ENTITA: *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial*
http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/entita
P-ISSN:2715-7555 E-ISSN:2716-1226

Strategi Permintaan Maaf dalam Interaksi Jual Beli Etnis Madura: Kajian Etnocyberpragmatik

Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto(1) Djodjok Soepardjo(2) Mulyono(3) Agusniar Dian Savitri(4)
[1] Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia, [2,3,4] Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
[1]aguspurnomo@iainmadura.ac.id, [2]djodjoksoepardjo@unesa.ac.id, [3]mulyono@unesa.ac.id, [4]agusniarsavitri@unesa.ac.id

Abstract

This study examines the apology speech strategies in online buying and selling interactions within the Madurese ethnic community using an ethnocyberpragmatic approach. Apologies are a crucial aspect of interpersonal communication, reflecting politeness, ethics, and efforts to maintain social harmony. In the context of cattle trading conducted via social media platforms such as YouTube, the Madurese people display distinct linguistic practices. The data were collected through non-participant observation of 200 YouTube Shorts videos depicting cattle trading interactions uploaded on the "Dunia Sapi" social media account. The findings reveal that the apology strategies employed include expressions of regret, direct apologies, reasoning, acknowledgment of fault, as well as newly identified strategies such as warnings and reproaches—elements not found in the CCSARP (Cross-Cultural Speech Act Realization Project) model. These results indicate that digital media does not erase local cultural traces but instead serves as a new space for expressing cultural values in online communication. This study underscores the importance of understanding linguistic dynamics in digitally mediated social interactions and expands cross-cultural pragmatic studies through an approach that integrates ethnographic and pragmatic analysis in the context of ethnic online communication.

Keywords*: Apology Speech Strategies, Ethnocyberpragmatics, Madurese Ethnic Group, Buying and Selling Interaction, YouTube, Pragmatics, Ethnography*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi tuturan permintaan maaf dalam interaksi jual beli daring etnis Madura dengan menggunakan pendekatan etnocyberpragmatik. Permintaan maaf merupakan bagian penting dalam komunikasi interpersonal yang merefleksikan nilai kesopanan, etika, serta upaya menjaga keharmonisan sosial. Dalam konteks jual beli sapi yang dilakukan melalui media sosial YouTube, etnis Madura menunjukkan praktik kebahasaan yang khas. Data diperoleh melalui metode observasi nonpartisipatif terhadap 200 video YouTube Short interaksi jual beli sapi yang diunggah pada akun media sosial "Dunia Sapi." Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi tuturan permintaan maaf yang digunakan meliputi ekspresi penyesalan, permintaan maaf langsung, alasan, pengakuan kesalahan, serta strategi baru berupa peringatan dan celaan, yang tidak ditemukan dalam model CCSARP (*Cross-Cultural Speech Act Realization Project*). Temuan ini menunjukkan bahwa media digital tidak menghilangkan jejak budaya lokal, melainkan menjadi ruang baru bagi ekspresi nilai-nilai budaya dalam komunikasi daring. Kajian ini menegaskan pentingnya pemahaman terhadap dinamika kebahasaan dalam interaksi sosial berbasis digital, serta

memperluas wawasan pragmatik lintas budaya melalui pendekatan yang menggabungkan dimensi etnografi dan analisis pragmatik dalam konteks komunikasi daring.

Kata kunci: Strategi Tuturan Permintaan Maaf, Etnocyberpragmatik, Etnis Madura, Interaksi Jual Beli, Youtube, Pragmatik, Etnografi

Received : 07-04-2025 ;Revised:30-04-2025 ; Accepted:05-05-2025

© **ENTITA:** Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial
Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia

https://doi.org/10.19105/ejpis.v1i.19216

Pendahuluan

Tuturan permintaan maaf memegang peranan penting dalam komunikasi sosial karena berfungsi sebagai mekanisme untuk meredakan ketegangan, memperbaiki hubungan, serta menjaga keharmonisan interaksi antarindividu. Dalam berbagai konteks budaya, permintaan maaf tidak hanya dipandang sebagai respons atas suatu kesalahan, tetapi juga sebagai bentuk kesadaran sosial dan penghargaan terhadap perasaan orang lain (Song, dkk., 2023; Haristiani & Christinawati, 2024). Melalui permintaan maaf, seseorang menunjukkan sikap sopan santun, rasa tanggung jawab, dan niat untuk memperbaiki situasi yang mungkin menimbulkan ketidaknyamanan. Dengan demikian, tuturan ini menjadi bagian krusial dalam menjaga etika komunikasi serta membangun dan mempertahankan hubungan sosial yang sehat dan harmonis di tengah Masyarakat (Saleem, dkk., 2021).

Etnis Madura dikenal memiliki karakteristik budaya yang khas, yang tercermin dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik komunikasi sehari-hari (Putikadyanto, Rahmawati, & Setiadi, 2022; Ayuanita & Rizam, 2025). Dalam konteks jual beli, terutama jual beli sapi yang merupakan salah satu aktivitas ekonomi penting bagi masyarakat Madura (Riyanto, 2021), pola komunikasi yang digunakan tidak lepas dari nilai-nilai budaya lokal yang menjunjung tinggi kesopanan, kejujuran, dan penghormatan terhadap mitra bicara. Interaksi antara penjual dan pembeli tidak hanya sekadar transaksi ekonomi, tetapi juga mengandung dimensi sosial yang memperlihatkan solidaritas, rasa saling menghargai, dan kehati-hatian dalam berbahasa. Tuturan-tuturan yang digunakan dalam proses tawar-menawar maupun penyelesaian masalah dalam jual beli kerap kali mencerminkan strategi komunikasi yang dibentuk oleh norma dan nilai budaya Madura, sehingga menciptakan suasana interaksi yang tetap harmonis meskipun terjadi perbedaan pendapat atau ketidaksepakatan dalam transaksi.

