

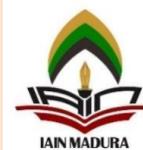


**GHÂNCARAN: JURNAL PENDIDIKAN
BAHASA DAN SAstra INDONESIA**

<http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/ghancaran>

E-ISSN: 2715-9132; P-ISSN: 2714-8955

DOI 10.19105/ghancaran.vi.21763



**Ketidaksantunan Interaksi Jual Beli Akun Maz
Aruel di TikTok: Analisis Siber Pragmatik
Perspektif Jonathan Culpeper**

**Aldi Firnanda*, Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto*, Iswah Adriana*
Mila Ayu Sri Wardani*, & Zainuri Ihsan***

*Tadris Bahasa Indonesia, UIN Madura, Indonesia

Alamat surel: firmandaaldi018@gmail.com; aguspurnomo@iainmadura.ac.id;
iswahadriana@gmail.com; milaayusriwardani@gmail.com; nurisihsan6@gmail.com

Abstrak

Kata Kunci:

Ketidaksantunan;
Siber Pragmatik;
Jonathan Culpeper.

Penelitian ini mengkaji strategi ketidaksantunan dalam interaksi jual beli daring masyarakat Madura dengan menggunakan pendekatan siber pragmatik. Ketidaksantunan adalah perilaku berbahasa yang melanggar norma kesopanan sehingga menimbulkan perasaan tidak nyaman, tersinggung, dan terhina bagi lawan tutur. Tujuan penelitian ini menganalisis bentuk ketidaksantunan dalam interaksi jual beli daring perspektif Jonathan Culpeper. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui metode observasi nonpartisipatif terhadap 100 video TikTok interaksi jual beli yang diunggah pada akun media sosial "Maz Aruel." Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ketidaksantunan perspektif Jonathan Culpeper yang digunakan meliputi ketidaksantunan langsung, positif, negatif, kesantunan semu, dan meniadakan kesantunan. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital menjadi ruang baru untuk mengekspresikan ketidaksantunan dalam interaksi jual beli masyarakat Madura. Tuturan tersebut menunjukkan adanya pelanggaran prinsip kesantunan Jonathan Culpeper yang beragam, melalui lensa siber bagaimana tuturan memperkuat atau memodifikasi ekspresi ketidaksantunan.

Abstract

Keywords:

Impoliteness;
Pragmatic Cyber;
Jonathan Culpeper

This study examines the strategy of impoliteness in online buying and selling interactions of Madurese people using a cyber pragmatic approach. Impoliteness is a language behavior that violates the norms of politeness, causing feelings of discomfort, offense, and insult to the interlocutor. The purpose of this study is to analyze the form of impoliteness in online buying and selling interactions from Jonathan Culpeper's perspective. This study uses a qualitative descriptive method. Data were obtained through a non-participatory observation method of 100 TikTok videos of buying and selling interactions uploaded to the social media account "Maz Aruel." The results of the study show that the strategies of impoliteness from Jonathan Culpeper's perspective used include direct, positive, negative impoliteness, pseudo-politeness, and eliminating politeness. These findings indicate that digital media has become a new space for expressing impoliteness in Madurese people's buying and selling interactions. The utterances show violations of Jonathan Culpeper's principles of politeness in

various ways, through a cyber lens, how speech strengthens or modifies the expression of impoliteness.

Terkirim: 23 Agustus 2025; Revisi: 1 September 2025; Diterbitkan: 24 September 2025

©Ghâncaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Special Edition: Lalongét VI
Tadris Bahasa Indonesia
Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah melahirkan bentuk interaksi sosial baru yang tidak terbatas ruang dan waktu (Iswaratama, 2024). TikTok Shop menjadi tren jual beli di media sosial. Hal ini dikarenakan fashion, harga, dan kualitas produk yang bagus sehingga diminati oleh masyarakat. Selain itu, faktor kredibilitas, sistem promosi, multifungsi, dan kemudahan yang menjadikan TikTok Shop aplikasi pilihan utama dalam berbelanja (Erwin, dkk., 2023). Ketidaksantunan sering kali muncul saat interaksi jual beli di TikTok Shop, yang menjadi sebuah tantangan bagi penjual dalam menjalankan usahanya. Kurangnya edukasi kepada masyarakat mengenai norma kesantunan sehingga menyebabkan timbulnya komentar tidak sehat (Sukmawati & Fatmawati, 2023). Pentingnya penelitian ini dilakukan mengetahui ketidaksantunan dalam interaksi jual beli di TikTok Shop. Fenomena ini menunjukkan terjadinya peralihan pola komunikasi masyarakat dari ranah luring ke ranah digital yang ditandai oleh kompleksitas serta dinamika penggunaan bahasa.

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital dan transformasi komunikasi ke ranah daring, lahirlah cabang baru yang disebut siber pragmatik. Siber pragmatik adalah cabang kajian pragmatik yang fokus pada penggunaan bahasa dalam konteks komunikasi digital atau dunia maya (Rahardi, 2020). Siber Pragmatik merupakan pendekatan pragmatik kognitif terhadap komunikasi yang dimediasi oleh internet. Konsep ini menjelaskan tentang informasi diproduksi dan diinterpretasikan dalam lingkungan internet, serta bagaimana pengguna mengakses informasi kontekstual untuk mengisi kesenjangan antara apa yang diketik pengguna dan apa yang sebenarnya ingin dikomunikasikan (Yus, 2011). Pada perspektif siber pragmatik, aspek-aspek elemen konteks itu tidak mudah diidentifikasi karena tidak bersifat konkret seperti yang terjadi dalam konteks eksternal konvensional (Rahardi, 2022). Bidang ini mempelajari bagaimana makna, maksud, dan strategi berbahasa terbentuk serta dipahami dalam interaksi daring, seperti di media sosial, forum diskusi, aplikasi pesan instan, atau platform digital lainnya (Adika, dkk., 2025). Siber pragmatik menyoroti bagaimana konteks digital memengaruhi interpretasi ujaran, terutama karena dalam komunikasi daring sering terjadi keterbatasan ekspresi nonverbal dan ketidakhadiran fisik lawan bicara. Pada siber pragmatik, analisis tidak hanya mencakup makna tersurat dan tersirat

dalam sebuah tuturan, namun juga mempertimbangkan elemen khas komunikasi daring, seperti emoji, tagar, fitur anonim, serta penggunaan ironi dan *sarkasme*. Bentuk kesantunan maupun ketidaksantunan tidak semata-mata diwujudkan melalui tuturan verbal, melainkan juga melalui elemen visual khas media sosial yang dapat memperjelas atau justru menyamarkan makna yang ingin disampaikan.

Kesantunan merupakan tindakan yang ditunjukkan dengan sikap sopan atau sesuai norma etika. Brown dan Levinson menyatakan kesantunan berbahasa terbagi menjadi dua bentuk muka, yaitu muka positif dan muka negatif (Sifianou, 2012). Muka positif berkaitan dengan keinginan seseorang untuk diterima dan dihormati dalam suatu kelompok sosial, sedangkan muka negatif berhubungan dengan hak individu untuk tidak diganggu atau dipaksa. penggunaan komunikasi dalam komentar harus mempertimbangkan latar belakang budaya pengirim dan penerima. Apabila memiliki kesamaan budaya bisa memudahkan pemahaman isi komentar dan mengurangi terjadinya konflik komunitas (Hartini, dkk., 2023). Penggunaan media daring tentu akan menghasilkan tuturan santun yang berbeda pula. Hal itu karena dengan tidak bertatap muka langsung dan mengetahui secara detail siapa saja lawan bicaranya, tuturan yang awalnya santun menjadi tidak santun (Suparno, dkk., 2023).

