

Kesantunan dalam bergosip pedagang di pasar tradisional (Politeness in gossiping: A case of traders in traditional markets)

Anak Agung Ayu Dian Andriyani^{1*}

Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar, Jl. Kamboja No. IIA, Dangin Puri Kanganin, Kecamatan. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali, Indonesia

¹agungdianjepang@unmas.ac.id

*Corresponding author: agungdianjepang@unmas.ac.id

Sejarah Artikel

Diterima: 26 Februari 2022

Direvisi: 13 April 2022

Tersedia Daring: 28 April 2022

ABSTRAK

Kesantunan menjadi sebuah pakem dan aturan yang melekat pada komunikasi manusia, termasuk pada fenomena bergosip. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pola kesantunan yang ada pada gosip di masyarakat dengan lokasi tuturan di pasar tradisional di Bali. Data primer berupa dialog dikumpulkan menggunakan metode observasi dengan teknik simak, catat dan wawancara dengan para pedagang yang berada di tiga pasar besar yang berada di Kota Denpasar, yaitu, Pasar Badung, Pasar Kreneng, dan Pasar Ketapian. Metode padan pragmatik dalam menganalisis setiap tuturan sebagai wujud dari penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan tuturan pedagang yang mengandung strategi kesantunan berbahasa saat bergosip. Hasil penelitian menunjukkan pola kesantunan sangat ditentukan oleh konteks situasi tutur dengan topik gosip bertanya kabar. Adanya pergeseran strategi kesantunan pada dialog, diawali dengan strategi kesantunan positif, strategi negatif dan strategi secara tidak langsung, namun seiring dengan proses komunikasi ketika masuk pada isi dialog bergeser menjadi strategi bertutur tanpa basa-basi dan tetap menggunakan strategi positif sampai akhir dialog. Saat bertutur pembeli tidak memperhatikan jarak sosial, tingkat pembebanan maupun kekuasaan. Kalimat interogatif maupun kalimat deklaratif dominan digunakan saat berkomunikasi dengan topik permasalahan yang dibahas dalam gosip tidaklah hal yang berat, melainkan seputar kehidupan yang dialami oleh orang lain dengan mengambil dari isu-isu yang sedang beredar atau peristiwa terdekat serta didukung adanya percakapan yang saling menguatkan argumen satu dengan yang lain. Implikasi penelitian ini adalah menjadikan kita lebih bisa mengedepankan kesantunan positif meski saat bergosip agar tercipta komunikasi yang baik. Kontribusi dari penelitian ini menambah khasanah hasil penelitian dengan kajian kesantunan serta bagi pembelajar bahasa dapat dijadikan suatu referensi temuan bahwa kesantunan sangat erat dengan budaya yang mengikuti peserta tutur sehingga pola bergosip juga menggunakan strategi kesantunan agar terkesan sopan.

Kata Kunci Gosip, Interaksi, Kesantunan, Pasar, Pedagang

ABSTRACT

Politeness is a standard and a rule inherent in human communication, including the phenomenon of gossiping. This study aimed to find out the politeness patterns that exist in gossip in the community with the location of the speech in a traditional market in Bali. Primary data in the form of dialogue were collected by using the observation method with listening, note-taking and interviewing techniques on the traders in three major markets in Denpasar City, namely, Badung market, Kreneng market, and Ketapian market. The pragmatic equivalent method in analyzing each utterance is a form of qualitative research to describe the speeches of traders that contain language politeness strategies when gossiping. The study results show that the pattern of politeness is largely determined by the context of the speech situation with the topic of gossip asking for news. There is a shift in politeness strategies in dialogue that begins with positive, negative, and indirect strategies. However, along with the communication process when entering the content of the dialogue, these strategies shifted to a strategy of speaking without further ado and still using positive strategies until the end of the dialogue. When speaking, the buyers ignore social distance, level of burden, or power. The dominant interrogative and declarative sentences are used when communicating. The topic of the problems discussed in gossip is not a serious issue but is about the lives experienced by other people taken from the issues currently circulating or nearby events and supported by conversations that mutually reinforce one another's arguments. The implication of this research is to make us more able to put forward positive politeness even when gossiping to create good communication. The contribution of this research is to give additional results of research with politeness studies. In addition, this research is useful for language learners. It can be used as a reference for findings that politeness is closely related to a culture that follows the participants' speech, such as gossiping patterns and politeness strategies.



Copyright©2022, Anak Agung Ayu Dian Andriyani
This is an open access article under the CC-BY-3.0 license



Keywords

Gossip, Interaction, Politeness, Market, Traders



How to Cite Andriyani, A. A. A. D. (2022). Kesantunan dalam bergosip pedagang di pasar tradisional. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya (e-journal)*, 8(1), 131-142. <https://doi.org/10.22219/kembara.v8i1.20340>

PENDAHULUAN

Kesantunan merupakan etika, aturan serta bersikap baik yang ditujukan untuk mitra tutur secara verbal maupun non verbal, menggunakan kalimat tidak langsung maupun kalimat yang mengandung unsur ambigu (Ciubancan, 2015). Konsep tersebut selaras dengan definisi kesantunan sebagai tata krama dan adat yang dipercaya oleh masyarakat untuk menjalin keharmonisan dalam berinteraksi (Sibarani, 2004:170). Pandangan ini sesuai dengan deskripsi dari Chaer (2010:73) bahwa santun tidaknya tuturan ditentukan oleh adanya implementasi dari bahasa yang memiliki ciri-ciri kesantunan. Secara umum kesantunan bersifat universal, namun kesantunan dapat berlaku berbeda-beda pada suatu negara dikarenakan faktor latar belakang sosial budaya (Yule, 1996). Artinya, kesantunan wujud dari kesepakatan suatu masyarakat yang dijadikan sebagai pedoman dalam berperilaku sosial (Ide, 1982; Kristianto, 2016; Watts, 2003). Selain itu, kesantunan menjadi dasar kualitas berkomunikasi bagi masyarakat yang ditentukan oleh realisasi kesantunan saat berkomunikasi (Ide, 1993). Kesantunan dapat diterapkan dengan menggunakan strategi kesantunan berdasarkan konsep muka (Brown & Levinson, 1987) (atau berdasarkan pada maksim-maksim (Leech, 2014) dengan tujuan untuk menjalin interaksi yang harmonis diantara peserta tutur.