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi, termasuk dalam aktivitas jual beli yang kini banyak beralih dari pertemuan langsung ke platform digital (Putikadyanto, Adriana, & Efendi 2021; Setiawan, 2024). Media sosial seperti Youtube menjadi ruang baru yang dimanfaatkan oleh berbagai komunitas, termasuk komunitas etnis, untuk melakukan transaksi ekonomi secara lebih praktis dan efisien. Perpindahan ke ranah daring ini tidak hanya mengubah cara bertransaksi, tetapi juga memengaruhi pola komunikasi antara penjual dan pembeli (Kusnanto, dkk., 2024). Dalam konteks ini, interaksi yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini diwujudkan melalui komentar, pesan, dan video, yang menuntut adaptasi baru terhadap bentuk-bentuk tuturan yang digunakan. Perubahan ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang sosial tempat berlangsungnya interaksi yang sarat dengan nilai, norma, dan budaya lokal yang turut bertransformasi mengikuti dinamika teknologi (Habermas, 2022; Radwan, 2022).

Munculnya interaksi daring di kalangan komunitas etnis, seperti komunitas Madura, menandai lahirnya fenomena baru dalam praktik komunikasi yang memadukan unsur tradisional dengan kemajuan teknologi. Meskipun berlangsung di ruang digital, komunikasi antar anggota komunitas ini tetap merefleksikan nilai-nilai budaya lokal yang telah mengakar kuat, salah satunya dalam penggunaan tuturan permintaan maaf. Keunikan budaya Madura tampak dalam cara mereka menyampaikan maaf, yang kadang disampaikan dengan intonasi tegas, tidak hanya berfungsi sebagai bentuk penyesalan, tetapi juga sebagai sarana menjaga kehormatan, menghindari konflik, dan mempererat hubungan sosial. Dalam interaksi jual beli daring, seperti yang terjadi di platform Youtube, tuturan-tuturan tersebut hadir dengan gaya khas yang mempertahankan unsur kesantunan dan solidaritas. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi pergeseran media komunikasi, identitas budaya tetap dipertahankan dan bahkan menemukan bentuk baru yang adaptif dalam ruang digital (Effendy, Efendi, & Putikadyanto, 2019); Hodkinson, 2024).

Hingga saat ini, kajian mengenai tuturan permintaan maaf dalam konteks etnis dan media digital masih tergolong minim, padahal fenomena ini semakin relevan di era komunikasi modern. Sebagian besar penelitian pragmatik cenderung berfokus pada interaksi tatap muka atau konteks formal (Bagheri & Mohamadi Zenouzagh, 2021; Jones, 2022), sementara penggunaan bahasa dalam komunitas daring, khususnya pada kelompok etnis tertentu seperti Madura, belum banyak mendapatkan perhatian. Oleh karena itu,

penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana tuturan permintaan maaf dibentuk, digunakan, dan dimaknai dalam interaksi daring, agar dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi pragmatik yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan zaman.

Tuturan permintaan maaf berakar dari pendekatan pragmatik yang mulai berkembang sejak awal tahun 1980-an. Owen (1983) memandang permintaan maaf sebagai bagian dari tindakan ritual dalam kerangka Goffmanian, di mana permintaan maaf diposisikan sebagai bentuk *remedial exchange* atau pertukaran perbaikan untuk menjaga tatanan sosial ketika suatu norma dilanggar. Dalam pandangan ini, permintaan maaf memiliki dimensi sosiokultural yang kuat karena berfungsi mengembalikan keseimbangan sosial dan mengurangi ketegangan antarpartisipan. Tuturan permintaan maaf menjadi penanda bahwa penutur menyadari pelanggaran yang terjadi dan menunjukkan itikad baik untuk memperbaiki relasi sosial, sekaligus mempertahankan citra diri maupun orang lain dalam interaksi.

Sementara itu, pendekatan lain yang lebih sistematis terhadap permintaan maaf dikembangkan oleh Fraser (1981), Cohen dan Olshtain (1981), serta Blum-Kulka dan Olshtain (1984) dalam proyek CCSARP (*Cross-Cultural Speech Act Realization Project*). Dalam proyek ini, permintaan maaf dipandang sebagai serangkaian strategi tindak tutur yang memiliki struktur dan elemen tertentu. Model CCSAR mengidentifikasi beberapa strategi utama, yakni ekspresi penyesalan, tawaran perbaikan, dan permintaan langsung serta strategi pendukung, yakni pemberian alasan, pengakuan kesalahan, dan janji tidak akan mengulangi (Blum-Kulka dan Olshtain, 1984). Pendekatan ini memungkinkan analisis lintas budaya terhadap pola-pola permintaan maaf yang digunakan dalam berbagai bahasa dan komunitas. Teori ini menjadi kerangka penting dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan bentuk-bentuk permintaan maaf yang muncul dalam interaksi jual beli etnis Madura secara daring, serta memperlihatkan variasi lokal yang unik dan tidak selalu sesuai dengan pola universal CCSARP.