Ketidaksantunan berbahasa adalah penggunaan bahasa yang tidak sesuai dengan norma kesantunan dalam berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal yang dapat menyinggung, merendahkan, atau menyakiti perasaan lawan bicara (Ningsih, dkk., 2022). Bahasa digunakan oleh masyarakat sebagai sarana komunikasi antarindividu, sebab masyarakat terdiri atas beragam lapisan sosial yang secara alami menyebabkan variasi dalam penggunaan bahasa (Ainun, dkk., 2022). Dengan demikian, kemajuan teknologi telah membawa perubahan terhadap pola komunikasi masyarakat melalui platform digital. Munculnya interaksi daring menandai lahirnya fenomena baru dalam praktik komunikasi yang memadukan unsur tradisional dengan kemajuan teknologi (Putikadyanto, dkk., 2025). Keanekaragaman latar belakang sosial dan budaya ini berperan dalam membentuk pola interaksi masyarakat tutur di ranah digital. Masyarakat tutur merupakan komunitas masyarakat yang memiliki keberagaman dalam latar belakang sosial dan budaya yang melingkupinya (Hahury, 2024). Masih banyak masyarakat yang menggunakan bahasa tabu dan kasar dalam proses jual beli pada kehidupan sehari-hari. Hal ini disebabkan oleh adanya pengaruh dari penggunaan bahasa daerah yang digunakan setiap hari, sehingga kebanyakan masyarakat saat berinteraksi menggunakan bahasa indonesia yang tidak santun. Percakapan menggunakan bahasa daerah dalam interaksi jual beli pada masyarakat sudah

menjadi kebiasaan mulai dari remaja hingga dewasa. Selain dari pengaruh bahasa daerah, bahasa modern juga memengaruhi kesantunan berbahasa Indonesia yang mereka ucapkan (Inriani & Fiddienika, 2024). Pada masa sekarang, bahasa telah banyak mengandung unsur-unsur kata yang tidak sesuai dengan konsep kesantunan dalam bahasa Indonesia, sehingga berdampak pada proses interaksi jual beli di kalangan masyarakat. Tuturan yang dinilai sopan oleh pembeli kadang dianggap kurang sopan oleh penjual, dan sebaliknya, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keharmonisan dalam komunikasi jual beli. Salah satu tempat yang sering dikaitkan mengenai tuturan santun dan tidak santun adalah Madura.

Madura merupakan salah satu pulau yang kaya kebudayaan dan terkenal dengan sifat santunnya (Effendy, 2021). Masyarakat Madura tetap mempertahankan bahasa pertama (ibu) dalam kehidupan sehari-hari (Rifai, dkk., 2020). Anggapan masyarakat sering kali orang Madura ketika berbicara bernada tegas (Sadik, 2011). Hal ini dianggap tidak santun bagi masyarakat di luar pulau Madura. Padahal Mereka belum mengenal jauh budaya Madura, apalagi saat interaksi jual beli. Penjual maupun pembeli berusaha menjaga citra diri mereka melalui berbagai strategi komunikasi, seperti menggunakan bahasa yang sopan, memilih kata yang tepat, serta mempertahankan nada suara yang tidak menyinggung perasaan lawan bicara (Oktaviani & Razi, 2024). Ungkapan tegas dari orang Madura menandakan kepercayaan diri dan teknik dalam berjualan. Terkadang ketegasan tersebut di gabungkan dengan kata-kata umpatan maupun kata vulgar. Situasi ini menjadi lebih rumit ketika interaksi terjadi di ranah digital, di mana bentuk dan intensitas ekspresi verbal cenderung lebih variatif dan tidak terbatas oleh norma-norma komunikasi langsung.

Kemajuan teknologi berpengaruh pada komunikasi dan informasi saat ini. Pasar tradisional yang dulunya sebagai tempat transaksi jual beli, kini beralih pada pasar *online* yang lebih praktis tanpa perlu pergi ke tempat (Hartono, 2025). Adanya internet membuat semua orang bisa mengakses sosial media dimanapun dan kapanpun (Damayanti, dkk., 2023). Aplikasi yang sering digunakan masyarakat yaitu TikTok. TikTok adalah salah satu aplikasi yang paling populer dan banyak digemari di seluruh dunia. TikTok memberi kesempatan kepada penggunanya untuk membuat video singkat berdurasi 15 detik yang dapat dilengkapi dengan musik, filter, serta berbagai fitur kreatif lainnya (Adawiyah, 2020). TikTok memberikan berbagai konten yang bervariasi dan unik, sehingga banyak digunakan oleh konten kreator untuk menambah pengikutnya dengan berbagai cara yang kreatif. Aplikasi ini berkembang dengan menambahkan fitur TikTok Shop sebagai tempat berbelanja *online* (Priyono & Sari, 2023).

TikTok Shop memiliki banyak manfaat yang bisa dirasakan oleh para pengguna. Hal ini memberikan pengetahuan mengenai persepsi kemudahan dalam mengakses TikTok Shop tidak membebani penggunaannya dan cocok apabila digunakan untuk berbelanja *online*. TikTok Shop membuka kesempatan bagi para penjual untuk mempromosikan produknya. Maz Aruel salah satu konten kreator dari Madura yang berjualan berbagai produk. Produk yang dijual seperti kurma, pomade, hairtonic, diton tawas, dan lainnya. Jumlah pengikutnya mencapai 342,9 ribu sehingga membuat akun Maz Aruel cukup dikenal oleh masyarakat Madura.

Banyak komentar dalam penjualan di TikTok Shop Maz Aruel, ada yang mengejek, memuji, bahkan menghina. Ketidaksantunan tuturan dalam interaksi jual beli dapat menimbulkan efek negatif pada *rating* penjualan. Mereka seenaknya berkomentar tanpa mempertimbangkan dampak negatif yang ditimbulkan. Culpeper mengatakan ketidaksantunan berbahasa diakibatkan tiga faktor, diantaranya (1) ketidakseimbangan power antara penutur dan mitra tutur, (2) adanya kesengajaan dari penutur untuk tidak menjaga muka mitra tuturnya, (3) hubungan sosial antara penutur dan mitra tutur yang sangat akrab sehingga menimbulkan ketidaksantunan (Putri, 2021). Ada lima strategi ketidaksantunan menurut (Culpeper, 1996) sebagai berikut. a) Ketidaksantunan secara langsung (*Bald on record impoliteness*), tindakan mengancam muka mitra tutur secara langsung dan jelas. b) Ketidaksantunan positif (*positive impoliteness*), tindakan dengan merusak wajah positif mitra bicara. Menggunakan bahasa yang menghina lawan bicara, kasar, tabu, dan lainnya. c) Ketidaksantunan negatif (*negative impoliteness*), tindakan merusak wajah negatif mitra bicara. Strategi yang digunakan dengan cara melecehkan, meremehkan, mengejek, dan menghina. d) Kesantunan semu (*sarcasm or mock politeness*), tindakan kesantunan yang berpura-pura dan tidak tulus. e) Meniadakan kesantunan (*withhold politeness*), tindakan tidak melakukan kesantunan seperti yang diharapkan, seperti tidak memberikan ucapan terima kasih dan salam.

Peneliti menemukan masalah yang muncul dalam interaksi jual beli akun Maz Aruel di TikTok Shop mengenai ketidaksantunan. Banyak sekali masyarakat yang masih menggunakan bahasa kasar dan meremehkan ketika berkomentar. Hal ini diakibatkan penjual yang sering bercanda saat berjualan. Penggunaan bahasa madura dalam mengkritik maupun berkomentar masih banyak yang belum terdeteksi dan sulit untuk dimengerti oleh masyarakat di luar Madura.