Fenomena dari implementasi kesantunan juga dapat dilihat pada interaksi antara pedagang dengan pembeli terjadi di pasar tradisional. Dalam interaksinya, pedagang bersikap ramah sebagai wujud pelayanan yang diberikan agar menarik minat pembeli untuk berbelanja. Berbagai kios menjual kebutuhan pokok, daging, sayur-mayur maupun buah-buahan. Bahkan banyak pedagang lepas karena tidak memiliki kios duduk di areal depan pasar menjajakan barang dagangan. Secara umum cara pedagang berkomunikasi sangat bervariasi dengan karakter yang berbeda-beda. Mulai dari karakter pendiam, ramah, cerewet maupun judes. Selain faktor karakteristik yang dimiliki oleh masing-masing pedagang, budaya juga menjadi faktor utama untuk berkomunikasi. Hal ini disebabkan karena anggota masyarakat akan mengikuti budaya yang dianut sebagai pedoman dalam berinteraksi (Gunarwan, 2007b, 2007a). Apalagi kehidupan di pasar tradisional sangat heterogen. Para pedagang berasal dari berbagai macam daerah hal ini sangat mempengaruhi perbedaan cara tutur yang sangat bervariasi (Aloliliweri, 2010). Salah satu bentuk implementasi dari budaya adalah sistem kesantunan yang menganut sistem berbeda pada setiap daerah, meskipun tujuannya sama yaitu, untuk menjalin interaksi yang harmonis dan menghindari kesalahpahaman sehingga berakibat pada kualitas komunikasi.

Kehidupan sosial masyarakat terutama dalam aktivitas di pasar tradisional tidak terlepas dari gosip. Hal ini dikarenakan adanya pertukaran berbagai informasi tentang pihak ketiga baik dituturkan secara positif maupun negatif (Foster, 2004). Selain itu, dengan bergosip peserta tutur mendapatkan kebahagiaan dan kesenangan karena mengetahui seluk beluk kehidupan pribadi dari mitra tutur sampai muncul adanya perasaan senang seanehngungan, merasa nyaman terlibat dalam peristiwa tutur yang mengandung gosip terkini. Akibatnya, muncul kelompok ibu-ibu bergosip karena dengan bergosip dapat menjalin pertemanan semakin baik dan terjalin ikatan persahabatan (Meinarno et al, 2011). Selain itu, adanya konteks situasi yang mendukung terjadinya gosip diantara pedagang dan pembeli terjadi. Konteks dalam lingkungan sekitar sangat mempengaruhi proses interaksi diantara peserta tutur karena dengan melihat konteks maka maksud atau makna tersirat yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh mitra tutur. Oleh karenanya konteks bersifat dinamis tergantung dari berbagai aktivitas tutur dari para peserta tutur (Andriyani et al, 2021; Leech, 1996; Mey, 1993).

Gosip terjadi dari proses berkomunikasi secara informal dengan jumlah peserta tutur sebanyak dua orang atau lebih yang sangat berperan dalam regulasi sosial kehidupan masyarakat (Dang, 2017). Pasar merupakan tempat interaksi secara tradisional bagi para perempuan untuk berkomunikasi informal (Geyer, 2010). Berbagai topik gosip muncul baik dalam yang mengandung unsur positif berupa bentuk

informasi, lelucon maupun unsur negatif yang berujung pada dugaan maupun fitnahan. Kondisi ini menjadi wujud nyata dari tindak pengancaman muka (Brown & Levinson, 1978) bahwa dimungkinkan tuturan seseorang dapat mengancam muka bagi peserta tutur. Muka diibaratkan sama dengan makna sosial dan emosi dari seseorang selain itu dalam kehidupan masyarakat muka wujud pribadi seseorang dan mengharapkan orang lain untuk mengetahui (Yule, 1996). Oleh karenanya peserta tutur wajib untuk saling menjaga muka agar terhindar dari tindak pengancaman muka baik negatif maupun positif (Jumanto, 2011; Nadar, 2009). Bagaimana dengan gosip yang terjadi di pasar tradisional pada interaksi penjual dan pembeli, tentu saja wajib memahami tindak penyelamatan muka dengan mengimplementasikan strategi kesantunan berbahasa (Brown & Levinson, 1978; Nadar, 2009). Adapun jenis strategi kesantunan berbahasa yaitu, (1) strategi bertutur apa adanya tanpa basa-basi; (2) strategi bertutur dengan mengimplementasikan kesantunan positif; (3) strategi bertutur dengan mengimplementasikan kesantunan negatif; (4) strategi bertutur dengan bertutur secara tidak langsung; (5) strategi bertutur dengan cara diam. Strategi kesantunan juga harus dibarengi dengan memperhatikan kekuasaan, jarak sosial serta tingkat pembebanan dalam bertutur (Levinson et al., 1987; Pramujiono et al., 2019; Scollon & Scollon, 1996). Banyak penelitian yang memfokuskan pada kesantunan berbahasa diantaranya (Purnomo, 2010; Haugh & Obana, 2011; Liu & Allen, 2014; Ciubancan, 2015; Fattah, 2016; Kristianto, 2016; Andriyani et al., 2018;). Penelitian (Purnomo, 2010, & 2011) menemukan adanya strategi kesantunan berbahasa dalam ranah pariwisata oleh *guide* ketika memberikan pelayanan jasa kepada wisatawan. Serta adanya bahasa *hospitalitas* dalam setiap interaksi (Kristianto, 2016). Selain itu, kesantunan ranah pariwisata telah menemukan adanya strategi kesantunan yang bervariasi saat berinteraksi dengan wisatawan (Rashid et al., 2017). Temuan ini juga didukung oleh adanya gradasi strategi kesantunan berbahasa pelaku pariwisata ketika berkomunikasi dengan wisatawan Jepang (Andriyani, 2019). Berbeda dengan hasil temuan yang mengambil topik tuturan bergosip penjual dan pembeli (Rusmini, 2015; Camalia, 2016; Ismail, 2020) menemukan strategi kesantunan dalam bergosip di pasar tradisional namun belum terfokus pada pola strategi kesantunan berbahasa

Oleh karena itu, topik dalam strategi kesantunan bergosip di pasar tradisional belum banyak diteliti lebih dalam karena seiring dengan perkembangan kehidupan masyarakat dan pengaruh konteks situasi tutur maka, strategi kesantunan dalam bergosip juga memiliki pola yang baru. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pola strategi kesantunan berbahasa antara pedagang dengan pembeli yang terjadi di pasar tradisional dengan harapan penelitian ini dapat berkontribusi dalam menambah khasanah penelitian kajian pragmatik, sehingga dapat menambah wawasan baru bagi pembaca untuk bisa memahami tentang tuturan gosip agar tidak mengancam muka mitra tutur yang berdampak pada kualitas dalam berkomunikasi.

