Siska. "Impolite responses to Donald Trump's posts on Instagram." *IdeBahasa* 1.1 (2019): 77-84.
- Sutrisna, Deden, and Trian Pamungkas. "Ketidaksantunan Berbahasa Dalam Talkshow Malam-Malam Net." *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan 2* (2020).
- Sumarti. "Strategi Kesantunan dan Ketidaksantunan dalam Tindak Tutur Direktif Guru." *AKSARA: Jurnal Bahasa dan Sastra* 16.1 (2015).
- Tasliati. "Analisis Ketidaksantunan Berbahasa pada Unggahan dalam Grup Daring Jual-Beli di Kota Tanjungpinang." *GENTA BAHTERA: Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan* 4.2 (2018): 175-184.
- Vani, Mariliana Ariesta, and Atiqa Sabardila. "Ketidaksantunan Berbahasa Generasi Milenial Dalam Media Sosial Twitter." *Pena Literasi* 3.2 (2020): 90-101.
- Wiranty, Wiendi, Eti Ramaniyar, and Fitri Wulansari. "Maksim Ketidaksantunan Berbahasa Mahasiswa dalam Diskusi Kelas IKIP PGRI Pontianak." *JP-BSI (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia)* 5.1 (2020): 59-64.