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan (Tasliati, 2018; Yangsen & Yusmah, 2023), sama-sama meneliti mengenai ketidaksantunan dalam interaksi jual beli di platform media sosial dan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian Tasliati

dengan judul “Analisis Ketidaksantunan Berbahasa pada Unggahan dalam Grup Daring Jual-Beli di Kota Tanjung pinang.” Hasil penelitian yang ditemukan menunjukkan bahwa terdapat tiga strategi ketidaksantunan yang ditemukan, yaitu ketidaksantunan positif, ketidaksantunan negatif, dan kesantunan semu. Penelitian dalam bentuk artikel dengan judul “Strategi Ketidaksantunan Berbahasa Culpeper dalam Ancaman Aplikasi Pinjaman Online Melalui Media Sosial *Whatsapp*” yang dilakukan oleh (Al-Mubarrok, dkk., 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi pinjaman online sering menggunakan strategi ketidaksantunan berbahasa dan memberikan ancaman kepada konsumen. Strategi-strategi tersebut mencakup penggunaan ketidaksantunan secara langsung, positif, negatif, sarkasme atau kesantunan semu, serta menahan kesantunan. Perbedaan pada kedua penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objeknya, penelitian terdahulu menggunakan aplikasi Facebook, sedangkan penelitian ini menggunakan aplikasi TikTok.

Kajian mengenai fenomena ketidaksantunan telah banyak dilakukan pada berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Namun, penelitian ini menghadirkan kebaruan karena secara khusus berfokus pada praktik interaksi jual beli di akun TikTok milik orang Madura, yakni akun Maz Aruel, yang hingga kini belum banyak mendapat perhatian ilmiah. TikTok sebagai media sosial berbasis video memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda dibandingkan dengan platform lainnya. Bentuk interaksi yang terjalin tidak hanya berbentuk teks, melainkan juga memadukan unsur audio, visual, emoji, dan keterangan (caption), sehingga menghasilkan komunikasi multimodal yang jauh lebih kompleks. Keunikan ini menuntut kerangka teoretis yang mampu menjelaskan mekanisme produksi, interpretasi, dan penerimaan pesan oleh pengguna dengan latar sosial-budaya yang beragam.

Penelitian ini memanfaatkan teori ketidaksantunan yang dikembangkan oleh Jonathan Culpeper. Selama ini, teori tersebut umumnya diaplikasikan pada wacana debat politik, forum diskusi, serta bentuk interaksi formal lainnya. Penerapannya pada ranah transaksi daring menjadi inovasi, mengingat ketidaksantunan yang muncul dalam interaksi jual beli di TikTok bersifat hibrida: sebagian terjadi secara sinkron melalui siaran langsung, sementara sebagian lainnya bersifat asinkron melalui kolom komentar. Dalam konteks budaya Madura, ujaran yang tampak lugas atau bernada kasar belum tentu bermakna negatif, karena kerap dimaknai sebagai ekspresi keakraban atau humor. Kondisi ini menuntut analisis yang mempertimbangkan faktor sosial-budaya sekaligus karakteristik komunikasi digital.

Untuk memperkuat analisis, penelitian ini juga menggunakan kerangka siber pragmatik (*cyberpragmatics*) yang diperkenalkan oleh Francisco Yus. Siber pragmatik menegaskan bahwa komunikasi di ranah digital memiliki karakteristik khas, meliputi: (1) mediasi teknologi, yakni komunikasi difasilitasi perangkat digital yang memengaruhi cara pesan diproduksi dan dipahami; (2) multimodalitas, pesan disampaikan tidak semata melalui teks, melainkan dikombinasikan dengan unsur visual, audio, dan simbol lainnya; (3) keterhimpitan konteks (*context collapse*), yang terjadi karena audiens media sosial bersifat luas dan heterogen sehingga satu tuturan dapat ditafsirkan secara berbeda oleh kelompok dengan latar belakang yang beragam; serta (4) inferensi pragmatik daring, yakni proses penafsiran makna oleh pengguna yang sangat bergantung pada petunjuk kontekstual terbatas, seperti intonasi suara, ekspresi visual, atau penggunaan emoji.

Kerangka siber pragmatik ini memperkaya analisis ketidaksantunan dengan menitikberatkan pada mekanisme inferensial dalam komunikasi digital. Pada konteks akun Maz Aruel, misalnya, tuturan bernada humor yang kasar dapat diterima sebagai wajar oleh komunitas Madura, tetapi justru dipersepsi sebagai bentuk ancaman muka (*face-threatening act*) oleh audiens luar. Pada titik ini terlihat relevansi integrasi teori ketidaksantunan Culpeper dan konsep siber pragmatik. penelitian tidak hanya mendeskripsikan bentuk-bentuk ketidaksantunan seperti *sarcasm*, *mock politeness*, atau *bald on record impoliteness*, tetapi juga menelaah cara ketidaksantunan tersebut dipahami dan dimaknai di ruang digital yang bersifat lintas-budaya.

Kontribusi kebaruan penelitian ini dapat diidentifikasi pada tiga aspek utama. Pertama, objek kajian berfokus pada interaksi jual beli di TikTok orang Madura yang belum pernah diteliti sebelumnya. Kedua, pendekatan teoretis mengombinasikan teori ketidaksantunan Jonathan Culpeper dengan kerangka siber pragmatik Francisco Yus, sehingga mampu memberikan penjelasan fenomena bahasa yang lebih komprehensif. Ketiga, fokus penelitian tidak semata mendeskripsikan bentuk ketidaksantunan, tetapi juga mengkaji proses interpretasi dan penerimaan makna ketidaksantunan dalam konteks komunikasi digital yang kompleks dan multikultural.

Berdasarkan latar belakang di atas tersebut, maka penelitian “Ketidaksantunan Interaksi Jual Beli Akun Maz Aruel di TikTok: Analisis Siber Pragmatik Perspektif Jonathan Culpeper. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk ketidaksantunan dalam komentar di akun Maz Aruel. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bentuk ketidaksantunan berbahasa dalam interaksi digital dan memperkaya kajian ilmu siber pragmatik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai Mei 2025. Data penelitian diambil dari 100 video interaksi jual beli pada akun TikTok Maz Aruel dengan teknik purposive sampling, karena fokus penelitian pada tuturan yang berpotensi memuat ketidaksantunan dan relevan dengan kerangka analisis Jonathan Culpeper serta siber pragmatik. Pemilihan ini memastikan video yang dianalisis benar-benar memuat interaksi penjual dan pembeli di kolom komentar. Jumlah 100 video dianggap cukup memadai untuk analisis kualitatif, representativitas diukur dari keragaman dan kedalaman konteks, bukan sekadar jumlah. Data ini representatif secara kontekstual untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengungkap pola ketidaksantunan pada interaksi jual beli daring orang Madura.