Gosip menjadi salah satu aktivitas yang digemari oleh masyarakat (Hafizah, 2019; Meinarno et al., 2012). Bertemu dengan teman atau dengan tetangga kemudian berlanjut dengan adanya obrolan yang membahas suatu permasalahan sudah dapat dikatakan gosip. Permasalahan yang dibahas dalam gosip tidaklah hal yang berat, melainkan seputar kehidupan yang dialami oleh orang lain. Bisa mengambil dari isu-isu yang sedang beredar atau ada peristiwa terdekat dan ditambah dengan adanya percakapan yang saling menguatkan argumen satu dengan yang lain (Hafizah, 2019). Tidak dipungkiri, masyarakat Indonesia tergolong suka bergosip. Pernyataan ini dikuatkan dengan adanya suatu aktivitas yang sering ditemui di kalangan ibu-ibu yang mengambil tempat seperti perumahan, perkampungan, pasar tradisional, bahkan media sosial (Hafizah, 2019; Junaida, 2018). Hal ini mengindikasikan bahwa gosip memang dapat dilakukan di tempat mana pun dan tidak dapat ditahan oleh para pelaku gosip karena topik bahasan gosip merupakan hal yang menarik dan tidak boleh terlambat untuk dibicarakan.

Topik tentang gosip cenderung berangkat dari hal-hal yang masih abu-abu, rumor, desas-desus, dan belum dipastikan kebenarannya (Hafizah, 2019). Topik yang seperti ini menjadi menarik untuk dibahas karena antar individu pelaku gosip dapat menambahkan suatu cerita yang dikaitkan dengan hal lain menurut pengetahuan mereka sehingga topik bahasan ini bisa berkembang. Oleh karenanya, ada istilah gosip, *makin digosok makin sip*. Artinya, semakin dikembangkan topik gosip maka akan semakin menarik



topik ini. Gosip memiliki fungsi sebagai sumber informasi, hiburan, pertemanan, dan alat untuk mempengaruhi (Meinarno et al., 2012; Sulistyowati, 2016). Sebagai sumber informasi artinya dengan bergosip kita sebagai makhluk sosial akan mendapatkan berita-berita yang sedang hangat dibicarakan baik di lingkungan sekitar maupun yang lain. Misalnya saja mendapatkan informasi bahwa ada pencurian di rumah Pak RT tadi malam. Selanjutnya, gosip bisa menjadi hiburan bagi para pelaku gosip tatkala melepas penat dari seharian setelah bekerja. Misalnya saja mengikuti suatu *infotainment* dari televisi yang membahas tentang kehidupan seputar artis ibukota. Gosip sebagai pertemanan maksudnya adalah dengan bergosip bisa menjalin pertemanan antara orang satu dengan yang lain karena dua orang ini memiliki kesepahaman tentang suatu pandangan atas topik gosip yang sedang dibahas. Terakhir, gosip sebagai alat untuk mempengaruhi. Artinya, melalui gosip yang sedang dibicarakan bisa mempengaruhi pelaku-pelaku gosip yang lain untuk mengikuti atau tidak mengikuti atas apa yang sedang dibicarakan. Misalnya saja gosip tentang adanya grup baru yang beranggotakan ada Si A dan ternyata Si B mengajak teman yang lain untuk tidak bergabung di grup baru tersebut karena ada Si A yang memiliki latar belakang tidak baik menurut Si B.

Jika ditinjau dari keetisan, gosip cenderung bernilai negatif. Hal ini dikarenakan pembahasan dalam gosip tidak berangkat dari hal yang faktual, tetapi dari hal yang masih belum pasti kebenarannya dan pembahasan yang dilakukan hanya mengandalkan tafsiran subjektif. Tentu saja ini menjadikan hal yang tidak baik karena melihat sesuatu hal tidak dari sudut pandang yang lain. Selain itu, gosip juga bisa memberikan dampak sanksi sosial bagi orang yang digosipkan. Entah benar atau tidak berita itu, tetapi akan tetap menjadi suatu hal yang diakui kebenarannya secara sepihak oleh kelompok penggosip. Bisa jadi efek yang ditimbulkan adalah adanya pengucilan, kebencian, dan pertikaian antar individu (Rahayu, 2012). Oleh karena itu, kontribusi penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangsih kepada masyarakat untuk bisa memilih pembicaraan dalam bergosip yang lebih baik, dengan tidak menimbulkan pengucilan, kebencian, dan pertikaian antarindividu.

