

Penerapan Maksim Grice dalam Iklan Jual Beli Gadget pada Komunitas *r/AppleSwap*: Analisis Pragmatik dan Wacana

The Application of Grice's Maxim in Gadget Buying and Selling Ads in the r/AppleSwap Community: A Pragmatic Analysis and Discourse

Nanang Syaifudin, Hayatul Cholsy*

Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

email korespondensi: nanangsyiaifudin@mail.ugm.ac.id, cholsy-h@ugm.ac.id

Info Artikel

Masuk: 8 Februari 2025

Revisi: 16 Maret 2025

Diterima: 2 April 2025

Terbit: 31 Mei 2025

Keywords: maxim Grice; buying and selling ads; *r/AppleSwap* community; pragmatic; discourse

Kata kunci: maksim Grice; iklan jual beli; komunitas *r/AppleSwap*; pragmatik; wacana

Corresponding Author:
Hayatul Cholsy,
email: cholsy-h@ugm.ac.id

DOI:
<https://doi.org/10.24843/JH.2025.v29.i02.p03>

Abstract

This study examines the application of Grice's maxims in gadget buying and selling ads in the *r/AppleSwap* community on Reddit. Using a combined qualitative-quantitative approach with pragmatic discourse analysis, the research explores the use of four maxims—quantity, quality, relevance, and manner—across 104 ads posted in September to December 2024. Data were collected using scraping through the PullPush API Reddit Search and documentation. The data were then analyzed qualitatively to examine the application of maxims and quantitatively to calculate the frequency of violations. The findings show that most ads adhere to the maxims, particularly in relevance, though violations were noted in the quantity maxim. These results suggest that adhering to Grice's maxims improves communication effectiveness, fosters trust between sellers and buyers, and promotes transparency in online transactions, contributing to more successful exchanges in the *r/AppleSwap* community.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis penerapan maksim Grice dalam iklan jual beli gadget di komunitas *r/AppleSwap* di Reddit. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif dan analisis wacana pragmatik, penelitian ini mengeksplorasi penggunaan empat maksim—kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara—pada 104 iklan yang diposting pada September-Desember 2024. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui scraping menggunakan PullPush API Reddit Search dan dokumentasi. Data kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mengeksplorasi penerapan maksim dan secara kuantitatif untuk menghitung frekuensi pelanggaran maksim. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar iklan mematuhi maksim dengan baik, terutama dalam aspek relevansi, meskipun terdapat pelanggaran pada maksim kuantitas. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan maksim dalam iklan jual beli dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, memperkuat kepercayaan antara penjual dan pembeli, serta membantu menciptakan transaksi yang lebih transparan dan sukses dalam komunitas jual beli daring.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi saluran komunikasi yang sangat krusial. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk berekspresi maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Kietzmann dkk., 2011; Nasrullah, 2015). Boyd & Ellison (2008) berpendapat bahwa media sosial sebagai platform untuk membuat profil, membuat dan melintasi suatu hubungan atau seperangkat teknologi informasi yang memfasilitasi interaksi dan jaringan (Kapoor dkk., 2017; Oestreicher-Singer & Zalmanson, 2013). Oleh karenanya media sosial berperan besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Amerika Serikat. Menurut laporan data terbaru dari DataReportal - Global Digital Reports, pada awal tahun 2024, terdapat 331,1 juta pengguna internet di Amerika Serikat, dengan tingkat penetrasi internet mencapai 97,1%. Pada Januari 2024, tercatat ada 239 juta pengguna media sosial, yang setara dengan 70,1% dari total populasi. Selain itu, jumlah koneksi seluler yang aktif mencapai 396 juta, mewakili 116,2% dari total populasi (Kemp, 2024). Pertumbuhan pesat pengguna media sosial menegaskan pentingnya platform ini dalam membangun keterlibatan di dalam komunitas.

Seiring dengan berkembangnya jumlah pengguna media sosial, fenomena transaksi jual beli online juga mengalami lonjakan yang signifikan. Komunitas daring yang terbentuk melalui media sosial kini menjadi tempat yang strategis bagi berbagai jenis transaksi, termasuk jual beli barang dan layanan. Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah perdagangan gadget, seperti ponsel, tablet, dan laptop, yang kini banyak diperjualbelikan melalui platform daring. Platform seperti Reddit, yang merupakan salah satu situs agregasi berita sosial dan diskusi terbesar di dunia, menjadi pusat interaksi dan transaksi jual beli. Pada Februari 2023, Reddit menempati peringkat ke-10 situs web yang paling banyak dikunjungi di dunia, dengan sekitar 42-49,3% penggunaannya berasal dari Amerika Serikat. Salah satu komunitas yang menarik perhatian adalah *r/AppleSwap*, sebuah subreddit yang memfasilitasi jual beli perangkat Apple seperti iPhone, MacBook, iPad, dan aksesoris lainnya antara anggota komunitas.