Alasan peneliti mengambil akun Maz Aruel karena ditemukan banyak tuturan komentar pembeli yang tidak santun pada jual beli di TikTok orang Madura. Teknik pengumpulan data berupa observasi nonpartisipatif dengan mengamati interaksi jual beli tanpa ikut serta dalam percakapan, kemudian melakukan dokumentasi berupa *screenshot* komentar yang mengandung unsur ketidaksantunan, dan mencatat data secara teliti. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (2014) meliputi tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyaring komentar-komentar dalam interaksi jual beli di akun TikTok Maz Aruel yang mengandung indikasi ketidaksantunan verbal. Komentar-komentar tersebut kemudian dikategorikan ke dalam lima jenis strategi ketidaksantunan berdasarkan teori impoliteness dari Jonathan Culpeper, yaitu *bold on record*, *positive impoliteness*, *negative impoliteness*, *sarcasm* atau *mock politeness*, dan *withhold politeness*. Langkah selanjutnya adalah penyajian data, di mana data yang telah diklasifikasikan disusun secara sistematis untuk mengungkap kecenderungan pola komunikasi yang terbentuk. Pada tahap akhir, peneliti menarik kesimpulan yang mencakup identifikasi pola ketidaksantunan yang menonjol, strategi yang paling sering digunakan, serta dampak pragmatik dari bentuk-bentuk ketidaksantunan tersebut dalam konteks komunikasi jual beli di platform TikTok (Saleh, 2017).

Guna menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Pelaksanaan triangulasi dilakukan melalui dua dimensi. Pertama, triangulasi sumber, yakni dengan melakukan perbandingan terhadap komentar-komentar dari berbagai video interaksi jual beli untuk memperoleh data yang konsisten dan representatif. Kedua, triangulasi teknik, yaitu dengan memadukan observasi nonpartisipatif, dokumentasi, serta pencatatan sebagai upaya memperluas cakupan data sekaligus meningkatkan

ketepatan informasi yang diperoleh. Melalui penerapan kedua bentuk triangulasi tersebut, data penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas yang tinggi, lebih objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketidaksantunan Langsung

Salah satu bentuk strategi tuturan ketidaksantunan yang ditemukan dalam interaksi jual beli pomade *perfectmens* di akun Maz Aruel TikTok adalah strategi ketidaksantunan langsung. Strategi ketidaksantunan langsung ini mengancam muka penjual secara jelas dan langsung (Culpeper, 1996), hal ini tampak pada tuturan interaksi berikut ini.

Pembeli: "Benni ajuwel minyak obuk kake cong, tape esse aeng, haram kudu di laporkan penipuan" (Terjemahan: "Bukan menjual minyak rambut kamu, tapi isi air, haram harus dilaporkan.") (Sumber: Komentar Akun Maz Aruel, 29 Oktober 2024)

Tuturan muncul dalam konteks pembeli berkomentar pada pomade *perfectmens* yang dijual oleh Maz Aruel. Akun febrian_ciciquen mengatakan produk yang dijual itu bukan minyak, tetapi isinya berupa air. Tuturan tersebut diucapkan karena pomade *perfectmens* dijual dengan harga 35 ribu sudah mendapatkan 4 botol dengan varian aroma yang berbeda. Selain itu, dilengkapi sisir yang membuat pembeli semakin ragu dan tidak percaya jika isinya adalah minyak yang original. Maz Aruel sebagai penjual menanggapi bahwa produknya sedang mengadakan promosi, sekaligus menjelaskan bahwa pomade *perfectmens* sudah mendapatkan sertifikasi BPOM. Penjual juga meyakinkan bahwa produk yang dijual sudah terjual lebih dari 10 ribu, maka tidak mungkin jika barang yang dijualnya itu palsu. Peneliti menemukan kata haram pada barang yang dijual oleh Maz Aruel tidak original atau ilegal, dalam agama islam haram termasuk pada barang yang tidak diperbolehkan untuk digunakan (Purnamasari, dkk., 2022).

Tuturan di atas termasuk penyampaian ujaran secara langsung, jelas, dan tanpa adanya upaya untuk meminimalisir potensi kerusakan muka terhadap lawan bicara. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk menyerang muka positif pendengar, yaitu keinginan untuk dihargai, disukai, dan dianggap kompeten. Tuduhan langsung bahwa minyak rambut yang dijual ternyata berisi air adalah serangan frontal terhadap kejujuran dan integritas penjual (Ronaldo, dkk., 2025). Penggunaan kata "haram" memperkuat intensitas ketidaksantunan dengan memberikan konotasi moral yang sangat negatif terhadap tindakan penjual. Frasa "kudu dilaporkan penipuan" merupakan ancaman eksplisit yang tidak hanya merusak reputasi penjual, tetapi juga berpotensi menimbulkan konsekuensi hukum (Saifuddin & Febrianti, 2025). Tidak ada upaya untuk memperhalus tuduhan atau menyampaikan ketidakpuasan dengan cara yang lebih sopan, yang menjadi

ciri khas dari strategi kesantunan atau bahkan strategi ketidaksantunan lainnya yang lebih terselubung. Culpeper (1996) dalam karyanya "*Towards an Anatomy of Impoliteness*" strategi ini melibatkan penyampaian ujaran secara langsung, jelas, ringkas, dan tidak ambigu, dengan tujuan utama untuk mengancam muka pendengar tanpa adanya upaya mitigasi. Penutur tidak peduli dan secara aktif ingin merusak muka lawan bicara.

Mengenai ketidaksantunan sehubungan dengan teori Olshtain dan Weinbach (1987, 1993) yang mengusulkan lima tingkat keparahan. Diantaranya ada teguran, penolakan, keluhan langsung, tuduhan dan peringatan, serta ancaman. Pada teori ini kutipan di atas termasuk tuduhan yang masih terkait pada ketidaksantunan tingkat empat yaitu parah. Sedangkan pada teori yang disampaikan Culpeper termasuk ketidaksantunan paling parah dikarenakan selain menyerang kejujuran dan integritas penjual, tuturan tersebut juga mengancam akan melaporkan penjual ke ranah hukum. Selain itu, ketidaksantunan langsung ini lebih menimbulkan efek perselisihan dan konflik yang lebih serius daripada ketidaksantunan menurut Olshtain dan Weinbach (1987, 1993).

Ketidaksantunan Negatif

Strategi tuturan ketidaksantunan yang ditemukan dalam interaksi jual beli *hair tonic bundling 4* di akun Maz Aruel TikTok adalah strategi ketidaksantunan Negatif. Ketidaksantunan negatif yaitu tindakan merusak wajah negatif mitra bicara. Strategi yang digunakan dengan cara melecehkan, meremehkan, mengejek, dan menghina (Culpeper, 1996), hal ini tampak pada tuturan interaksi berikut ini.

Pembeli: "Ajiah mama lemon eyoblos kanak ce k kik bellih dekkik putak obu'en kanak"
(Terjemahan: Itu mama lemon dioplos teman-teman jangan di beli nanti rambutnya botak.)"
(Sumber: Komentar Akun Maz Aruel, 15 Maret 2024)

Tuturan muncul saat pembeli berkomentar pada *hair tonic* yang dijual oleh Maz Aruel lewat akun TikToknya. Akun VARIO.SIONGAN_ mengatakan bahwa *hair tonic* yang di jual Maz Aruel dioplos mama lemon dan menakut-nakuti pembeli lainnya apabila dipakai di rambut bisa mengakibatkan kebotakan (Rahmawati & Dewi, 2022). Tuturan tersebut diucapkan karena harga *hair tonic* yang biasanya 25 ribu dapat 1 botol, kini dengan harga 26 ribu bisa mendapatkan 4 botol sekaligus gratis pomade. Maz Aruel dengan lantang mengatakan rugi apabila tidak membeli produknya, karena selain membuat rambut semakin lebat juga mempercepat pertumbuhan rambut. *Hair tonic* yang dijual Maz Aruel memiliki dua varian, yaitu varian ginseng dan aloevera. Peneliti menemukan kata oplos yang memiliki makna mencampur, sedangkan tuturan akun VARIO.SIONGAN tidak memiliki bukti ilmiah terhadap pencampuran hair tonic dan mama lemon (Kanda & Riana, 2024).