METODE

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menemukan dan mendeskripsikan strategi kesantunan dalam gosip yang terjadi pada interaksi antara penjual dan pembeli di pasar tradisional. Data primer berupa dialog yang dikumpulkan menggunakan metode observasi (Sudaryanto, 2015) dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Teknik menyimak dilakukan didukung dengan cara merekam segala aktivitas yang dilakukan oleh pedagang terhadap pembeli saat bergosip (terjadi saat interaksi jual beli).
2. Teknik Mencatat dengan menuliskan pada buku data berbagai konteks situasi yang ditentukan serta mencatat kata-kata yang termasuk kategori gosip agar mudah mengklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah.
3. Menggunakan teknik *purposive sampling* melakukan wawancara terhadap 10 pedagang yang berada di empat pasar besar di kota Denpasar, yaitu, pasar Badung, pasar Kreneng, pasar Ketapian, dan pasar Pendem yang dilakukan selama enam bulan sejak bulan September 2021 sampai dengan bulan Februari 2022.
4. Data-data yang diperoleh kemudian dipilih secara detail kemudian diklasifikasikan menurut rumusan masalah yang telah ditentukan guna mendapatkan data yang tepat sesuai kebutuhan, dilanjutkan dengan memvalidasi data menggunakan Triangulasi data dan metode kepada pakar linguistik yang berkompeten guna menghindari kesalahan fatal dalam menganalisis.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode padan pragmatik. Adapun poin dasar dari metode padan adalah adanya peran dari mitra tutur sebagai alat penentu dalam menganalisis. Padan pragmatik menjadikan konteks sebagai peran penting dalam memaknai sebuah tuturan dari para peserta tutur, sehingga cocok digunakan dalam mengungkap kesantunan dalam tuturan gosip yang terjadi di pasar tradisional dalam dialog antara penjual dan pembeli. Setelah data-data yang ditemukan selesai

diklasifikasikan, maka hasil analisis data tersebut dideskripsikan menggunakan kata-kata biasa agar terkesan tidak kaku sehingga dapat dipahami pembaca dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena kesantunan berbahasa yang ditemukan pada tuturan gosip antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional merupakan perwujudan dari gosip dalam kehidupan masyarakat. Tuturan gosip di pasar tradisional memiliki fungsi yang bervariasi tergantung dari konteks situasi tuturan, di antaranya berfungsi sebagai sumber informasi, hiburan, menjalin pertemanan lebih erat, dan alat untuk mempengaruhi mitra tutur yang dominan mengandung tuturan negatif. Tuturan gosip dalam dialog yang ditemukan adalah implementasi strategi kesantunan berbahasa positif maupun negatif. Dengan menemukan strategi kesantunan yang digunakan secara otomatis dapat melihat adanya pola strategi kesantunan berbahasa yang terjadi di pasar tradisional.

Strategi kesantunan positif ditunjukkan dengan tuturan yang mengandung perhatian, simpati, serta tuturan sapaan kepada para pembeli. Berbeda dengan strategi kesantunan negatif ditandai dengan adanya sindiran dan tuturan yang berpotensi mengancam lawan bicara.

Berdasarkan struktur percakapan maka, pada awal tuturan dominan menggunakan sapaan ke pelanggan atau lawan bicara dengan baik. Percakapan diawali dengan adanya basa-basi seperti menanyakan kabar kesehatan, keluarga, hasil penjualan hari ini, dan sebagainya. Para pelaku tuturan ini seolah akan saling bercerita dengan terbuka dan sangat nyaman dengan topik pembicaraan. Setelah terjalin interaksi yang mulai mendekat maka ketika masuk pada isi dialog penjual mulai menggunakan kalimat interogatif untuk mencari informasi tentang suatu topik misalnya, urusan rumah tangga, urusan persembahyangan dan topik tentang seseorang, diakhiri dengan respon mengapresiasi, diam maupun mengonfirmasi tuturan gosip yang telah terjadi.

Definisi kesantunan berbahasa merupakan strategi tutur yang dilakukan penutur saat berkomunikasi guna menghindari kesalahpahaman sehingga tujuan interaksi dapat berjalan harmonis (Markhamah & Sabardila, 2013). Konsep ini sependapat dengan kesantunan menurut Brown dan Levinson bahwa usaha penutur untuk menjaga muka peserta tutur diperlukan adanya usaha dalam memilih strategi kesantunan berbahasa (Brown & Levinson, 1978). Pada umumnya semua bahasa menerapkan kesantunan namun wujud implementasinya berbeda-beda. Misalnya, kondisi *ngegosip* di pasar tradisional yang berada di Bali, secara umum sesuai dengan pola Tri Hita karena yaitu tidak saja menjalin hubungan yang harmonis dengan pencipta, alam semesta juga dengan sesama manusia, sehingga ada rasa kurang enak apabila tuturan *ngegosip* lebih keras untuk menyudutkan pihak ketiga. Faktor budaya yang tercermin dalam filosofi kehidupan masyarakat Bali terdapat faktor sosial budaya dengan memperhitungkan kekuasaan, kedekatan sosial, bobot beban mengharuskan penutur untuk menggunakan kesantunan (Djarmika, 2016). Disamping itu, juga terdapat pengklasifikasian bahasa verbal (lisan atau tulis) maupun bahasa non verbal (Pranowo, 2009). Adapun beberapa aspek penentu kesantunan tuturan lisan di antaranya, aspek intonasi, nada tutur serta pilihan kata dan struktur kalimat. Fenomena ini memberikan suatu gambaran bahwa budaya kelompok masyarakat sangat mempengaruhi tata cara berkomunikasi. Bagi daerah yang mengenal tingkat tutur merupakan satu wujud kesantunan sebagai salah satu penghormatan kepada mitra tutur disesuaikan dengan status sosial di masyarakat maupun faktor keturunan (Rahayu, 2018).



Data Tuturan (I)

Konteks situasi tutur

Penutur : Pedagang

Mitra tutur : Pembeli

Lokasi : Kios sayur Pasar Kreneng

Pukul : 08:00 Wita

Konteks : Pedagang memberitahukan bahwa tetangga pembeli terkena Covid-19

Pembeli : Pembeli datang berkunjung ke salah satu kios di Pasar Kreneng

Pedagang : *Ye, Bu Anya, tumben...* mau masak apa, Bu? Semua sayur lengkap baru diantar dari Bedugul.

Pembeli : Iya bu, mau beli kangkung sama kecambah mau *buat* gado-gado

Pedagang : Gado-gado enak *seger* dicampur *pakai* ketupat... Oh iya bu, Bu Made tetangganya ibu kasian *lho* katanya *kena* covid

Pembeli : Oh iya bu, saya kurang tau

Pedagang : Iya, *kemaren* saudaranya cerita waktu beli timun sama saya... kasian sekali *lho* menantunya tidak mau *ngurusin* katanya sibuk kerja

Pembeli : Ya ampun, begitu Bu?