Perkembangan komunikasi digital yang semakin pesat menuntut adanya pendekatan baru dalam studi kebahasaan (Hamonangan, 2023), khususnya yang berkaitan dengan praktik komunikasi komunitas berbasis budaya. Salah satu pendekatan yang dianggap relevan adalah etnocyberpragmatik, yakni pendekatan yang memadukan analisis etnografi

dan pragmatik dalam konteks interaksi digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami praktik kebahasaan secara lebih mendalam, karena tidak hanya menelaah aspek kebahasaan semata, tetapi juga memperhatikan latar belakang budaya, norma sosial, serta konteks digital tempat interaksi berlangsung. Dalam komunitas etnis seperti Madura, yang mulai aktif menggunakan media sosial untuk keperluan ekonomi dan sosial, etnocyberpragmatik menjadi alat analisis yang tepat untuk mengkaji dinamika tuturan, seperti permintaan maaf, yang sarat nilai budaya namun disampaikan dalam ruang komunikasi yang baru. Dengan demikian, pendekatan ini memberikan kerangka teoritis dan metodologis yang kuat untuk memahami bagaimana identitas budaya tetap terjaga dan dinegosiasikan melalui media digital.

Memahami dinamika kebahasaan dalam komunikasi digital berbasis budaya lokal menjadi semakin penting di tengah pergeseran pola interaksi masyarakat dari ruang fisik ke ruang virtual. Strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas etnis, seperti Madura, mencerminkan nilai-nilai budaya yang tetap hidup dan berfungsi meskipun dalam lingkungan digital yang serba cepat dan instan. Pengetahuan mengenai cara mereka menyusun, menyampaikan, dan menanggapi tuturan, termasuk permintaan maaf, dapat memperkaya khazanah kajian pragmatik lintas budaya serta memberikan perspektif baru dalam studi komunikasi daring. Dalam konteks ini, penting untuk menelusuri bagaimana nilai-nilai kesopanan, solidaritas, dan keharmonisan sosial diartikulasikan dalam interaksi jual beli daring, misalnya di platform media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi tuturan permintaan maaf dalam interaksi jual beli etnis Madura, serta mengungkap bagaimana tuturan tersebut merepresentasikan nilai-nilai budaya lokal dalam konteks komunikasi digital yang semakin berkembang.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi dan analisis pragmatik untuk mengungkap tuturan permintaan maaf dalam interaksi jual beli daring etnis Madura. Data penelitian diperoleh dari 200 video interaksi jual beli sapi yang diunggah pada akun Youtube Short “Dunia Sapi,” yang merupakan salah satu platform digital yang aktif digunakan oleh komunitas Madura dalam melakukan transaksi jual beli, selama bulan Januari—Mei 2025. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipatif dan dokumentasi terhadap video yang menampilkan proses komunikasi

antara penjual dan pembeli. Selanjutnya, data dianalisis dengan menggunakan pendekatan etnocyberpragmatik, yaitu perpaduan antara etnografi dan pragmatik dalam konteks digital, untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk tuturan permintaan maaf serta memahami konteks sosial-budaya yang melatarbelakangi penggunaannya. Analisis difokuskan dilakukan sesuai dengan teori CCSARP (*Cross-Cultural Speech Act Realization Project*) yang dikembangkan oleh Blum-Kulka dan Olshtain (1984) berupa strategi utama, yakni ekspresi penyesalan, tawaran perbaikan, dan permintaan langsung serta strategi pendukung, yakni pemberian alasan, pengakuan kesalahan, dan janji tidak akan mengulangi.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Ekspresi Penyesalan

Salah satu bentuk strategi tuturan permintaan maaf yang ditemukan dalam interaksi jual beli sapi oleh etnis Madura di media sosial Youtube adalah strategi ekspresi penyesalan. Strategi ini adalah strategi permintaan maaf yang langsung menunjukkan rasa menyesal (Blum-Kulka dan Olshtain, 1984), seperti yang tampak pada tuturan interaksi berikut:

> "Ayo berapa yang ini yo, 3000 dah, ayo 3 juta ya? Eh bercanda saya Pak, maaf, maaf, maaf." (Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 15/04/2025)

Tuturan ini terjadi dalam konteks pembeli yang menawar sapi kepada pemilik sapi yang sedang menggembala di ladang. Meskipun interaksi dilakukan dalam situasi yang terkesan santai dan informal, pembeli tetap merasa perlu untuk segera menyampaikan permintaan maaf secara eksplisit ketika ia menyadari bahwa candaan soal harga bisa disalahpahami atau dianggap meremehkan. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran pragmatik dari pihak pembeli mengenai pentingnya menjaga hubungan interpersonal, bahkan dalam konteks yang nonformal (García-Gómez, 2022).

Secara linguistik, penggunaan kata “maaf” yang diulang tiga kali menandakan intensitas dan kesungguhan dalam menyampaikan penyesalan. Pengulangan ini juga merupakan ciri komunikasi etnis Madura yang menekankan aspek emosional dalam menjaga kesantunan dan keharmonisan sosial. Strategi ekspresi penyesalan ini digunakan bukan hanya untuk mengakui kesalahan atau kekeliruan, tetapi juga sebagai upaya meredam potensi konflik serta memperkuat solidaritas antara penjual dan pembeli. Tuturan ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai budaya lokal—seperti pentingnya rasa hormat,

kesopanan, dan kepekaan sosial—tetap dipertahankan dan direpresentasikan secara aktif dalam ruang komunikasi digital. Permintaan maaf dalam konteks ini tidak hanya bersifat fungsional, melainkan juga simbolik, mencerminkan norma-norma budaya Madura yang menempatkan keharmonisan sosial sebagai prioritas utama dalam interaksi, termasuk dalam transaksi ekonomi di dunia digital.