Sebagai tempat yang menghubungkan penjual dan pembeli, komunikasi yang efektif menjadi faktor kunci dalam menciptakan transaksi yang sukses. Komunikasi ini penting bagi penutur maupun lawan tutur agar saling memahami isi tuturannya (Prativi dkk., 2016). Salah satu aspek penting dari komunikasi dalam kasus ini adalah penggunaan bahasa yang tepat dalam pembuatan iklan, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian dan hubungan antara kedua pihak. Setiap iklan layanan masyarakat di internet memiliki makna dan fungsi (Sudiantara, 2014). Pemilihan istilah dalam postingan iklan dapat sangat mempengaruhi bagaimana komunikasi terjadi. Iklan yang efektif dapat secara signifikan memengaruhi persepsi dan pilihan pelanggan (Sudirjo dkk., 2024). Menurut Setiadi (2003), komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan. Signifikansi atau fungsionalitas ucapan mengenai keadaan sosial keadaan pengetahuan pembicara dan pendengar didefinisikan sebagai pragmatik bahasa (Fitch & Sanders, 2005). Oleh karena itu, teori pragmatik menjadi penting untuk memahami bagaimana cara penjual menyusun pesan mereka seperti yang dikemukakan oleh Leech (1983) bahwa Pragmatik dapat didefinisikan sebagai studi tentang bagaimana ujaran mempunyai makna dalam suatu situasi. Pragmatik juga merupakan cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal mengenai bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan dalam komunikasi (Wijana, 1996).

Dalam proses transaksi jual beli, penggunaan iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang penting dalam pemasaran produk. Termasuk dalam komunitas jual beli online seperti *r/AppleSwap*, yang fokus pada transaksi jual beli gadget. Seiring dengan perkembangan teknologi, cara penyampaian informasi dalam iklan semakin beragam, seperti penerapan maksim yang dapat digunakan untuk menganalisis cara-cara tersebut serta dalam memastikan pesan tersampaikan dengan jelas. Selain itu, pembicara yang efektif harus dapat memproses bahasa dalam pikiran mereka secara koheren dan tidak hanya dapat dipahami tetapi juga menyampaikan makna yang dimaksudkan (Leech, 1983), karena satu ujaran tidak hanya mengandung satu makna saja, terkadang ujaran-ujaran tersebut memiliki makna lain yang tersirat (Triguna, 2013). Teori maksim Grice, dengan fokus pada maksim-maksim seperti kualitas, kuantitas, relevansi, dan cara, menyediakan kerangka yang berguna untuk menganalisis bagaimana penjual menyusun iklan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penjual di *r/AppleSwap* memanfaatkan prinsip-prinsip pragmatik khususnya pada penerapan maksim dalam menyampaikan pesan mereka, serta bagaimana hal ini berdampak pada interaksi antara komunitas.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji penggunaan bahasa dalam konteks jual beli, khususnya terkait penerapan maksim dalam prinsip kerja sama dan kesantunan dalam komunikasi, baik daring maupun luring. Suryani & Suastini (2023) menganalisis maksim kesopanan dalam film *Emma* 2020 dan menemukan dominasi maksim aproposisi serta skala biaya-manfaat yang dipengaruhi oleh tujuan percakapan. Zani (2022) meneliti interaksi penjual dan pembeli di Pasar Simpang Bata, Jambi, yang menekankan pentingnya empat maksim utama—kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara—untuk menghindari kesalahpahaman. Beden (2019) meneliti kesantunan dalam penulisan artikel akademik menggunakan teori Leech, Grice, dan Asmah Omar, yang menunjukkan pentingnya maksim kebijaksanaan dan relevansi dalam komunikasi tertulis. Penelitian oleh Apriani dkk. (2018) di SMA Negeri 4 Surakarta menyoroti dominasi maksim kuantitas dalam diskusi siswa, yang dapat dijadikan bahan ajar untuk meningkatkan keterampilan berbicara. Devi & Qomaruddin (2017) mengkaji transaksi jual beli di Tokopedia.com dan menemukan bahwa pelanggaran atau pematuhan terhadap prinsip kerja sama, khususnya maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara, dipengaruhi oleh motif tertentu. Selain itu, Maufur (2016) meneliti komunikasi di Kampung Pesisir Cirebon, yang mencakup maksim-maksim kerja sama dan sopan santun seperti kedermawanan, kearifan, dan kerendahan hati, dengan penggunaan strategi langsung dan tidak langsung. Semua penelitian ini menyoroti pentingnya penerapan prinsip kerja sama dan kesantunan untuk komunikasi yang efektif dan penghindaran kesalahpahaman.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas tentang maksim Grice dalam konteks percakapan sehari-hari, namun sedikit yang mengkaji penerapannya dalam iklan pada sebuah komunitas. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena fenomena komunikasi dalam iklan jual beli di komunitas online semakin meningkat. Komunikasi yang efektif dalam iklan jual beli dapat mempengaruhi keputusan pembelian, membangun reputasi penjual, serta menciptakan hubungan yang lebih baik antara penjual dan pembeli. Namun, penelitian terkait dengan komunikasi iklan jual beli di media sosial masih terbatas, dan masih banyak yang perlu dipahami mengenai bagaimana komunikasi dalam platform media sosial ini dapat mempengaruhi interaksi di komunitas online. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya komunikasi dalam membangun *trust* dan *engagement* di platform online. Selain itu penelitian ini penting untuk dilakukan karena dapat memberikan pemahaman yang lebih