Pedagang : Iya lho, *kok* tega ya menantunya.

Pembeli : He..he..he (hanya tersenyum)

Analisis Data Tuturan (I)

Interaksi pada pagi hari terjadi di kios sayur yang berada di pasar Kreneng. Pasar tradisional ini buka dari pagi menjual kebutuhan pangan masyarakat dan pada malam hari buka untuk kebutuhan pangan atau disebut dengan kuliner dan kebutuhan papan karena identik dengan penjual baju serta kebutuhan lainnya. Mengawali dialog ketika pembeli datang berkunjung ke kios penjual sayur mayur tampak pedagang menyapa dengan menyebutkan nama 'ibu Anya' sebagai bentuk kedekatan dengan pembeli yang sudah dikenal karena jarak rumahnya tidak begitu jauh. Pelayanan yang ramah dan perhatian yang diberikan merupakan satu implementasi dari strategi kesantunan positif (Brown & Levinson, 1978). Ketika interaksi mulai terjalin masuk pada isi percakapan pedagang mulai memberikan informasi dengan memberikan apresiasi ikut prihatin terhadap tetangga dari pembeli yang bernama ibu Made bahwa terkena covid-19. Namun seiring dengan proses komunikasi, mulai tuturan pedagang membicarakan urusan rumah tangga orang sehingga mengakibatkan topik yang dibicarakan bukan mengandung kalimat informasi dengan memberikan rasa prihatin namun menjadi tuturan gosip yang terkesan negatif menjelek-jelekkan menantu yang terkesan sibuk sehingga tidak memperhatikan mertuanya yang sakit. Tuturan ini dapat dikategorikan bahwa topik gosip pada konteks ini adalah menanyakan kondisi tetangga yang terkena Covid-19 dan selama sakit tidak diurus oleh menantu karena sibuk bekerja. Tuturan ini adalah kalimat yang mengandung makna mengonfirmasi kembali sebagai kalimat penutup interaksi saat itu. Hal ini terlihat dari respon pembeli hanya tersenyum dan tidak memberikan pendapat lain. Fenomena yang terjadi pada interaksi di pasar tradisional di Bali dengan kegiatan perempuan Jawa saat *ngrasani* membicarakan orang lain' dalam tradisi *rewang* sangat memperhatikan pilihan ragam bahasa agar tidak menyinggung mitra tutur, serta dalam budaya Jawa terdapat konsep aspek *empan papan*, *empan panggonan*, *angon rasa* dan *adu rasa* (Lestari et al., 2016). Bahasa lain di Asia yang memiliki tingkat tutur adalah Jepang dalam interaksi yang terjadi di Pantai antara Beachboy dengan wisatawan Jepang memberikan rasa kurang nyaman bagi wisatawan. Hal ini dikarenakan pilihan kata bos yang diperuntukkan wisatawan Jepang dianggap telah mengancam muka. Perbedaan budaya dan cara pandang mengakibatkan adanya kesalahpahaman oleh karenanya peserta tutur harus peka dan selektif dalam penggunaan pilihan kata sesuai dengan hasil penelitian (Andriyani et al., 2019).

Data Tuturan (2)

Konteks situasi tutur

Penutur : Pedagang

Mitra tutur : Pembeli

Lokasi : Kios sembako pasar Badung

Pukul : 08:00 Wita

Konteks : Pedagang memberitahukan informasi kepada tetangga, bahwa baru saja dibelikan motor baru

Pedagang : Bu Dewi...we..sini!

Pembeli : Kenapa bu..

Pedagang : *Bech* gaya baru ini, dibelikan motor baru *nda* mau *nyapa-nyapa* di Jalan Kamboja *kemaren*.

Pembeli : Itu motor anak saya Bu, baru mulai PTM soalnya

Pedagang : Oh *gitu*, *kirain* hadiah tahun baru (tertawa)

Pembeli : (tertawa)

Analisis Data Tuturan (2)

Dialog pada data (2) tidak akan terjadi apabila pedagang tidak memanggil ibu Dewi selaku pembeli di pasar. Dalam konteks tersebut terlihat bahwa meskipun pembeli tidak datang ke kios untuk berbelanja, tetapi karena dipanggil oleh pedagang yang menggoda pembeli dengan menyatakan pembeli dianggap gaya tidak mau menyapa saat berpapasan naik motor di jalan dekat rumah karena pembeli telah menggunakan motor baru. Bentuk gurauan merupakan satu wujud dari strategi pedagang untuk menjaga muka pembeli dengan menerapkan strategi kesantunan positif. Strategi ini berusaha untuk mendekatkan jarak dan membuat suasana menjadi lebih akrab. Kondisi ini sejalan dengan strategi dari (Brown & Levinson, 1978). Berdasarkan pada struktur percakapan terlihat secara jelas bahwa pada awal dialog, pedagang menyapa dan menuturkan kalimat yang mengandung gurauan atau candaan sebagai bentuk kedekatan yang dimiliki karena sudah kenal baik dengan ibu Dewi. Respon yang diberikan ibu Dewi selaku mitra tutur adalah menyanggah karena merasa motor tersebut bukan untuk Ibu Dewi, melainkan digunakan untuk anak. Tuturan gosip pada data di atas memfokuskan pada topik mengonfirmasi keberadaan sepeda motor, serta tuturan secara implisit mengandung sindiran dalam bentuk gurauan. Hal ini terlihat pada akhir tuturan ditutup dengan tertawa diantara peserta tutur. Berdasarkan konteks situasi di atas tidak terjadi pergeseran strategi kesantunan karena peserta tutur telah saling mengenal satu sama lain sehingga tidak adanya penerapan jarak sosial, tingkat pembebanan dalam bertutur dan kekuasaan, meskipun posisi mitra tutur adalah sebagai pembeli. Struktur percakapan ini sesuai dengan hasil penelitian Lestari dan Purnanto yang menyatakan bahwa struktur dalam *ngrasani* (*ngegosip* dalam kegiatan *ngrewangi*) sebagai ciri khas dalam aktivitas perempuan Jawa (Lestari & Purnanto, 2019). Dengan kata lain, budaya sebagai dasar utama kegiatan *ngegosip* terjadi dalam berbagai kegiatan sebagai wujud mendekatkan jarak dan senasib sepenanggungan. Pada konteks ini telah membuktikan pandangan Djatmika bahwa budaya yang tercermin dalam filosofi kehidupan masyarakat masing-masing berbeda dan memiliki karakteristik sendiri (Djatmika, 2016).