Strategi Permintaan Maaf Langsung

Strategi permintaan maaf langsung merupakan salah satu bentuk tuturan yang digunakan dalam interaksi jual beli oleh etnis Madura, terutama ketika terjadi ketidaksesuaian harga atau belum tercapainya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Strategi ini berfungsi untuk meminta agar pihak yang dirugikan memaafkan pelaku (Blum-Kulka dan Olshtain, 1984). Dalam hal ini digunakan untuk menolak tawaran seperti terlihat dalam interaksi berikut:

Pembeli: "Berapa? 200?"
Penjual: "Saporaan (Maaf)"
Pembeli: "2,5?"
Penjual: "Maaf"
Pembeli: "Ya sudah"
Penjual: "Gak masalah, gak dirugikan"
(Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 29/01/2025)

Konteks tuturan ini terjadi di pasar, dalam proses tawar-menawar sapi yang belum mencapai kesepakatan harga. Penjual beberapa kali secara langsung mengucapkan kata “maaf” (baik dalam bahasa Indonesia maupun dalam bahasa Madura, "saporaan") saat menanggapi tawaran pembeli yang jauh di bawah harga harapan. Meskipun tidak terjadi penjualan, interaksi tetap berlangsung dalam suasana yang santun dan tidak menimbulkan ketegangan. Strategi permintaan maaf langsung ini digunakan sebagai alat komunikasi untuk menolak tawaran dengan cara yang sopan dan tetap menjaga hubungan baik antara kedua pihak.

Dari perspektif pragmatik, penggunaan kata "maaf" dalam situasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekspresi penyesalan, tetapi juga sebagai strategi mitigasi atau pelunakan ketika harus mengatakan "tidak." Penjual tidak langsung menolak tawaran secara keras, melainkan menyisipkan permintaan maaf sebagai bentuk penghormatan terhadap pembeli. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran sosial terhadap pentingnya menjaga keharmonisan dan menghindari konfrontasi dalam interaksi jual beli (Kaur, dkk.,

2022), yang menjadi nilai penting dalam budaya komunikasi etnis Madura. Strategi permintaan maaf langsung ini memperlihatkan bagaimana norma-norma budaya lokal tetap terwujud dalam komunikasi meskipun berlangsung di ruang publik seperti pasar atau media sosial. Permintaan maaf yang sederhana namun bermakna ini mencerminkan nilai-nilai seperti rasa hormat, kesantunan, dan solidaritas sosial, yang tetap diutamakan dalam interaksi ekonomi komunitas Madura. Dengan demikian, permintaan maaf tidak hanya berfungsi secara linguistik, tetapi juga sebagai mekanisme budaya untuk menjaga kelangsungan relasi sosial dalam konteks jual beli.

Strategi Permintaan Maaf Langsung-Alasan

Strategi permintaan maaf langsung yang disertai alasan merupakan bentuk tuturan yang menunjukkan kombinasi antara kesantunan linguistik dan kejelasan maksud komunikatif. Strategi ini tampak dalam data berikut:

> Pembeli: “Saporanah kauleh ka sampean Ghi, maaf se rajha, saya niat beli.”
> (Terjemahan: “Mohon maaf ya, mohon maaf yang besar, saya memang berniat membeli.”)
> (Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 9/04/2025)

Tuturan ini muncul dalam konteks di mana pembeli menanggapi harga awal yang diberikan oleh peternak yang dianggap terlalu tinggi. Pembeli meminta agar harga diturunkan menjadi “ringan” atau masuk akal bagi kedua belah pihak, namun ia menyampaikan maksud tersebut dengan menggunakan permintaan maaf yang dilanjutkan dengan alasan atau klarifikasi bahwa ia memang serius ingin membeli. Ungkapan "maaf se rajha" (maaf yang besar) menunjukkan intensitas kesungguhan pembeli dalam menjaga keharmonisan interaksi, meskipun ia sedang mengajukan permintaan yang berpotensi menyinggung atau menekan harga.

Dari perspektif pragmatik, strategi ini menggambarkan pemanfaatan permintaan maaf sebagai alat untuk membangun hubungan positif dengan penjual, sekaligus sebagai pelunakan atas permintaan penurunan harga (Forster, 2021). Penambahan alasan “saya niat beli” memperkuat niat baik pembeli, sehingga maksudnya tidak ditafsirkan sebagai penawaran main-main atau sekadar mengejek harga. Penggunaan permintaan maaf yang disertai alasan ini mencerminkan cara masyarakat Madura mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal seperti ketulusan, sopan santun, dan rasa hormat ke dalam interaksi ekonomi digital. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun komunikasi berlangsung dalam ranah

daring atau diunggah dalam bentuk video pendek di media sosial, etika komunikasi yang berbasis budaya tetap dijaga. Penambahan alasan dalam permintaan maaf juga mencerminkan keinginan pembeli untuk menjaga wajah (*face-saving*) kedua belah pihak—baik dirinya sendiri maupun penjual—sehingga interaksi tetap berlangsung secara harmonis dan saling menghargai (Lee, Mason, & Malcomb, 2021).

Strategi Alasan-Permintaan Maaf Langsung

Strategi permintaan maaf langsung disertai alasan merupakan bentuk komunikasi yang menunjukkan adanya kesantunan linguistik sekaligus kejelasan maksud dalam interaksi jual beli, seperti tampak pada tuturan berikut:

> Pembeli: “Mohon maaf ke sampean. Jika sampean pijat. Nanti saya tambah.”
> (Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 20/02/2025)

Tuturan ini muncul dalam konteks transaksi jual beli sapi yang berlangsung lancar dan cepat tercapai kesepakatan harga. Dalam kondisi tersebut, pembeli mengajukan permintaan tambahan—yakni agar penjual ikut membantu memijatnya—dengan menyisipkan permintaan maaf di awal. Permintaan maaf ini disertai alasan yang memperjelas maksud dan kesediaan pembeli untuk memberikan kompensasi (“nanti saya tambah”), sehingga tidak menimbulkan kesan bahwa pembeli memanfaatkan atau menuntut secara sepihak.