dalam mengenai bagaimana penjual menggunakan strategi bahasa khususnya pada penerapan maksim dalam prinsip kerja sama untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan transaksi di antara anggota. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan dalam literatur terkait dengan studi komunikasi di iklan jual beli dalam komunitas online.

METODE DAN TEORI

Pragmatik adalah ilmu yang mempelajari hubungan antara bahasa dan konteks yang terkodifikasikan di dalam struktur bahasa (Levinson, 1992). Sebagai pendekatan analisis wacana, pragmatik memfokuskan pada bagaimana makna dibentuk tidak hanya oleh struktur bahasa itu sendiri, tetapi juga oleh konteks komunikasi yang melingkupinya. Schiffrin (1994) menyatakan bahwa pragmatik memungkinkan analisis terhadap bagaimana interaksi sosial, tujuan komunikatif, dan situasi pembicaraan mempengaruhi penggunaan bahasa. Dalam kaitannya dengan wacana percakapan, salah satu aspek yang penting dalam pragmatik adalah penerapan prinsip-prinsip percakapan, seperti yang diilustrasikan oleh Grice dalam teori maksim dalam prinsip kerja sama. Prinsip-prinsip ini menggambarkan bagaimana pembicara dan pendengar bekerja sama dalam percakapan untuk mencapai komunikasi yang efektif dan jelas. Maksim dalam prinsip kerja sama diperkenalkan oleh Herbert Paul Grice pada 1975 sebagai dasar keberhasilan dalam komunikasi atau dengan kata lain sebagai pedoman masyarakat bagaimana cara bertindak tutur yang benar sehingga pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran. Grice mengemukakan maksim untuk memperlihatkan kerja sama dalam komunikasi. Secara umum, prinsip kerja sama adalah pedoman bagi penutur dan pendengar untuk bertindak sesuai dengan tata cara yang benar dalam percakapan, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Terdapat empat maksim yaitu kuantitas, kualitas, relevansi dan cara (Grice, 2004).

Pertama adalah maksim kuantitas. Maksim ini mengharuskan penutur untuk memberikan informasi secukupnya atau sebanyak yang dibutuhkan oleh lawan bicara. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahardi (2005) yang menyatakan bahwa setiap peserta tutur diharapkan dapat memberikan informasi yang cukup, relatif memadai, dan seinformatif mungkin tanpa berlebihan atau kekurangan. Kedua yaitu maksim kualitas. Maksim ini mengharuskan penutur untuk menyampaikan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan, tanpa menyampaikan hal yang salah atau belum terbukti kebenarannya. Informasi yang disampaikan harus akurat, benar, dan tidak menyesatkan. Ketiga yaitu maksim relevansi. Maksim ini mengharuskan penutur untuk memberikan informasi yang sesuai dengan topik percakapan, agar percakapan tetap fokus dan tidak menyimpang. Informasi yang disampaikan harus relevan dan terkait langsung dengan konteks komunikasi. Adapun yang keempat ialah maksim cara. Maksim ini mengharuskan penutur menyampaikan informasi dengan jelas dan terstruktur, tanpa kekaburan atau ambiguitas, serta tidak terbelit-belit agar mudah dipahami oleh lawan bicara. Teori ini membantu mengidentifikasi bagaimana penjual dalam iklan jual beli gadget mematuhi atau melanggar maksim-maksim, serta dampaknya terhadap komunikasi dengan pembeli. Penerapan maksim-maksim ini dalam wacana iklan jual beli dapat mempengaruhi bagaimana pembeli memandang kejelasan, kredibilitas, dan keterbukaan penjual, yang akhirnya mempengaruhi keputusan transaksi. Teori ini dapat menekankan pada cara bahasa digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi dengan efektif dan efisien.

Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif dengan gabungan kualitatif kuantitatif melalui pendekatan analisis wacana pragmatik untuk menganalisis penggunaan maksim

dalam postingan iklan jual beli gadget di subreddit *r/AppleSwap*. Sebagai pendekatan analisis wacana, pragmatik berfokus pada pemahaman bagaimana makna dibentuk dalam konteks komunikasi, memperhatikan bagaimana bahasa digunakan dalam situasi sosial tertentu untuk mencapai tujuan komunikatif yang spesifik. Schiffrin (1994) dalam bukunya *Approaches to Discourse* menjelaskan bahwa analisis wacana pragmatik berusaha memahami interaksi antara pembicara, pendengar, dan konteks komunikasi, dengan memperhatikan prinsip-prinsip percakapan, seperti maksim Grice, serta bagaimana kedua pihak dalam percakapan bekerja bersama untuk menciptakan makna yang saling dipahami. Pendekatan ini melihat bagaimana elemen-elemen dalam komunikasi seperti implikatur, presuposisi, dan konteks situasional mempengaruhi penggunaan bahasa. Dalam konteks penelitian ini, fokusnya adalah pada bagaimana pengguna subreddit *r/AppleSwap* mematuhi atau melanggar maksim dalam iklan jual beli gadget, serta bagaimana konteks percakapan tersebut mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima oleh anggota komunitas. Melalui pendekatan pragmatik, penelitian ini berusaha untuk mengeksplorasi hubungan antara bentuk-bentuk bahasa yang digunakan dalam iklan dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai oleh pembicara, dalam hal ini penjual dan pembeli.

Pendekatan kualitatif dipilih karena berfokus pada pemahaman fenomena sosial melalui data berupa kata-kata, yang memungkinkan peneliti menggali makna dan konteks komunikasi online yang bersifat kompleks dan kontekstual (Sugiyono, 2013). Namun, pendekatan kuantitatif juga digunakan untuk mendukung penelitian ini, misalnya dengan mengidentifikasi pola-pola tertentu dalam penerapan maksim Grice dalam interaksi jual beli di Reddit. Gabungan pendekatan kualitatif-kuantitatif ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana makna dan maksud pembuat iklan disampaikan secara efektif. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, di mana peneliti memilih sampel secara sengaja berdasarkan kriteria relevansi dengan topik penelitian (Creswell, 2013). Sampel terdiri dari 104 data atau 25% dari total postingan iklan yang ada selama periode September–Desember 2024 yaitu berjumlah 416 postingan. Periode ini dipilih karena bertepatan dengan peluncuran produk terbaru yaitu iPhone 16, yang kemungkinan besar memengaruhi jenis dan volume iklan yang diposting. Sementara itu, pengambilan 25% dari total postingan dianggap cukup mewakili populasi karena dalam *purposive sampling*, sampel dipilih berdasarkan pertimbangan kualitas dan relevansinya terhadap topik penelitian, bukan berdasarkan ukuran populasi yang besar. Oleh karena itu, meskipun jumlahnya tidak mencakup seluruh populasi, sampel yang dipilih diharapkan dapat memberikan gambaran yang representatif tentang penerapan maksim dalam iklan jual beli gadget di subreddit *r/AppleSwap*. Kriteria pemilihan sampel meliputi postingan yang relevan dengan jual beli gadget, serta postingan yang menunjukkan interaksi yang jelas antara penjual dan pembeli, agar dapat dianalisis dalam konteks penerapan prinsip-prinsip percakapan dan maksim Grice.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik *scraping* melalui *PullPush API Reddit Search*, sebuah alat yang memungkinkan pengguna untuk mencari dan mengambil data secara otomatis dari platform Reddit menggunakan API (Application Programming Interface). Alat ini bekerja dengan mengakses data yang diposting di subreddit tertentu, dalam hal ini *r/AppleSwap*, dan memungkinkan peneliti untuk mengekstrak postingan yang relevan berdasarkan kata kunci, tanggal, dan kriteria lainnya. Dengan menggunakan *PullPush API*, peneliti dapat mengumpulkan data secara efisien, menghindari pengumpulan data manual yang memakan waktu dan rentan terhadap bias.