Tuturan Akun VARIO.SIONGAN_ secara eksplisit mengimplementasikan strategi menakut-nakuti. Frasa "nanti rambutnya botak" berfungsi sebagai ancaman konsekuensi negatif yang sangat tidak diinginkan oleh kebanyakan orang. Ancaman ini secara langsung ditujukan untuk memengaruhi perilaku calon pembeli, yaitu untuk tidak membeli produk yang diduga telah dioplos dengan Mama Lemon. Dengan menciptakan rasa takut akan kehilangan rambut, Akun VARIO.SIONGAN berusaha untuk membatasi kebebasan calon pembeli dalam memilih dan membeli produk tersebut.

Berdasarkan teori ketidaksantunan Jonathan Culpeper (1996), di mana ketidaksantunan negatif menjadi salah satunya yang fokus pada pelanggaran teritorial dan hak individu untuk tidak diganggu serta bebas dari paksaan. Strategi ini secara inheren berupaya untuk membatasi kebebasan bertindak lawan bicara. Pada kerangka ini, taktik muncul sebagai cara untuk menginduksi rasa takut atau kekhawatiran akan konsekuensi negatif, yang secara langsung membatasi pilihan dan tindakan potensial penerima. Secara pragmatis dari penggunaan strategi "menakut-nakuti" dalam ungkapan ini adalah untuk mencegah calon pembeli melakukan transaksi pembelian produk yang dianggap berbahaya. Keberhasilan strategi ini bergantung pada kredibilitas informasi tentang produk yang dioplos dan tingkat kekhawatiran penerima terhadap ancaman kebotakan.

Pada teori Ketidaksantunan ini juga dipaparkan oleh Olshtain dan Weinbach (1987, 1993) yang mengusulkan lima tingkat keparahan. Menurut teori ini, tuturan di atas termasuk pada tuduhan. Sedangkan menurut Culpeper ketidaksantunan ini termasuk kategori sedang dikarenakan tuturan tersebut menakut-nakuti pembeli untuk tidak membeli produknya penjual. Strategi menurut Olshtain dan Weinbach (1987, 1993) pada data di atas lebih parah yang dapat menimbulkan konflik dengan penjual sehingga menurunkan *rating* penjualan dibandingkan teori yang dikemukakan oleh Culpeper.

Ketidaksantunan Positif

Salah satu bentuk strategi tuturan ketidaksantunan yang ditemukan dalam interaksi jual beli *hair tonic perfectmens* di akun Maz Aruel TikTok adalah strategi ketidaksantunan positif. Strategi ketidaksantunan positif ini tindakan dengan merusak wajah positif mitra bicara. Menggunakan bahasa yang menghina lawan bicara, kasar, tabu, dan lainnya (Culpeper, 1996), hal ini tampak pada tuturan interaksi berikut ini.

Pembeli: "billahih se mira hair tonic se ginseng abeuh rebbe tak nyaman sakaleh"
(Terjemahan: demi allah hair tonic merah yang ginseng berbau rumput gak enak sekali.)
(Sumber: Komentar Akun Maz Aruel, 12 Maret 2025)

Konteks tuturan di atas, tuturan muncul saat pembeli berkomentar pada hair tonic ginseng vitamin rambut yang dijual oleh Maz Aruel lewat akun TikToknya. Akun no name mengatakan bahwa *hair tonic* ginseng yang di jual Maz Aruel berbau rumput dan tidak enak aromanya. Tuturan tersebut diucapkan karena akun no name membeli dan mencobanya. Maz Aruel menegaskan bahwa aromanya berasal dari ginseng bukan rumput, dan telah diubah aroma baru yang enak oleh *perfectmens*. Selain itu, apabila *hair tonic* ginseng dipakai di rambut bisa mengatasi rambut rontok dan ketombe (Susanti & Nasikhah, 2022). Temuan peneliti bahwa akun no name memiliki pengalaman negatif terhadap aroma *hair tonic* merah dengan kandungan ginseng yang digambarkan sebagai bau rumput dan tidak enak sekali. Tuturan tersebut bersifat subjektif dan tidak memberikan informasi objektif tentang kualitas produk secara keseluruhan.

Tuturan di atas menunjukkan strategi ketidaksantunan positif ditandai dengan penyampaian pesan yang menunjukkan kurangnya perhatian atau ketidakpedulian terhadap nilai, perasaan, atau citra positif yang mungkin melekat pada objek pembicaraan. Deskripsi negatif yang kuat secara langsung mengabaikan potensi kualitas positif produk dan hanya fokus pada aspek yang tidak disukai oleh pembicara. Tidak ada upaya untuk menyampaikan ketidakpuasan dengan cara yang lebih halus atau mempertimbangkan perspektif lain. Pernyataan "gak enak sekali" secara eksplisit menyatakan ketidaksetujuan terhadap kualitas produk dan aromanya. Hal yang membedakannya dari sekadar ketidaksetujuan sopan adalah kurangnya mitigasi atau upaya untuk menyampaikan ketidakpuasan dengan cara yang lebih diterima. Pembeli tidak memberikan alternatif saran atau menyampaikan kritik dengan nada membangun. Penggunaan sumpah di awal kalimat semakin memperkuat kesan ketidakpercayaan atau kekecewaan yang mendalam terhadap produk. Sumpah ini memberikan penekanan emosional pada pernyataan negatif, seolah-olah pembeli sangat terkejut atau tidak percaya dengan kualitas buruk produk tersebut. Hal ini semakin menjauhkan ungkapan dari kesantunan dan memperjelas ketidakpedulian terhadap citra positif produk.

Beberapa taktik dalam ketidaksantunan positif termasuk mengabaikan, mengeksklusi, tidak menunjukkan minat, menggunakan penanda identitas yang tidak sesuai, mencari ketidaksepakatan, membuat orang lain merasa tidak nyaman, menggunakan kata-kata tabu, merendahkan, dan secara eksplisit mengasosiasikan orang lain dengan aspek negatif. Tuturan di atas merupakan contoh yang jelas dari strategi ketidaksantunan positif dalam kerangka teori Jonathan Culpeper. Strategi ini secara fundamental menyerang kebutuhan individu untuk dihargai, disukai, dan diterima oleh orang lain. Tujuannya adalah untuk merusak citra positif lawan bicara atau pihak

ketiga yang menjadi fokus pembicaraan. Sasaran ketidaksantunan terletak pada produk *hair tonic* dan secara implisit pihak-pihak yang terlibat dalam produksi atau penjualannya.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Olshtain dan Weinbach (1987, 1993) tuturan di atas termasuk keluhan langsung karena produk yang dibeli tidak sesuai dengan yang dipromosikan. Tuturan tersebut bermaksud pengaduan secara langsung yang menyebutkan pelanggaran serta orang yang bertanggung jawab. Ketidaksantunan menurut Culpeper lebih parah karena menimbulkan perusakan pada orang yang menjual dan pihak produksi dan menimbulkan penurunan kualitas produk.

Kesantunan Semu

Strategi tuturan ketidaksantunan yang ditemukan dalam interaksi jual beli *hair tonic bundling 4* di akun Maz Aruel TikTok adalah strategi kesantunan semu. Kesantunan semu merupakan tindakan kesantunan yang berpura-pura dan tidak tulus (Culpeper, 1996), hal ini tampak pada tuturan interaksi berikut ini.