Dari sudut pandang pragmatik, strategi ini menunjukkan bentuk mitigasi yang digunakan pembeli untuk menghindari penolakan atau potensi ketegangan dalam interaksi. Permintaan maaf tidak semata-mata digunakan untuk menyatakan penyesalan, tetapi berfungsi sebagai pembuka jalan yang sopan bagi permintaan tambahan yang mungkin di luar kesepakatan awal (Ed-deraouy & Sana, 2024). Penambahan alasan atau penjelasan memperkuat keikhlasan dan niat baik pembeli dalam bertransaksi. Tuturan ini merepresentasikan nilai-nilai budaya Madura seperti hormat terhadap mitra bicara dan pentingnya menjaga hubungan baik, bahkan dalam urusan ekonomi yang tampak sederhana. Dalam budaya Madura, komunikasi yang menekankan sikap rendah hati dan pengakuan terhadap posisi sosial mitra interaksi menjadi bagian dari etika komunikasi yang dijunjung tinggi. Meskipun berlangsung dalam lingkungan rumah dan bersifat informal, interaksi tetap sarat dengan strategi kesopanan yang menunjukkan kesadaran budaya lokal dalam komunikasi.

Strategi Permintaan Maaf Langsung-Celaan

Dalam interaksi jual beli sapi etnis Madura, ditemukan bentuk strategi tuturan permintaan maaf yang tidak hanya menyampaikan penyesalan atau menjaga kesopanan, tetapi juga disertai dengan celaan terhadap mitra tutur. Strategi gabungan ini muncul dalam situasi negosiasi harga yang tidak mencapai kesepakatan. Contoh tuturan berikut memperlihatkan bagaimana penjual merespons tawaran pembeli yang dianggap terlalu rendah:

> Pembeli: "Dekremah hayo? (Ayo bagaimana?) Saya mantapkan 9 ribu (9 juta)."
> Penjual: "Minta maaf, bayar 9 juta boleh lari yang jauh. Jangan bertingkah dengan Bos Muda."
> (Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 14/03/2025)

Dalam tuturan ini, penjual menggunakan frasa "Minta maaf" sebagai bentuk permintaan maaf langsung. Namun, alih-alih menunjukkan kerendahan hati atau permintaan maaf atas kesalahan, ungkapan ini justru disusul dengan celaan atau sindiran tajam terhadap pembeli, yaitu dengan menyarankan pembeli untuk "lari yang jauh" dan tidak "bertingkah dengan Bos Muda." Celaan ini menyiratkan ketidaksukaan atau ketidakterimaan terhadap tawaran yang dianggap merendahkan harga pasar dan posisi penjual (Berkovski, 2024).

Strategi ini menandai temuan baru yang belum tercakup dalam model CCSARP (*Cross-Cultural Speech Act Realization Project*), yang selama ini memetakan strategi permintaan maaf pada kategori-kategori seperti ekspresi penyesalan, tanggung jawab, janji perbaikan, kompensasi, atau kombinasi di antara strategi-strategi tersebut (Blum-Kulka dan Olshtain, 1984). Tidak ada kategori dalam model tersebut yang secara eksplisit memasukkan cercaan atau celaan sebagai bagian dari strategi permintaan maaf. Oleh karena itu, temuan ini menunjukkan adanya bentuk hibrid yang khas dalam budaya komunikasi etnis tertentu, yang memanfaatkan permintaan maaf bukan sebagai alat mitigasi, melainkan sebagai pembuka terhadap tuturan yang justru bernada konflik atau defensif.

Secara pragmatik, hal ini menunjukkan bahwa permintaan maaf dapat bersifat strategis dan retoris, di mana fungsi utamanya bukan untuk menyatakan penyesalan, tetapi sebagai penanda posisi dominan dalam interaksi. Dalam konteks budaya Madura, yang dikenal memiliki karakter komunikasi yang lugas, langsung, dan penuh semangat

persaingan dalam pasar, bentuk tuturan seperti ini menjadi bagian dari dinamika negosiasi yang biasa dan dapat diterima sebagai bagian dari *ritual verbal bargaining*. Tuturan ini menunjukkan bahwa meskipun interaksi terjadi dalam ruang fisik (pasar), dokumentasi dan penyebarannya melalui media digital seperti YouTube menjadikan ekspresi ini sebagai bagian dari komunikasi daring yang memperlihatkan nilai-nilai budaya lokal. Strategi permintaan maaf-celaan ini merepresentasikan ekspresi kebudayaan yang tidak dapat dijelaskan sepenuhnya dengan teori pragmatik yang bersifat universal, melainkan perlu dipahami melalui pendekatan yang memperhatikan konteks budaya dan identitas komunitas. Dengan demikian, strategi *permintaan maaf langsung disertai celaan* menandai perluasan kategori dalam studi tindakan tutur lintas budaya dan memperkaya pemahaman tentang bagaimana komunitas etnis, seperti Madura, memanfaatkan bahasa secara kreatif untuk bernegosiasi, menegosiasikan harga diri, dan menunjukkan dominasi dalam interaksi sosial ekonomi.

Strategi Peringatan-Permintaan Maaf-Alasan

Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah munculnya strategi gabungan yang terdiri atas peringatan, permintaan maaf langsung, dan alasan, dalam tuturan permintaan maaf, sebagaimana tampak dalam data tuturan sebagai berikut:

Penjual: “15,5. Berapa Bah?”
Pembeli: “12 (juta).”
Penjual: “Ikut rapat samean?”
Pembeli: “Jangan macam-macam ke Engkok (saya) lah. Maaf saja. Rugi saya. Jangan nawar ngawur.”
(Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 23/02/2025)

Dalam tuturan ini, pembeli menggunakan ekspresi “Maaf saja” sebagai bentuk permintaan maaf, namun didahului dengan nada peringatan atau teguran: “Jangan macam-macam ke Engkok lah,” dan diikuti dengan alasan “Rugi saya.” Ungkapan ini menunjukkan bahwa permintaan maaf tidak semata-mata digunakan dalam konteks menyesali kesalahan, melainkan sebagai bagian dari ekspresi negosiasi yang tegas (Breeze, 2021). Dalam hal ini, permintaan maaf berfungsi sebagai penanda posisi tawar sekaligus untuk mempertahankan citra diri pembeli yang tidak ingin dirugikan dalam transaksi.