Untuk menjamin keabsahan dan reliabilitas data, *PullPush API Reddit Search* mengakses data secara langsung dari Reddit yang telah dipublikasikan oleh pengguna, sehingga data yang diperoleh merupakan data asli yang dapat dipertanggungjawabkan. Keabsahan data juga dipastikan melalui pemilihan kriteria pengumpulan yang ketat, seperti hanya mengambil postingan yang relevan dengan topik jual beli gadget dan yang mengandung interaksi antara penjual dan pembeli. Selain itu, untuk mendokumentasikan data secara visual, teknik dokumentasi juga digunakan untuk mengambil tangkapan layar (screenshot) dari setiap iklan yang diposting, sebagai bukti visual yang mendukung keaslian data yang diperoleh. Tangkapan layar ini berfungsi sebagai verifikasi tambahan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis adalah representasi yang akurat dari postingan yang sebenarnya.

Proses analisis data dilakukan dengan langkah-langkah berikut: (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) penarikan kesimpulan (Sidiq & Choiri, 2019). Setelah data terkumpul, langkah pertama adalah reduksi data, di mana iklan yang tidak relevan dengan topik penelitian atau tidak mematuhi kriteria tertentu akan disaring. Selanjutnya, data yang telah dipilih akan dianalisis untuk melihat penerapan maksim dalam setiap iklan, dengan memeriksa apakah informasi yang diberikan sesuai dengan maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara guna mengevaluasi efektivitas komunikasi iklan dalam menyampaikan informasi yang jelas, relevan, dan sesuai dengan harapan pembaca yang dituju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan analisis terhadap 104 data iklan di komunitas jual beli r/AppleSwap, ditemukan pola penggunaan strategi bahasa yang dapat dikategorikan ke dalam empat maksim dalam prinsip kerja sama Grice yaitu kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana para pengguna dalam komunitas tersebut mematuhi prinsip komunikasi yang efektif. Adapun hasil dari jumlah perolehan analisis data dapat ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Persentase Data Hasil Analisis Penggunaan Maksim Prinsip Kerja sama Grice pada Postingan Iklan Komunitas r/AppleSwap

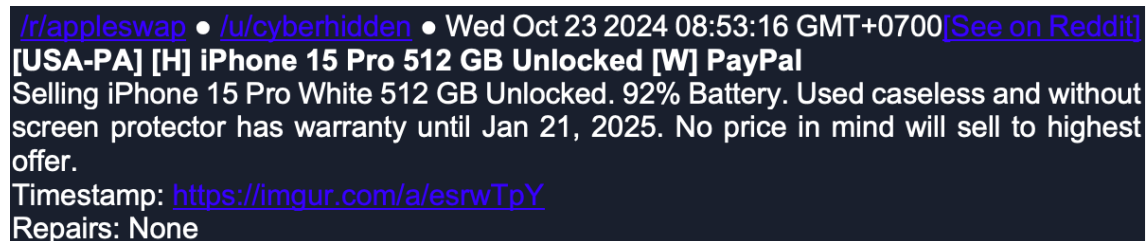
Maksim dalam Prinsip Kerja Sama	Persentase Jumlah Data	
	Data yang Memenuhi	Data yang Tidak Memenuhi
Maksim Kuantitas (Quantity)	91,3%	8,7%
Maksim Kualitas (Quality)	97,1%	2,9%
Maksim Relevansi (Relevance)	100%	0%
Maksim Cara (Manner)	98,1%	1,9%

Tabel 1. menunjukkan bahwa mayoritas postingan iklan di komunitas r/AppleSwap mematuhi maksim Grice, dengan tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap keempat maksim. Maksim relevansi memiliki tingkat kepatuhan tertinggi (100%), menandakan bahwa seluruh iklan yang dianalisis selalu sesuai dengan konteks jual beli gadget. Maksim kualitas juga banyak dipenuhi (97,1%), menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna menyajikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Selain itu, maksim cara dipatuhi oleh 98,1% postingan, yang berarti iklan disampaikan dengan jelas dan tidak ambigu. Namun, masih ditemukan pelanggaran pada maksim kuantitas sebesar

8,7%, yang mengindikasikan adanya beberapa postingan yang memberikan informasi kurang atau berlebihan. Secara keseluruhan, pola komunikasi dalam komunitas ini cenderung kooperatif dengan menunjukkan tingkat kerja sama yang tinggi, di mana pengguna cenderung menyusun iklan yang informatif, relevan, dan mudah dipahami untuk mendukung transaksi jual beli yang efektif.

Penerapan Maksim Kuantitas (Maxim of Quantity)

Terdapat 9 dari 104 data yang tidak memenuhi maksim kuantitas. Beberapa pesan kekurangan informasi yang seharusnya disertakan untuk memberi gambaran lebih lengkap tentang produk atau permintaan. Berikut contoh data yang kurang/tidak memenuhi maksim kuantitas Grice.