Pembeli: "Mak mode luh minyak eh kak lur adek arkeh se lema jutah kak lur"
(Terjemahan: "Kok murah sekali minyaknya kak lur gaada yang harga 5 juta kak lur.")
(Sumber: Komentar Akun Maz Aruel, 15 Maret 2025)

Tuturan muncul saat pembeli berkomentar pada parfum premium *class Lamoza* yang dijual oleh Maz Aruel lewat akun TikTiknya. Akun RKH mohammad cahaya odik mengatakan bahwa parfum premium *class Lamoza* yang di jual Maz Aruel terlalu murah, dan bertanya tidak ada harga yang 5 juta. Tuturan tersebut diucapkan karena parfum yang di promosikan murah sekali, sehingga menimbulkan komentar menjengkelkan. Maz Aruel menanggapi dengan nada marah, jika benar orang kaya pasti berani membeli produknya. Parfum tersebut sedang diskon dari harga 250 ribu menjadi 120 ribu dengan 4 varian aroma, bahkan jika dipakai bisa tahan seharian. Temuan peneliti bahwa tuturan tersebut mengungkapkan keheranan penutur terhadap harga parfum yang dianggap sangat murah, disampaikan dengan suasana akrab, dan bercanda dengan menanyakan harga parfum yang harganya jutaan.

Strategi ini melibatkan penggunaan ekspresi linguistik yang secara superfisial tampak sopan atau menunjukkan perhatian, namun secara pragmatis mengandung makna yang berlawanan atau merendahkan. Kesantunan semu terletak pada adanya ketidaksesuaian antara apa yang dikatakan secara literal dan apa yang dimaksudkan secara implisit, yang seringkali ditandai oleh intonasi, konteks, dan pemahaman bersama antara pembicara dan pendengar. Tujuannya adalah untuk menyampaikan kritikan atau ketidaksukaan dengan cara yang menyindir. Pertanyaan tersebut adalah ungkapan keheranan terhadap harga yang rendah. Konteks di mana minyak yang dibicarakan

mungkin diharapkan memiliki harga yang lebih tinggi atau berkualitas lebih baik, pertanyaan ini berfungsi sebagai sindiran. Pembeli tidak benar-benar terkejut dengan harga murah, melainkan menggunakan pertanyaan tersebut untuk menyampaikan bahwa harga yang terlalu rendah mungkin mengindikasikan kualitas yang buruk atau meragukan (Yuliyanti, dkk., 2024). Penggunaan sapaan "kak lur" yang mungkin akrab justru memperkuat kesan kesantunan semu, seolah-olah pembeli sedang berpura-pura sopan sambil menyampaikan kritikan.

Pertanyaan ini berfungsi sebagai perbandingan ekstrem yang ironis untuk lebih menekankan betapa murahness minyak yang sedang dibicarakan. Dengan menyebutkan harga yang sangat tinggi dan tidak masuk akal, pembicara secara tidak langsung menyatakan bahwa harga minyak yang sebenarnya jauh di bawah ekspektasi atau standar kualitas yang diinginkan. Hal ini adalah cara yang halus, namun efektif untuk menyampaikan ketidakpercayaan atau keraguan terhadap produk. Berdasarkan teori ketidaksantunan Jonathan Culpeper, secara komprehensif termasuk dalam strategi kesantunan palsu. Penggunaan pertanyaan yang secara literal menunjukkan keheranan, tetapi secara pragmatis menyiratkan kritikan terhadap harga murah, serta penggunaan pertanyaan retorik dengan perbandingan harga yang ekstrem, merupakan ciri khas dari penyampaian ketidaksantunan melalui ironi dan sindiran. Strategi ini memungkinkan pembicara untuk menyampaikan pandangan negatif tanpa harus menggunakan bahasa yang secara eksplisit kasar.

Berdasarkan kutipan data di atas terdapat perbedaan dengan teori yang dikemukakan oleh Olshtain dan Weinbach (1987, 1993). Tuturan tersebut termasuk pada tingkatan paling rendah yaitu teguran, celaan yang sebenarnya merupakan ekspresi tidak langsung tanpa spesifikasi siapa yang bertanggung jawab atas pelanggaran tersebut. Perbedaan menurut teori Culpeper bahwa tuturan tersebut termasuk tingkatan dua yang lebih parah dari teori yang diungkapkan Olshtain dan Weinbach (1987, 1993) karena pertanyaan tersebut mengandung maksud meremehkan produk yang membuat pelanggan akan ragu untuk membelinya.

Meniadakan Kesantunan

Salah satu bentuk strategi tuturan ketidaksantunan yang ditemukan dalam interaksi jual beli *hair tonic* aloe vera dan ginseng di akun Maz Aruel TikTok adalah strategi meniadakan kesantunan. Meniadakan kesantunan merupakan tindakan tidak melakukan kesantunan seperti yang diharapkan, seperti tidak memberikan ucapan terima kasih dan salam (Culpeper, 1996), hal ini tampak pada tuturan interaksi berikut ini.

Pembeli: "Larang gelluh 24 etaberreh bik kok 8 ebuh."

(Terjemahan: "terlalu mahal 24 ribu saya mau tawar 8 ribu.")

Maz Aruel: "Ghuste Allah pangeran, ana bernah ongghu essenah alam kanak, marah kak jek rasarah mun naber, arghe normalla paket hair tonic bundling 125 ebuh, sateya promoanna 24 ebuh, pas bik kakeh etaber 8 ebuh tak rokaroon kakeh kak.

(Terjemahan: Demi Allah, warna warni beneran isinya alam, jangan nawar kayak gitu kalau nawar kak, harga normalnya paket hair tonic bundling 125 ribu, sekarang promonya 24 ribu, kemudian kamu nawar 8 ribu kurang ajar kamu kak.

(Sumber: Komentar Akun Maz Aruel, 24 April 2025)

Tuturan ini muncul saat pembeli berkomentar pada *hair tonic* aloevera dan ginseng yang dijual oleh Maz Aruel lewat akun TikToknya. Akun man_rahman23 mengatakan bahwa *hair tonic* yang dijualnya terlalu mahal, ia meminta harganya diturunkan menjadi 8 ribu. Tuturan tersebut diucapkan karena ia berniat membeli jika harganya sesuai dengan yang diminta. Maz Aruel menanggapi dengan menolak tawaran pembeli, karena membuat jualannya menjadi rugi. Temuan peneliti mengenai tuturan man_rahman23 bukan hanya sekadar menawar harga, tetapi masuk pada meniadakan kesantunan dengan tawaran harga yang jauh dari harga promo.

Maz Aruel dengan jelas menyatakan bahwa harga 24 ribu adalah harga promo dari harga normal 125 ribu. Penawaran 8 ribu secara langsung mengabaikan dan meremehkan besarnya diskon yang telah diberikan. Hal ini menunjukkan kurangnya apresiasi terhadap kebijakan harga penjual dan usaha mereka untuk menarik pembeli dengan harga yang lebih rendah. Menawar kurang dari sepertiga harga promo secara implisit merendahkan nilai produk yang ditawarkan (Setiono, dkk., 2023). Pembeli seolah-olah menganggap produk tersebut hanya layak dihargai sebesar 8 ribu, padahal penjual telah menetapkan harga promo 24 ribu berdasarkan pertimbangan biaya produksi, keuntungan, dan strategi pemasaran. Pada proses negosiasi yang santun, penawaran biasanya berada dalam rentang yang tidak terlalu jauh dari harga yang ditawarkan penjual, terutama setelah adanya diskon besar. Menawar dengan selisih yang sangat ekstrem menunjukkan ketidakseriusan dalam bernegosiasi (Kelengon, dkk., 2024).