Strategi ini menarik karena menambahkan elemen peringatan, yang selama ini tidak tercakup dalam model-model teoritis permintaan maaf yang umum, seperti CCSARP

(*Cross-Cultural Speech Act Realization Project*). Model CCSARP cenderung membatasi strategi permintaan maaf pada bentuk-bentuk seperti ekspresi penyesalan, tanggung jawab, janji perbaikan, kompensasi, atau kombinasi dari itu (Blum-Kulka dan Olshtain, 1984). Namun, dalam data ini, terlihat bahwa dalam konteks budaya lokal Madura, terutama saat bernegosiasi dalam pasar terbuka, permintaan maaf dapat disampaikan bersama dengan bentuk peringatan sebagai bentuk kontrol terhadap arah percakapan.

Secara pragmatik dan etnografis, tuturan ini menggambarkan situasi komunikasi yang lebih dinamis dan kontekstual. Penggunaan permintaan maaf dalam situasi dengan ketegangan verbal menunjukkan bahwa masyarakat Madura tidak hanya menggunakan bahasa untuk meredakan konflik, tetapi juga untuk menegaskan batas dan mempertahankan posisi tawar secara sopan namun tegas. Permintaan maaf “Maaf saja” diucapkan bukan untuk merendahkan diri, melainkan sebagai penegasan bahwa pembeli tidak akan melanjutkan tawar-menawar jika dirasa tidak adil. Hal ini menjadi temuan penting yang memperkaya pemahaman terhadap variasi bentuk dan fungsi tuturan dalam budaya lokal yang dikemas dalam interaksi digital. Meskipun disampaikan di pasar dan bukan sepenuhnya daring, dokumentasi tuturan melalui video YouTube menunjukkan bahwa dinamika ini tetap direpresentasikan di ruang digital. Keberadaan peringatan dalam strategi permintaan maaf menunjukkan bahwa teori-teori pragmatik lintas budaya perlu lebih adaptif dalam mengakomodasi bentuk-bentuk tuturan yang berkembang dalam komunitas etnis.

Strategi Alasan-Permintaan Maaf Langsung-Alasan

Dalam salah satu interaksi jual beli sapi antara anggota komunitas etnis Madura, ditemukan penggunaan strategi gabungan antara alasan dan permintaan maaf langsung yang dilanjutkan dengan alasan lanjutan. Contoh tuturan berikut menggambarkan hal tersebut:

> Pembeli**:** *“Kauleh nabhere nika, maaf saporaan, kor okoran sapeh.”*
> (Saya nawar begini, mohon maaf, sesuai ukuran sapi.)
> (Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 9/04/2025)

Dalam tuturan ini, pembeli terlebih dahulu menyampaikan alasan terkait penawaran harga (*“Kauleh nabhere nika”*), kemudian diikuti oleh permintaan maaf langsung (*“maaf saporaan”*), dan kembali ditutup dengan alasan pendukung bahwa harga tersebut sesuai dengan kondisi atau ukuran sapi (*“kor okoran sapeh”*). Strategi ini menunjukkan kesadaran

pragmatis pembeli terhadap pentingnya menjaga hubungan baik dengan penjual, sekaligus menegaskan rasionalitas dari tawaran harga yang diajukan.

Dari perspektif pragmatik, tuturan ini merupakan bentuk mitigasi potensial terhadap ancaman wajah negatif (*negative face threat*) penjual (Putikadyanto & Hannarisa, 2021). Dengan menggunakan permintaan maaf sebagai penanda kesantunan, pembeli secara tidak langsung mengakui bahwa penawarannya mungkin dianggap merendahkan atau tidak sesuai, tetapi kemudian segera memberi pembenaran rasional. Hal ini menempatkan permintaan maaf bukan sebagai tanda kelemahan, melainkan sebagai alat diplomatik untuk meredam ketegangan sambil tetap mempertahankan posisi dalam negosiasi (Chen, 2022). Strategi seperti ini mencerminkan nilai-nilai budaya lokal Madura yang menjunjung tinggi prinsip *tengka* (malu atau sungkan) dan *rassa* (perasaan sosial). Permintaan maaf tidak hanya berfungsi sebagai pelunak dalam komunikasi, tetapi juga sebagai simbol penghormatan terhadap lawan bicara, yang dalam konteks pasar sapi kerap merupakan tokoh masyarakat atau orang yang lebih tua. Kehadiran tuturan ini dalam ruang digital (melalui unggahan video di media sosial) juga memperlihatkan bagaimana nilai-nilai tradisional tetap dipertahankan dan ditampilkan dalam bentuk komunikasi yang terdokumentasi dan tersebar secara luas.

Secara teoretis, temuan ini mendukung kerangka model CCSARP (*Cross-Cultural Speech Act Realization Project*) (Blum-Kulka dan Olshtain, 1984) khususnya dalam kombinasi strategi permintaan maaf, yakni antara ekspresi penyesalan dan alasan, namun konteksnya menunjukkan variasi lokal yang kaya dan bermakna. Penggunaan bahasa Madura dengan nuansa emosional dan budaya memperkaya pemahaman terhadap bentuk-bentuk tindak tutur yang tidak hanya berorientasi pada isi verbal, tetapi juga pada nuansa sosial dan relasi interpersonal yang dibangun di dalamnya. Dengan demikian, strategi gabungan *alasan–permintaan maaf langsung–alasan* dalam interaksi jual beli sapi etnis Madura menjadi bukti bahwa bentuk-bentuk tuturan dalam komunitas etnis tidak hanya mencerminkan fungsi linguistik, tetapi juga memuat nilai budaya dan strategi sosial yang khas dalam menjaga harmoni interaksi.