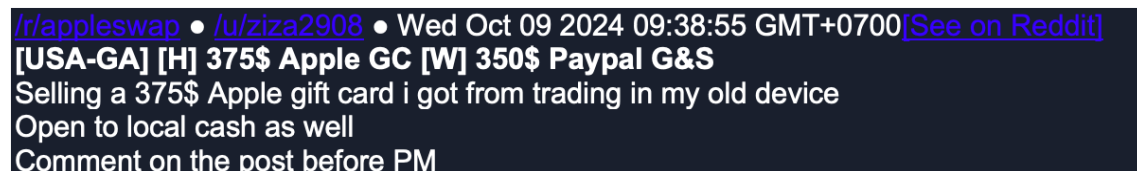
[/r/appleswap](#) • [/u/cyberhidden](#) • Wed Oct 23 2024 08:53:16 GMT+0700 [\[See on Reddit\]](#)
[USA-PA] [H] iPhone 15 Pro 512 GB Unlocked [W] PayPal
 Selling iPhone 15 Pro White 512 GB Unlocked. 92% Battery. Used caseless and without screen protector has warranty until Jan 21, 2025. No price in mind will sell to highest offer.
 Timestamp: <https://imgur.com/a/esrwTpY>
 Repairs: None

Gambar 1. Postingan Iklan *r/Appleswap*

Gambar 1 menunjukkan bahwa meskipun penjual memberikan informasi tentang model, kapasitas, warna, status baterai, dan garansi, tidak ada harga yang ditentukan, yang dapat membingungkan pembeli. Hal ini juga diperoleh dari beberapa data yang kurang memadai atau bahkan tidak memenuhi maksim kuantitas, dapat diketahui bahwa data tersebut kurang seperti dalam hal informasi tentang spesifikasi barang misalnya kapasitas penyimpanan, warna, atau kondisi barang, tidak ada informasi tentang harga, atau harga yang disebutkan terlalu samar tanpa detail lebih lanjut, tidak mencakup informasi tentang pengaturan pengiriman atau apakah barang tersedia untuk pengiriman internasional, lokal, atau metode pengiriman lainnya. Namun walaupun terdapat data yang kurang atau tidak memenuhi prinsip kerja sama kuantitas, secara keseluruhan data yang diperoleh dari analisis menunjukkan bahwa mayoritas data menerapkannya dilihat dari sebanyak 91,3% data sudah mengaplikasikan dalam postingan iklan.

Penerapan Maksim Kualitas (Maxim of Quality)

Terdapat 3 dari 104 data yang tidak memenuhi kualitas. Meskipun sebagian besar data yang dianalisis memberikan informasi yang jujur dan akurat, ada beberapa yang tidak memenuhi kriteria kualitas. Berikut contoh data yang kurang atau tidak memenuhi maksim kualitas Grice.



[/r/appleswap](#) • [/u/ziza2908](#) • Wed Oct 09 2024 09:38:55 GMT+0700 [\[See on Reddit\]](#)
[USA-GA] [H] 375\$ Apple GC [W] 350\$ Paypal G&S
 Selling a 375\$ Apple gift card i got from trading in my old device
 Open to local cash as well
 Comment on the post before PM

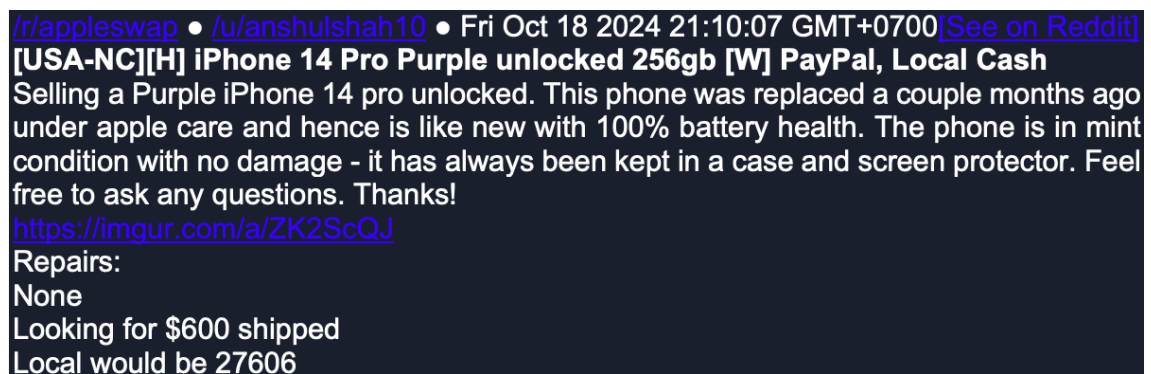
Gambar 2. Postingan Iklan *r/Appleswap*

Gambar 2 menunjukkan bahwa tidak ada informasi mengenai status atau rincian lebih lanjut tentang kartu hadiah seperti, apakah kartu baru, sudah terpakai sebagian,