Data Tuturan (3)

Konteks situasi tutur

Penutur : Pedagang
Mitra tutur : Pembeli
Lokasi : Kios nasi kuning
Pukul : 07:30 Wita
Konteks : Pedagang melayani pembeli nasi kuning

Pembeli : Nasi kuning dua bungkus Rp5000-an ya bu.
Pedagang : Aduh *jaman* covid sepi sekali pasar *lho* bu
Pembeli : Iya ya bu dimana-mana sama
Pedagang : Iya, dari pagi sedikit sekali yang beli nasi, malah ada yang minta beli Rp3000-an *lho*...
Padahal pegawai
Pembeli : (Tersenyum) Masak, Bu? *Ya ampun* serba mahal sekarang apa-apa *kan?*
Pedagang : Iya, kasian saya liat, ya *udah* saya *kasi aja* katanya buat anaknya.
Pembeli : (Tersenyum) uang pas bu
Pedagang : *Makasi* ya...

Analisis Data Tuturan (3):

Interaksi antara pembeli dengan pedagang nasi kuning terjadi saat suasana sepi, hanya pembeli yang belum dikenal oleh pedagang saja membeli nasi kuning. Meskipun tidak saling kenal, pedagang menuturkan kalimat yang mengandung keluh kesah masa Covid-19, suasana di pasar sepi dilanjutkan dengan respon dari pembeli yang mendukung tuturannya. Pada awal dialog, pedagang langsung saja seolah-olah mengenal dengan baik pembeli nasi kuning, sehingga terjadi tuturan diantara kedua belah pihak. Pembeli juga merespon sehingga komunikasi sampai akhir terjalin dengan baik. Kondisi ini merupakan satu bentuk pendekatan penjual sebagai wujud penerapan dari strategi kesantunan positif. Ketika pembeli selaku mitra tutur merespon tuturan pedagang, tuturan pun berlanjut dengan topik yang berbeda. Dalam tuturannya mengandung unsur gosip yang menceritakan kondisi pihak ketiga, yaitu pegawai yang membeli nasi kuning seharga Rp.3000,00. Tuturan gosip ini terkesan merendahkan seorang pegawai yang hanya mampu membeli nasi kuning. Gosip yang mengandung unsur negatif ini cenderung berangkat dari kenyataan namun belum memahami suatu alasan pasti namun mengandung unsur dugaan saja, sehingga menjadi menarik untuk dibahas karena antar individu pelaku gosip dapat menambahkan suatu cerita yang dikaitkan dengan hal lain menurut pengetahuan mereka sehingga topik bahasan ini dapat berkembang. Gosip sebagai bagian dari strategi kesantunan positif dengan bergosip terjalin kedekatan diantara peserta tutur. Meskipun gosip identik dengan sesuatu hal yang negatif, sehingga memungkinkan dalam suatu tuturan secara sadar maupun tidak telah mengancam muka mitra tutur. Sesuai dengan pandangan dari (Yule, 1996) bahwa manusia sebagai makhluk sosial memiliki muka yang wajib untuk dihargai dan diketahui karena sama dengan makna sosial seseorang. Untuk menghindari adanya tindak pengancaman muka, maka diperlukan adanya strategi untuk menjaga muka (Jumanto, 2011; Nadar, 2009). Strategi tersebut membawa penutur untuk bijak dalam menentukan strategi kesantunan yang tepat, sesuai dengan status sosial dalam masyarakat atau faktor keturunan sesuai dengan kehidupan masyarakat Bali.

Data Tuturan (4)

Konteks situasi tutur

Penutur : Pedagang
Mitra tutur : Pembeli
Lokasi : Warung Sembako
Pukul : 06:45 Wita
Konteks : Pedagang menanyakan kabar ipar dari pembeli

Pembeli : Bu Tut, ada bumbu serbaguna?
Pedagang : *Eh* bu Adit. Ada bu cari berapa?
Pembeli : Satu aja bu yang setengah kilo ya
Pedagang : *Gimana kabar* iparnya? *udah baikan?* Katanya masuk rumah sakit ya?
Pembeli : Oh sudah bu, sudah *mendingan*
Pedagang : Siapa yang *nunggu* di rumah sakit? *kan* istrinya kerja?
Pembeli : Anak-anaknya Bu
Pedagang : Oh *gitu*, kasian kalo tidak ada yang *nungguin* ya

Dialog di atas terjadi di kios yang menjual sembako. Pada awal percakapan terjadi interaksi yang sudah saling kenal sehingga tidak ada jarak sosial, tingkat pembebanan dan kekuasaan diantara peserta tutur. Sapaan yang dilanjutkan dengan perhatian terhadap kebutuhan pembeli dituturkan menggunakan kalimat interogatif agar terkesan tidak kaku. Setelah kebutuhan pembeli terpenuhi di tengah-tengah percakapan pembeli bertanya seolah oleh memberikan perhatian terhadap ipar dari pembeli yang saat itu dikabarkan sedang sakit dan harus rawat inap. Tuturan ini merupakan salah satu wujud dari strategi kesantunan positif. Menurut pandangan (Brown & Levinson, 1978) strategi kesantunan digunakan untuk menjaga muka positif mitra tutur. Dengan memberikan perhatian dan apresiasi membuktikan bahwa penutur peduli terhadap suatu kondisi yang telah menimpa mitra tutur. Melalui strategi kesantunan positif maka penutur merasa diberi perhatian sehingga jalinan pertemanan semakin dekat.

Setelah interaksi terjalin dengan baik diantara peserta tutur, maka muncullah tuturan yang mengandung gosip-gosip tentang pihak ketiga yaitu ipar pembeli. Fenomena ini memberikan suatu gambaran bahwa gosip menjadi salah satu aktivitas yang digemari oleh masyarakat. Bertemu dengan teman atau dengan tetangga kemudian berlanjut dengan adanya obrolan yang membahas suatu permasalahan sudah dapat dikatakan gosip. Banyak pandangan yang mendeskripsikan bahwa dengan bergosip maka akan mendapatkan berbagai informasi karena gosip adalah sumber informasi, hiburan, perekat tali pertemanan (Meinarno et al., 2012; Sulistyowati, 2016).