Strategi Ekspresi penyesalan-Permintaan Maaf Langsung-Pengakuan Kesalahan

Dalam salah satu interaksi jual beli sapi yang terjadi di rumah, terekam praktik tuturan permintaan maaf yang sangat lengkap dan reflektif, seperti yang tampak pada tuturan berikut:

> Pembeli: *"Kauleh saporaan mbi samean Ghi, mek badha perkataan kauleh sek kurang seneng mbi samean, mek badha tawar menawar sek menyinggung mpean kauleh saporaan sek rajha. Manusia genikah tempatnya salah, luput, dan lupa."*
> (Saya minta maaf ke Ibu ya. Kalau ada perkataan yang kurang pantas, tawar-menawar yang kurang berkenan, saya minta maaf yang besar. Manusia tempatnya salah dan lupa.)
> (Sumber: YouTube Shorts Dunia Sapi, 25/02/2025)

Tuturan tersebut mencerminkan keterampilan pragmatik yang tinggi, di mana pembeli dengan penuh kesadaran menyampaikan permintaan maaf tidak hanya sebagai formalitas, melainkan sebagai bentuk nyata dari introspeksi diri. Ia tidak hanya mengungkapkan penyesalan (*saporaan sek rajha*), tetapi juga secara eksplisit mengakui kemungkinan adanya ucapan atau tindakan yang menyinggung selama proses tawar-menawar berlangsung. Ditutup dengan pernyataan universal bahwa manusia adalah tempatnya salah dan lupa, pembeli menunjukkan sikap rendah hati serta nilai *andhap asor* (merendah demi menjaga hubungan baik), yang menjadi karakter kuat dalam budaya Madura.

Dari sudut pandang pragmatik, strategi ini masuk dalam kategori yang sangat sopan dan berorientasi pada restorasi hubungan interpersonal. Bentuk ini termasuk *strategi face-saving act* yang tidak hanya melindungi wajah pembeli, tetapi juga menunjukkan penghargaan terhadap wajah lawan bicara (penjual), utamanya dalam konteks budaya yang menghargai keselarasan sosial. Kehadiran tuturan seperti ini dalam interaksi jual beli daring (meskipun konteksnya di rumah, tetapi terpublikasi lewat media sosial) menunjukkan bahwa nilai-nilai lokal tidak hanya bertahan, tetapi juga dipertontonkan sebagai bagian dari identitas budaya. Penggunaan bahasa Madura serta ekspresi kultural dalam permintaan maaf menjadi media transmisi nilai sosial, seperti *sopan santun, tanggung jawab, dan empati*, yang dipertahankan bahkan dalam ranah digital.

Strategi gabungan ini mencerminkan bentuk permintaan maaf yang bertingkat tinggi, karena mengandung tiga elemen utama: pernyataan penyesalan, permintaan maaf langsung, dan pengakuan kesalahan. Model ini sebenarnya mendukung kategori yang diidentifikasi dalam teori CCSARP (*Cross-Cultural Speech Act Realization Project*) (Blum-

Kulka dan Olshtain, 1984), karena menunjukkan bentuk permintaan maaf yang lebih lengkap dan personal, sesuai dengan konteks budaya Madura yang menghargai hubungan emosional dalam transaksi ekonomi. Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa dalam komunitas etnis Madura, komunikasi dalam jual beli bukan sekadar pertukaran ekonomi, melainkan juga medan untuk menegosiasikan nilai, menjaga kehormatan, dan memperkuat relasi sosial, baik dalam konteks langsung maupun digital.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tuturan permintaan maaf dalam interaksi jual beli sapi etnis Madura menunjukkan keberagaman strategi yang mencerminkan nilai-nilai budaya lokal yang kuat. Permintaan maaf tidak hanya muncul sebagai bentuk respons atas kesalahan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi mitigasi untuk meredakan ketegangan, menjaga keharmonisan sosial, dan menunjukkan rasa hormat dalam hubungan antara penjual dan pembeli. Strategi yang ditemukan meliputi ekspresi penyesalan, permintaan maaf langsung, alasan, pengakuan kesalahan, bahkan peringatan dan celaan, yang menunjukkan adanya dinamika komunikasi yang kompleks dan khas. Temuan ini memperlihatkan bahwa masyarakat Madura memiliki kecakapan pragmatik yang tinggi dalam menyesuaikan komunikasi mereka, bahkan dalam konteks tawar-menawar yang berpotensi menimbulkan konflik.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa transformasi media komunikasi ke ranah digital tidak menghapus identitas budaya dalam praktik kebahasaan komunitas etnis. Justru, media sosial seperti Facebook dan YouTube menjadi ruang baru untuk mengekspresikan nilai-nilai budaya, termasuk dalam bentuk tuturan permintaan maaf. Dengan menggunakan pendekatan etnocyberpragmatik, penelitian ini berhasil mengungkap praktik komunikasi daring yang tetap terikat dengan norma-norma lokal dan budaya kesopanan. Oleh karena itu, studi ini memperkaya pemahaman dalam bidang pragmatik lintas budaya dan menunjukkan pentingnya mempertimbangkan aspek budaya dalam analisis komunikasi digital, terutama dalam komunitas etnis seperti Madura.