atau ada syarat tertentu. Hal ini juga diperoleh dari beberapa data yang kurang memadai atau bahkan tidak memenuhi maksim kuantitas, dapat diketahui bahwa data tersebut kurang seperti klaim yang tidak realistis atau informasi yang tidak konsisten yang bisa mengaburkan makna, misalnya klaim tentang barang dalam kondisi "seperti baru" tetapi tidak ada bukti pendukung, deskripsi yang tidak jelas tentang kondisi barang, seperti hanya menyebutkan "terpakai", tetapi tanpa detail mengenai kerusakan atau usia barang. Namun walaupun terdapat data yang kurang atau tidak memenuhi prinsip kerja sama kualitas, secara keseluruhan data yang diperoleh dari analisis menunjukkan bahwa mayoritas data menerapkannya dilihat dari sebanyak 97,1% data sudah mengaplikasikan dalam postingan ikan.

Penerapan Maksim Relevansi (Maxim of Relevance)

Semua data dalam analisis ini memenuhi maksim relevansi dengan sangat baik, tidak ada yang dilaporkan tidak relevan. Setiap pesan fokus pada tujuan jual beli atau permintaan barang yang spesifik. Tidak ada informasi yang membingungkan atau tidak sesuai dengan konteks transaksi. Semua informasi dalam iklan relevan dengan transaksi jual beli gadget. Setiap detail, seperti kondisi barang dan ketentuan pembayaran, sesuai dengan konteks iklan di komunitas r/Appleswap. Penjual menjaga relevansi dengan tetap fokus pada informasi yang berkaitan langsung dengan produk yang dijual. Tidak ditemukan penggunaan informasi yang tidak penting atau berlebihan. Contoh data pada gambar 3 berikut menunjukkan bahwa semua informasi relevan dengan pembeli yang tertarik untuk membeli iPhone 14 Pro, termasuk kondisi perangkat dan harga yang keseluruhan relevan dengan Brand Apple itu sendiri.

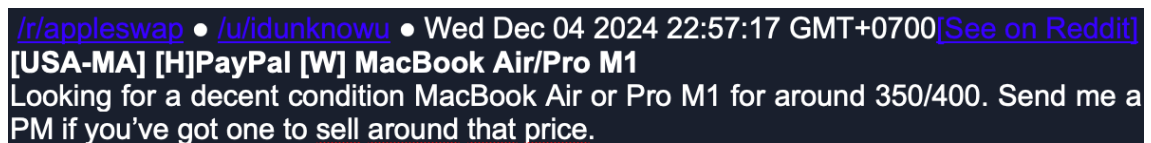


[/r/appleswap](#) • [/u/anshulshah10](#) • Fri Oct 18 2024 21:10:07 GMT+0700 [\[See on Reddit\]](#)
[USA-NC][H] iPhone 14 Pro Purple unlocked 256gb [W] PayPal, Local Cash
 Selling a Purple iPhone 14 pro unlocked. This phone was replaced a couple months ago under apple care and hence is like new with 100% battery health. The phone is in mint condition with no damage - it has always been kept in a case and screen protector. Feel free to ask any questions. Thanks!
<https://imgur.com/a/ZK2ScQJ>
 Repairs:
 None
 Looking for \$600 shipped
 Local would be 27606

Gambar 3. Postingan Iklan r/Appleswap

Penerapan Maksim Cara (Maxim of Manner)

Terdapat 2 dari 104 data yang tidak memenuhi maksim cara. Terdapat beberapa pesan yang mungkin tidak terlalu jelas atau ada beberapa ketidakjelasan dalam penyampaian. Berikut contoh data yang kurang atau tidak memenuhi maksim cara/manner Grice.



[/r/appleswap](#) • [/u/idunknowu](#) • Wed Dec 04 2024 22:57:17 GMT+0700 [\[See on Reddit\]](#)
[USA-MA] [H]PayPal [W] MacBook Air/Pro M1
 Looking for a decent condition MacBook Air or Pro M1 for around 350/400. Send me a PM if you've got one to sell around that price.

Gambar 4. Postingan Iklan r/Appleswap

Gambar 4 menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan sangat minim, sehingga kurang jelas mengenai spesifikasi atau kondisi MacBook yang diinginkan (misalnya, tahun, ukuran layar, atau kondisi fisik perangkat). Hal ini juga sangat mempengaruhi terhadap cara pengiklan untuk menyampaikan informasi. Hal ini juga didapatkan dari beberapa data yang kurang memadai atau bahkan tidak memenuhi maksim cara, dapat diketahui bahwa data tersebut kurang seperti bahasa yang ambigu atau kurang struktur dalam penyampaian informasi, pesan yang terlalu singkat atau tidak mencantumkan instruksi yang jelas mengenai cara menghubungi penjual atau pembeli. Namun walaupun terdapat data yang kurang tidak memenuhi prinsip kerja sama maksim cara/manner, secara keseluruhan data yang diperoleh dari analisis menunjukkan bahwa mayoritas data menerapkannya dilihat dari sebanyak 98,1% data sudah mengaplikasikan dalam postingan iklan.