Meskipun mengawali tuturan dengan menerapkan strategi kesantunan positif tetap secara perlahan tuturan yang bersifat positif dengan memberikan perhatian tiba-tiba berubah menjadi gosip sampai akhir tuturan. Dialog di atas secara tidak langsung sudah menggunakan media bergosip untuk mendekatkan jarak meskipun awalnya memberikan perhatian kepada mitra tutur. Pergeseran strategi kesantunan positif secara perlahan berubah menjadi pelanggaran kesantunan karena dapat mengancam muka dari peserta tutur itu sendiri.

SIMPULAN

Interaksi pedagang dengan pembeli di pasar tradisional sangat bervariasi didukung dengan konteks yang beragam. Salah satu wujud interaksi memunculkan gosip yang sangat digemari oleh masyarakat. Topik gosip umumnya tidak berat identik dengan kehidupan yang dialami oleh orang lain sebagai pihak ketiga atau mengambil dari isu-isu yang sedang beredar. Topik bahasan gosip merupakan hal yang menarik sehingga dengan adanya gosip maka tingkat hubungan pertemanan semakin dekat karena merasa senasib dan sepenanggungan. Meskipun nilai dari gosip adalah negatif namun selalu muncul dalam aktivitas kehidupan masyarakat di Indonesia. Pola kesantunan yang muncul dalam tuturan gosip identik dengan mengimplementasikan strategi kesantunan yang mengalami pergeseran yaitu diawali dengan strategi kesantunan positif, strategi negatif, dan strategi secara tidak langsung, namun secara proses komunikasi bergeser menjadi strategi bertutur tanpa basa-basi maupun tetap menggunakan strategi positif sampai akhir dialog. Faktor sosial seperti jarak sosial, tingkat pembebanan maupun



kekuasaan tidak menjadi faktor pendukung dalam bergosip. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam hal berkomunikasi pada masyarakat umum untuk dapat lebih memperhatikan pembicaraan dalam bergosip, yakni dengan memilih strategi kesantunan positif sehingga tujuan berkomunikasi antara petutur dan penutur yang dikemas dalam gosip tidak memunculkan kesan menggunjing dalam artian negatif dan merugikan orang lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada berbagai pihak di Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar atas kesempatan serta *support* yang telah diberikan sehingga dapat melaksanakan kegiatan penelitian tepat waktu sebagai wujud dari pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi. Serta tak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian seperti pedagang pasar dan pengelola pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Aloliliweri. (2010). *Gatra-gatra komunikasi antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andriyani, A. A. A. D., Djatmika, D., Sumarlam, S., & Rahayu, E. T. (2018). The phenomena of Brown and Levinson's politeness strategies implemented by the tourism actors in Kuta Beach Bali. In *Fourth Prasasti International Seminar on Linguistics (Prasasti 2018)* (pp. 372-375). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/prasasti-18.2018.67>
- Andriyani, A. A. A. D., Djatmika, Sumarlam, & Rahayu, E. T. (2019). Learning from face-threatening acts by tourism workers in Bali: The impacts of cross-cultural misunderstanding. *Journal of Social Studies Education Research*, 10(3), 64-81. retrieved from <https://www.learntechlib.org/p/216496/>
- Andriyani, A. A. A. D., Santika, I. D. A. D. M., & Raharjo, Y. M. (2021). Daya tindak perlokusi pengguna instagram dalam unggahan bertema Covid-19. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya (e-journal)*, 7(1), 20-33. <https://doi.org/10.22219/kembara.v7i1.I5543>
- Andriyani, A. A. A. D., Djatmika, D., Sumarlam, S., & Rahayu, E. T. (2016). Penanda kesantunan berbahasa wisatawan Jepang di Bali (Domain pariwisata). *Prosiding Prasasti*, 71-79. <https://doi.org/10.20961/pras.v0i0.I446.g1340>
- Brown & Levinson, S. (1987). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, P., & Levinson, S. (1978a). Politeness: Some universals in language use. In *Studies in Interactional Sociolinguistics 4*. <https://doi.org/10.2307/3587263>
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1978b). Universals in language usage: Politeness phenomena. In *Questions and politeness: Strategies in social interaction* (pp. 56-311). Cambridge University Press.
- Camalia, M. (2016). *Strategi kesantunan pada tuturan penjual daging ayam di pasar tradisional Sidoharjo Lamongan* (Doctoral dissertation, Diponegoro University). Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/50951/>
- Chaer, A. (2010). *Kesantunan berbahasa*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Ciubancan, M. (2015). Principles of communication in Japanese indirectness and hedging. *Romanian Economic and Business Review*, 10(4), 246-254. Retrieved from <http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/journal/WII5/REBE-WII5-A22.pdf>
- Dang, S.-M. (2017). Gossip as an Organizing Principle of Social Order and Perception. In *Gossip, Women, Film, and Chick Flicks* (pp. 9-14). Springer.
- Djatmika. (2016). *Mengenal Pragmatik Yuk!?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fattah, B. O. (2016). Discernment and Volition: Two Aspects of Politeness. *International Journal*, 3(1), 385-406. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Bikhtiyar-Fattah-2/publication/331207329_Discernment_and_Volition_Two_Aspects_of_Politeness/links/5c6c10974585156b57081000/Discernment-and-Volition-Two-Aspects-of-Politeness.pdf
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General*