Berdasarkan teori ketidaksantunan Jonathan Culpeper (1996), tuturan man_rahman23 jelas meniadakan kesantunan karena melakukan tindakan mengancam muka negatif dan positif penjual tanpa disertai strategi kesantunan yang memadai. Penawaran yang ekstrem telah mengabaikan usaha penjual, meremehkan nilai produk, dan memaksa penjual untuk mempertimbangkan tawaran yang kemungkinan besar merugikan. Tidak adanya upaya untuk memperhalus atau membenarkan penawaran semakin memperkuat kesan meniadakan kesantunan. Tanggapan Maz Aruel yang emosional menandakan bahwa tuturan man_rahman23 telah melanggar norma kesantunan yang berlaku dalam konteks jual beli. Selain itu, tidak adanya penggunaan

salam pada awal percakapan dan menghiraukan tanggapan Maz Aruel sudah jelas masuk pada strategi meniadakan kesantunan.

Kutipan teori di atas juga termasuk pada teori yang dikemukakan oleh Olshtain dan Weinbach (1987, 1993) pada bagian penolakan, di mana pembeli menolak harga yang ditawarkan oleh penjual. Sedangkan menurut teori Culpeper hal ini termasuk ketidaksantunan rendah karena tidak menyampaikan salam dan menawar terlalu murah yang tidak menimbulkan konflik. Oleh karena itu, dari teori Culpeper menemukan kebaruan yang cenderung lebih dominan digunakan dalam menganalisis ketidaksantunan kasar dan parah serta membedakan dari teori Olshtain dan Weinbach (1987, 1993).

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi ketidaksantunan dalam interaksi jual beli di akun TikTok Maz Aruel memiliki implikasi penting bagi dinamika komunikasi digital, khususnya pada komunitas penjual daring. Bentuk ketidaksantunan yang ditemukan seperti ketidaksantunan langsung, negatif, positif, kesantunan semu, hingga peniadakan kesantunan tidak hanya merupakan fenomena linguistik, tetapi juga berdampak pada aspek psikologis, reputasi, dan sosial-ekonomi. Secara psikologis, ketidaksantunan berpotensi menimbulkan tekanan emosional bagi penjual yang menjadi sasaran tuduhan, hinaan, atau komentar meremehkan, sehingga menurunkan motivasi dan rasa aman dalam berbisnis. Sebaliknya, pembeli sering memanfaatkan tuturan ketidaksantunan untuk melampiaskan ketidakpuasan, menegaskan dominasi, atau menarik perhatian audiens lain. Pola ini mencerminkan pergeseran norma komunikasi digital, di mana ujaran kasar kerap dinormalisasi atau bahkan dijadikan hiburan.

Dari sisi reputasi, ketidaksantunan dapat merusak citra dan kredibilitas penjual. Tuduhan atau komentar negatif yang viral berpotensi mengurangi kepercayaan calon konsumen, menurunkan penjualan, dan memaksa penjual melakukan upaya pemulihan reputasi. Kondisi ini menjadi tantangan dalam perdagangan digital yang sangat dipengaruhi opini publik di media sosial. Secara sosial, fenomena ini menegaskan karakter interaksi hibrida dan multimodal di TikTok. Dalam konteks budaya Madura, tuturan yang terkesan blak-blakan sering dimaknai sebagai keakraban atau humor, namun dapat dipersepsikan sebagai serangan oleh audiens lintas budaya. Hal ini memperlihatkan pentingnya perspektif siber pragmatik dalam menafsirkan ujaran di ruang digital yang rawan kehilangan konteks.

Urgensi penelitian ini terletak pada identifikasi pola ketidaksantunan beserta dampaknya terhadap ekosistem jual beli daring. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis melalui integrasi konsep Culpeper dan siber pragmatik, sekaligus kontribusi praktis bagi literasi digital, etika komunikasi, dan strategi penanganan konflik di media

sosial. Dengan memahami implikasi ketidaksantunan terhadap aspek psikologis, reputasi, dan sosial, penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan interaksi digital yang sehat demi keberlanjutan perdagangan daring dan keharmonisan komunitas virtual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori ketidaksantunan Culpeper yang menekankan bahwa ketidaksantunan bukan sekadar pelanggaran etika berbahasa, melainkan strategi komunikasi dengan tujuan sosial tertentu. Ungkapan seperti tuduhan penipuan dan ejekan secara langsung mencerminkan bentuk *bold on record impoliteness* yang bertujuan memermalukan penjual di ruang publik digital. Ditinjau melalui *face theory*, tindakan tersebut berpotensi mengancam *positive face* maupun *negative face* dari penjual dan pembeli. Faktor budaya turut memengaruhi persepsi; gaya tutur blak-blakan yang di lingkungan Madura dipahami sebagai humor dapat dipersepsikan ofensif oleh audiens lintas daerah, sesuai dengan konsep *context collapse* dalam kajian siber pragmatik. Temuan ini mengindikasikan bahwa praktik ketidaksantunan di TikTok melibatkan kompleksitas budaya, relasi kekuasaan, serta pergeseran norma komunikasi di ruang digital.

Berdasarkan analisis strategi ketidaksantunan dalam interaksi jual beli di akun TikTok Maz Aruel, dapat disimpulkan bahwa praktik komunikasi digital dalam konteks perdagangan daring tidak hanya mencerminkan dinamika transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi arena pertarungan simbolik antara identitas, kuasa, dan persepsi nilai produk. Strategi ketidaksantunan yang digunakan pembeli meliputi ketidaksantunan langsung, negatif, positif, kesantunan semu, hingga meniadakan kesantunan. Masing-masing strategi menunjukkan bentuk serangan linguistik yang secara pragmatis bertujuan untuk mempertanyakan kejujuran, kredibilitas, dan integritas penjual maupun kualitas produk yang dijual. Pembeli sering kali lebih berani bersikap tidak sopan karena merasa aman di balik identitas yang disembunyikan. Siber pragmatik berfokus mengkaji bagaimana makna, tindak tutur, dan strategi ketidaksantunan di interpretasikan dalam komunikasi daring. Identitas dalam dunia daring menjadi lebih mudah, seseorang bisa mengubah nama samaran, menggunakan avatar, atau bisa menciptakan kepribadian baru yang berbeda dari dunia nyata. Tuturan komentarnya tidak bisa diketahui apakah orang dewasa atau anak kecil yang sedang berinteraksi. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital menjadi ruang baru untuk mengekspresikan ketidaksantunan dalam interaksi jual beli masyarakat Madura. Setiap strategi memiliki tingkat keparahan dan dampak berbeda, mencakup tekanan psikologis bagi penjual, penurunan reputasi dan kepercayaan konsumen, serta konflik sosial di ruang digital. Dari semua bentuk tersebut, kesantunan

semu paling dominan, ditandai sindiran atau humor berpura-pura sopan yang meremehkan produk penjual.

Melalui perspektif teori ketidaksantunan Culpeper (1996), dapat dipahami bahwa tindak tutur dalam komentar pembeli di TikTok bukanlah sekadar bentuk evaluasi terhadap produk, melainkan juga mencerminkan praktik kekuasaan simbolik yang dijalankan lewat bahasa. Ketidaksantunan menjadi sarana bagi pembeli untuk mengontrol tuturan, memengaruhi calon pembeli lain, dan mendesak penjual agar tunduk pada ekspektasi yang terkadang tidak rasional. Kajian ini menyiratkan pentingnya membekali masyarakat dengan kesadaran pragmatis dan etika berbahasa agar interaksi jual beli di ruang digital tidak merusak tatanan sosial, tetapi menjadi ruang dialog yang saling menghargai. Penelitian ini juga menunjukkan transformasi media komunikasi ke ranah digital tidak menghapus penggunaan bahasa Madura, bahkan menjadikan ruang baru untuk melakukan transaksi jual beli di TikTok orang Madura.