Reference

Ayuanita, K., & Rizam, M. M. (2025). Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia: Ghancaran. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, *6*(2), 500-519.

Bagheri, M., & Mohamadi Zenouzagh, Z. (2021). Comparative study of the effect of face-to-face and computer mediated conversation modalities on student engagement: speaking skill in focus. *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education*, *6*(1), 5.

Berkovski, Y. S. (2023). Moral criticism, hypocrisy, and pragmatics. *Philosophical Studies*, *180*(1), 1-26.

Blum-Kulka, S., & Olshtain, E. (1984). Requests and apologies: A cross-cultural study of speech act realization patterns (CCSARP). *Applied linguistics*, *5*(3), 196-213.

Breeze, R. (2021). Bankers communicating wrongdoing and failure: Apologies or apologetics?. *Lodz Papers in Pragmatics*, *17*(1-2), 43-63.

Chen, R. (2022). *Toward a motivation model of pragmatics* (Vol. 27). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

Cohen, A. D., & Olshtain, E. (1981). Developing a measure of sociocultural competence: the case of apology 1. *Language learning*, *31*(1), 113-134.

Ed-deraouy, B., & Sana, S. (2024). Examining Pragmatic Knowledge in Speech Acts of Request, Compliment Response, and Apology among Moroccan EFL Students. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, *7*(1), 109-122.

Effendy, M. H., Efendi, A. N., & Putikadyanto, A. P. A. (2019, December). Media Sosial Sebagai Platform Penyampaian Ideologi Keagamaan. In *ICONIS: International Conference on Islamic Studies* (Vol. 3, pp. 1-16).

Forster, D. E., Billingsley, J., Burnette, J. L., Lieberman, D., Ohtsubo, Y., & McCullough, M. E. (2021). Experimental evidence that apologies promote forgiveness by communicating relationship value. *Scientific Reports*, *11*(1), 13107.

Fräser, B. (1981). On apologizing. *Conversational routine: Explorations in standardized communication situations and prepatterned speech*, 259-271.

García-Gómez, A. (2022). Learning through WhatsApp: Students' beliefs, L2 pragmatic development and interpersonal relationships. *Computer Assisted Language Learning*, *35*(5-6), 1310-1328.

Habermas, J. (2022). Reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Theory, Culture & Society*, *39*(4), 145-171.

Hamonangan, H. K. (2023). Etika Dan Regulasi Industri Komunikasi: Studi Kasus Pada Regu-Lasi Privasi Data Digital Di Indonesia. *Media Bina Ilmiah*, *18*(1), 235-244.

Haristiani, N., & Christinawati, D. (2024). Interlanguage Pragmatic Competence of University Students: An Error Analysis of Apology Speech Act Strategies in Japanese Learners. *International Journal of Language Education*, *8*(1), 1-19.

Hodkinson, P. (2024). *Media, culture and society: An introduction*. Sage Publications Limited.

Jones, J. E., Jones, L. L., Calvert, M. J., Damery, S. L., & Mathers, J. M. (2022). A literature review of studies that have compared the use of face-to-face and online focus groups. *International Journal of Qualitative Methods*, *21*, 16094069221142406.

Kaur, K., Suppiah, P. C., Arumugam, N., & Idham, M. (2022). Politeness and negotiation strategies in handling customers: Conflict-resolution. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *12*(8), 1002-1017.

Kusnanto, S. P., Gudiato, C., Kom, M., Usman, S. E., Blasius Manggu, S. E., & Sumarni, M. L. (2024). *Transformasi Era Digitalisasi Masyarakat Kontemporer*. Uwais Inspirasi Indonesia.

Lee, A. J., Mason, M. F., & Malcomb, C. S. (2021). Beyond cheap talk accounts: A theory of politeness in negotiations. *Research in organizational behavior*, *41*, 100154.

Owen, M. (1983). Apologies and Remedial Interchanges: A Study of Language Use in Social Interaction. Mouton.

Putikadyanto, A. P. A., Adriana, I., & Efendi, A. N. (2021, December). Presentation culture in the digital age: online identity representation on social media. In *International Congress of Indonesian Linguistics Society (KIMLI 2021)* (pp. 45-49). Atlantis Press.

Putikadyanto, A. P. A., & Hannarisa, S. (2021). *Kesantunan Berbahasa Dalam Film "Sejuta Sayang Untuknya" Karya Herwin Noviant: Kajian Pragmatik. MARDIBASA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia, 1 (2), 259–277*.

Putikadyanto, A. P. A., Rahmawati, F., & Setiadi, A. (2022). The Acknowledgments in Student Theses: Eastern and Western Ideology. *OKARA: Jurnal Bahasa dan Sastra*, *16*(2), 245-265.

Radwan, M. (2022). Effect of social media usage on the cultural identity of rural people: a case study of Bamha village, Egypt. *Humanities and Social Sciences Communications*, *9*(1), 1-14.

Riyanto, J. (2021). *Analisis Asimetris Informasi Pada Transaksi Jual Beli Sapi di Desa Bulay Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Undergraduate Thesis, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA).

Saleem, T., Unjum, U., Ahmed, M. I., & Qadeer, A. (2021). Social distance and speech behavior: A case of Pakistani English speakers' apology responses. *Cogent Arts & Humanities*, *8*(1), 1890410.

Setiawan, R. (2024). Menelusuri Kelebihan dan Kelemahan Jual Beli di Era Digital. *Al-Qawānīn: Jurnal Ilmu Hukum, Syariah, dan Pengkajian Islam*, *1*(1), 124-135.

Song, M., Zhang, H., Xing, X., & Duan, Y. (2023). Appreciation vs. apology: Research on the influence mechanism of chatbot service recovery based on politeness theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *73*, 103323.