

ABSTRAK

Ali, 2013. Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Lamasi Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu, dibimbing oleh H. Kamaruddin ketua komisi dan A.Rahman Rahim, sebagai anggota.

Penelitian ini berjudul “Tindak Tutur dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Lamasi Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif induktif. Data yang dimaksud adalah bentuk percakapan/tindak tutur dalam interaksi sosial antara penjual dan pembeli di pasar Lamasi. Data dikumpulkan dengan menggunakan alat rekam, pengamatan, dan pencatatan. Data dianalisis berdasarkan fakta atau fenomena yang meliputi jenis tindak tutur, variasi bahasa yang digunakan, dan faktor yang memengaruhi tindak tutur dan pilihan variasi bahasa yang digunakan pada saat transaksi jual-beli.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tindak tutur dalam transaksi jual-beli di pasar Lamasi, mendeskripsikan pilihan variasi bahasa yang digunakan dalam transaksi jual beli di pasar Lamasi, dan mendeskripsikan faktor yang memengaruhi tindak tutur dan pilihan variasi bahasa dalam transaksi jual-beli di pasar Lamasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa percakapan/tindak tutur dalam transaksi jual-beli di pasar Lamasi adalah direktif (pertanyaan, memohon, meminta, ajakan, menyuruh, menantang, memutuskan), representatif (memberitahukan, menyatakan), deklarasi (memutuskan, membatalkan), ekspresif (keluhan), lokusi dan porlokusi.

Variasi bahasa yang digunakan dalam transaksi jual beli di pasar Lamasi adalah bahasa Indonesia, Bugis, Jawa, Toraja, dan Luwu.

Faktor yang memengaruhi tindak tutur dan pilihan Variasi bahasa dalam jual-beli di pasar Lamasi adalah keinginan menyesuaikan diri, membina kekerabatan, menciptakan kelangsungan transaksi lebih efektif, kehadiran orang ketiga, merahasiakan pembicaraan, memberikan rasa simpati, menjaga ketersinggungan, rasa nasionalisme, perubahan tema pembicaraan, bermaksud untuk memengaruhi, menghindari kesalahan pada penggunaan bahasa, maksud lebih akrab dan suasana persaudaraan, faktor umur penjual, menyesuaikan pilihan bahasa pembeli, memudahkan untuk berkomunikasi, saling mengenal/akrab, mengimbangi pilihan bahasa penjual, efektifnya transaksi jual-beli, dan faktor identitas suku.