DAFTAR RUJUKAN

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Adika, D., Rokhayati, R., Waruwu, Y., & Eliastuti, M. (2025). *Pragmatik: Teori dan Analisis Makna Konteks dalam Bahasa*. Intelektual Manifes Media.
- Ainun, N., Amin, J., & Wahyuningsih. (2022). Kesantunan Berbahasa Indonesia pada Transaksi Jual Beli di Pasar Sentral Malino. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(3), 292–299.
- Al-Mubarrok, M. R., Wagiaty, & Darmayanti, N. (2023). Strategi Ketidaksantunan Berbahasa Culpeper dalam Ancaman Aplikasi Pinjaman Online Melalui Media Sosial Whatsapp. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 19(2), 367–377.
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25(3), 349–367.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190.
- Effendy, M. H. (2021). Nilai Religius pada Kearifan Lokal Tembang Macapat Madura. *Khazanah Theologia*, 3(1), 1–12.
- Erwin, Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital (Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hahury, J. J. (2024). Pengaruh Pembelajaran Bahasa Indonesia terhadap Pengembangan Kesantunan Berbahasa Siswa Kelas XI SMA Kristen YPKPM Ambon. *SCHOLARS: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(1), 46–56.
- Hartini, N., Arbi, D. K. A., Tharbe, I. H. A., & Sumari, M. (2023). Written Language Politeness (of Short Messages on Social Media) and Emotional Intelligence: A Study in Indonesia and Malaysia. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 1141–1147.
- Hartono, R. (2025). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Kelangsungan

- Usaha Ritel Tradisional : Studi Kasus Pasar Sentral Pemangkat Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial (JIPSI)*, 4(1), 1–8.
- Inriani, & Fiddienika, A. (2024). Ancaman Pergeseran Bahasa Daerah dalam Era Globalisasi: Tinjauan Kasus Di Kabupaten Barru. *Jurnal Bastra (Bahasa Dan Sastra)*, 9(4), 723–732.
- Iswaratama, A. (2024). Peran Komunitas Virtual dalam Mendorong Interaksi Sosial di Era Digital. *HISTORICAL: Journal of History and Social Sciences*, 3(1), 51–61.
- Kanda, A. S., & Riana, A. (2024). Minuman Keras Pengaruh Miras Oplosan Terhadap Generasi Muda dan Lingkungan Masyarakat Di Cikole, Lembang: Pengaruh Miras Oplosan Terhadap Generasi Muda dan Lingkungan Masyarakat Di Cikole, Lembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 189–193.
- Kelengon, M., Moonti, A., & Bempah, I. (2024). Analisis Pendapatan Pedagang Sayuran di Pasar Tradisional Kota Gorontalo dalam Kondisi Pandemi dan Pasca Pandemi Covid-19. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 267–285.
- Ningsih, A. P., D, L. M., R, M. R., & A, M. (2022). *Penguatan Bahasa Indonesia sebagai Bahasa Internasional melalui Diplomas Bahasa, Sastra, dan Budaya*. Literasi Nusantara Abadi.
- Oktaviani, A. N., & Razi, F. (2024). Pesan Moral melalui Strategi Kesantunan Positif dan Negatif dalam Dialog antar Tokoh pada Film Pemean. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 15(2), 130–147.
- Olshain, E., & Weinbach, L. (1987). Complaints: A Study of Speech Act Behavior among Native and Non-Native Speakers of Hebrew. In *In J. Verschueren, and M. B. Papi (eds.). The Pragmatic Perspective (pp. 195-211)*. John Benjamins Publishing Company.
- Olshain, E., & Weinbach, L. (1993). Interlanguage Features of the Speech Act of Complaining. In *In D. Kasper, and S. Blum-Kulka (eds.) Interlanguage Pragmatics (pp. 108-122)*. Oxford University Press.
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497–506.
- Purnamasari, P., Kurniaty, K., & Rozak, P. (2022). Operasional Produk Investasi Emas pada Pegadaian Syariah Ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(2), 542–554.
- Putikadyanto, A. P. A., Soepardjo, D., Mulyono, & Savitri, A. D. (2025). Strategi Permintaan Maaf dalam Interaksi Jual Beli Etnis Madura: Kajian Etnocyberpragmatik. *ENTITA: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1), 990–1006.
- Putri, S. K. (2021). Strategi Ketidaksantunan Berbahasa dalam Film Televisi (FTV) Indonesia. *Nuansa Indonesia*, 23(1), 25–40.
- Rahardi, K. (2020). *Pragmatik Konteks Ekstralinguistik dalam Perspektif Cyberpragmatics*. Amara Books.
- Rahardi, R. K. (2022). Lanskap Konteks Eksternal Virtual dalam Pragmatik Siber. *Linguistik Indonesia*, 40(1), 39–48.
- Rahmawati, D., & Dewi, M. (2022). Sosialisasi Pengelolaan dan Pemanfaatan Minyak Kemiri untuk Kesehatan Rambut Masyarakat Desa Sopu. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 277–284.
- Rifai, A., Febriani, I., & Rosid, A. (2020). Analisis Penggunaan Variasi Bahasa Madura Bangkalan pada Komunikasi Informal Siswa Kelas VIII SMPN 1 Kwanyar Bangkalan. *Ghancaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(2), 1–10.
- Ronaldo, R., Putri, N. A., Brilliantini, N. A., & Aryanti, R. D. (2025). Strategi Pemasaran Pada Umkm. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 8407–8411.
- Sadik, A. S. (2011). Kearifan Lokal Dalam Sastra Madura dan Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-Hari. *OKARA: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 1(6), 88–106.
- Saifuddin, & Febrianti, E. W. (2025). Gharar Dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual

- Beli Pada Marketplace Digital. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 4(2), 178–184.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan.
- Setiono, A., Napisah, S., Wartono, T., Suryahani, I., Sundari, S., & Rahayu, S. (2023). *Dasar-Dasar Ekonomi: Panduan Praktis Teori dan Konsep*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sifianou, M. (2012). Disagreements, Face and Politeness. *Journal of Pragmatics*, 44(12), 1554–1564.
- Sukmawati, R., & Fatmawati. (2023). Tindak Tutur Ekspresif Warganet dalam Akun Instagram @Kompascom “PKS Deklarasi Anies Baswedan sebagai Bakal Calon Presiden 2024.” *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 9(1), 653–665.
- Suparno, D., Fitriana, I., Nadra, N., Gunawan, F., & Boulahnane, S. (2023). Redefining Soliteness: Power and status in the Digital Age. *Cogent Arts and Humanities*, 10(1), 1–10.
- Susanti, A., & Nasikhah, L. (2022). Hair Mask Buah Pare untuk Mengurangi Rambut Rontok dan Berketombe. *Garina*, 14(2), 147–159.
- Tasliati. (2018). Analisis Ketidaksantunan Berbahasa pada Unggahan dalam Grup Daring Jual-Beli di Kota Tanjungpinang. *GENTA BAHTERA*, 4(2), 175–184.
- Yangsen, B. R., & Yusmah. (2023). Kesantunan dan Ketidaksantunan Penjual dan Pembeli Online ketika Live di Grup Facebook “Makassar Dagang.” *Cakrawala Indonesia*, 8(1), 48–61.
- Yuliyanti, L. D., Pamungkas, M. A. S. B., Fauziyyah, T. M., & Aprianto, N. E. K. (2024). Dampak Kekuatan Pasar dan Teknologi Informasi terhadap Strategi Penetapan Harga di Marketplace Shopee. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(2), 71–83.
- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics Internet-Mediated Communication in Context*. John Benjamins Publishing Company.