- Psychology*, 8(2), 78–99.
- Gunarwan, A. (2007a). Implikatur dan kesantunan berbahasa: beberapa tilikan dari sandiwara Ludruk. *Pelbba*, 18, 85–119.
- Gunarwan, A. (2007b). *Pragmatik: Teori dan kajian Nusantara*. Jakarta: Penerbit Universitas Atma Jaya.
- Geyer, N. (2010). Teasing and ambivalent face in Japanese multi-party discourse. *Journal of Pragmatics*, 42(8), 2120-2130. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2009.12.015>
- Hafizah, H. (2019). Gosip di kalangan ibu-ibu rumah tangga studi kasus: (Perumnas Siteba, Kelurahan Surau Gadang, Kecamatan Nanggalo, Kota Padang). *HISTORIA: Journal of Historical Education Study Program*, 4(1), 11–18. <https://doi.org/10.33373/j-his.v4i1.1721>
- Haugh, M., & Obana, Y. (2011). Politeness in Japan. *Politeness in East Asia*, 147-155. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=MPeicAePIDQC&oi=fnd&pg=PA147&dq=Politeness+in+Japan&ots=qXCUCoQjx&sig=Xkes3mSQ3ifGVCdIlJIWwmlI7lg&redir_esc=y#v=onepage&q=Politeness%20in%20Japan&f=false
- Ide, S. (1993). Preface: The search for integrated universals of linguistic politeness. In *Multilingua*, 12(1), 7–11. <https://doi.org/10.1515/mult.1993.12.1.7>
- Ismail, A. (2020). Kesantunan berbahasa antara pembeli dan penjual di pasar tradisional Kota Ternate. *Jurnal Bilingual*, 10(2), 25–31. <http://dx.doi.org/10.33387/j.bilingual.v10i2.2734>
- Jumanto. (2011). *Pragmatik: Dunia linguistik tak selebar daun kelor*. Yogyakarta: Morfolingua.
- Junaida, D. S. (2018). E-gossip: Studi kasus budaya gosip pengguna Whatsapp. *Walasuji*, 9(2), 435–445. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/292863/e-gossip-studi-kasus-budaya-gossip-pengguna-whatsapp>
- Kristianto, Y. (2016). Hospitalitas sebagai alat kesadaran muka dalam interaksi layanan di ranah pariwisata. *LITERA: Jurnal Litera Bahasa dan Sastra*, 2(1), 63-69. Retrieved from <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/litera/article/view/36>
- Leech, G. (1996). *Principles of pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- Leech, G. (2014). *The pragmatics of politeness*. Oxford: Oxford University Press.
- Lestari, P. M., Djatmika, D., Sumarlam, S., & Purnanto, D. (2016). Pilihan dan kesantunan bahasa ngrasani “membicarakan orang lain” dalam tradisi rewang pada wanita Jawa. *International Seminar Prasasti III: Current Research in Linguistics*, 597–601. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingprasasti/article/download/1620/1506>
- Lestari, P. M., & Purnanto, D. (2019). The structure pattern of ngrasani “gossiping” by Javanese Women in Indonesia. *Australasian Journal of Educational Technology*, 35(1), 116-129. Retrieved from <https://ajet.org.au/index.php/AJET/issue/view/134>
- Levinson, P., Brown, P., Levinson, S. C., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage* (Vol. 4). Cambridge: Cambridge university press.
- Liu, X., & Allen, T. J. (2014). A Study of Linguistic Politeness in Japanese. *Open Journal of Modern Linguistics*, 4(5), 651–663. <https://doi.org/10.4236/ojml.2014.45056>
- Markhamah & Sabardila, A. (2013). *Analisis kesalahan dan kesantunan berbahasa*. Muhammadiyah University Press.
- Meinarno, E. A., Bagaskara, S., & Rosalina, M. P. K. (2012). Apakah gosip bisa menjadi kontrol sosial? *Jurnal Psikologi: PITUTUR*, 1(2), 78–85. Retrieved from <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/PSI/article/view/28>
- Mey, J. L. (1993). *Pragmatics: An Introduction*. Oxford: Blackwell Publishing Company.
- Nadar, F. X. (2009). *Pragmatik dan penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pramujiono, A., Indrayanti, T., & Rochmawati, D. (2020, February). Recounting as realization of Brown and Levinson’s positive politeness strategies in instructional interactions. In *3rd International Conference on Learning Innovation and Quality Education (ICLIQE 2019)* (pp. 1095-1103). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200129.135>
- Pranowo. (2009). *Berbahasa Secara Santun*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



- Purnomo, B. (2011). Tourism-service language: A cross-cultural perspective on politeness. *Humaniora*, 23(2), 185–198. <https://doi.org/10.22146/jh.1021>
- Purnomo, B. (2010). Politeness strategies and levels in tourism-service language in Surakarta Residency. *REGISTER, Language & Language Teaching Journals*, 3(2), 163–200. <https://doi.org/10.18326/rgt.v3i2.163-200>
- Rahayu, F. S. (2012). Cyberbullying sebagai dampak negatif penggunaan teknologi informasi. *Journal of Information Systems*, 8(1), 22–31. <https://doi.org/10.21609/jsi.v8i1.321>
- Rahayu, T. (2018). Kesantunan berbahasa sebagai cerminan karakter bangsa. *Journal of Language Learning and Research (JOLLAR)*, 1(1), 24–31. <https://doi.org/10.22236/jollar.v1i1.1243>
- Rashid, R. A., Ismail, I. R., Ismail, R., & Mamat, R. (2017). Ketidaksantunan dalam perbualan Bahasa Jepun oleh pemandu pelancong Malaysia. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 17(3), 86–105. <https://doi.org/10.17576/gema-2017-1703-06>
- Rusmini, R. (2015). Kesantunan berbahasa dalam interaksi antara penjual dan pembeli tanaman bunga dan buah di pasar kilometer 7 Kabupaten Banjar (Speech politeness in interaction between the sellers and the buyers of plants flowers and fruits at market on 7th Kilometers) *Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajarannya (JBSP)*, 5(1), 35–44. Retrieved from <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jbsp/article/viewFile/3709/3355>
- Scollon, R., & Scollon, S. (1996). Narrative, literacy and face in interethnic communication. *Language Development: A Reader for Teachers*, VII, 226–229. <https://doi.org/10.2307/3586719>
- Sibarani. (2004). *Pengajaran pragmatik*. Yogyakarta: Angkasa.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan teknik analisis bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sulistiyowati, A. (2016). *Studi deskriptif fungsi dan dampak negatif gosip pada remaja* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Watts, R. J. (2003). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.