PEMBAHASAN

Strategi bahasa yang ditemukan pada iklan di komunitas *r/AppleSwap* menunjukkan bahwa mayoritas penjual menerapkan maksim Grice untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan persuasif. Secara keseluruhan, meskipun kesemuanya mematuhi maksim relevansi dengan memberikan informasi yang tepat dan terkait dengan produk yang dijual, pelanggaran paling banyak ditemukan pada maksim kuantitas dan kualitas. Pelanggaran terhadap maksim kuantitas terjadi ketika penjual memberikan informasi yang kurang lengkap atau tidak cukup mendetail mengenai produk yang mereka tawarkan. Misalnya, beberapa iklan hanya mencantumkan gambar produk tanpa deskripsi yang memadai mengenai kondisi barang, tahun produksi, atau spesifikasi teknis lainnya. Penjual mungkin merasa bahwa pembeli sudah cukup familiar dengan produk yang ditawarkan dan tidak membutuhkan informasi lebih lanjut. Namun, hal ini berisiko menyebabkan kebingungannya calon pembeli yang memerlukan detail tambahan untuk membuat keputusan yang lebih informasional.

Pelanggaran terhadap maksim kualitas terlihat ketika informasi yang disampaikan tampaknya tidak sepenuhnya dapat dipercaya atau akurat. Misalnya, beberapa penjual mungkin memberikan klaim yang berlebihan tentang kondisi barang, seperti menyatakan bahwa perangkat dalam kondisi "seperti baru" tanpa memberikan bukti yang mendukung atau rincian yang memadai tentang tingkat keausan. Penjual bisa jadi berusaha untuk menarik pembeli dengan cara ini, meskipun tindakan ini dapat mengurangi kepercayaan pembeli terhadap integritas penjual dan menciptakan potensi kesalahpahaman.

Pelanggaran terhadap kedua maksim ini dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan oleh penjual. Dalam upaya untuk menarik perhatian pembeli, beberapa penjual mungkin sengaja mengurangi informasi untuk membuat produk mereka tampak lebih menarik atau untuk mendorong calon pembeli agar mengajukan pertanyaan lebih lanjut. Hal ini sering kali dilakukan untuk meningkatkan interaksi dan membangun hubungan dengan pembeli, yang dapat mengarah pada transaksi yang lebih personal. Selain itu, pelanggaran maksim kuantitas dan kualitas lebih cenderung disebabkan oleh keputusan penjual untuk memberikan informasi yang minimal atau bahkan berlebihan. Meskipun demikian, penggunaan strategi bahasa yang tidak selalu sepenuhnya mematuhi maksim ini menunjukkan bahwa penjual di *r/AppleSwap* tetap menyadari pentingnya penyampaian pesan yang jelas dan relevan, meskipun terkadang kompromi dilakukan untuk tujuan pemasaran atau untuk menjaga keterlibatan dengan pembeli.

Efektivitas maksim kuantitas berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Dalam komunitas jual beli seperti *r/AppleSwap*, calon

pembeli sangat bergantung pada deskripsi produk yang disediakan oleh penjual. Informasi yang rinci mengenai spesifikasi teknis, kondisi fisik, serta riwayat penggunaan atau perbaikan produk memberikan gambaran yang jelas bagi pembeli untuk menilai apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Penerapan maksim kuantitas yang baik tidak hanya membantu pembeli membuat keputusan yang lebih informasional, tetapi juga mencerminkan transparansi dan niat baik penjual dalam berkomunikasi.

Sejalan dengan temuan ini, penelitian oleh Devi & Qomaruddin (2017) tentang bahasa transaksi jual beli online di Tokopedia.com juga menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap maksim kuantitas sering kali menyebabkan kesalahpahaman antara penjual dan pembeli, yang pada gilirannya mengurangi kepercayaan dalam transaksi online. Sebaliknya, penelitian oleh Suryani & Suastini (2023) menemukan bahwa penerapan maksim kesopanan dan kuantitas yang tepat dalam komunikasi film membantu membangun hubungan yang lebih baik antara pembicara dan pendengar, yang juga berlaku dalam konteks transaksi jual beli. Pelanggaran terhadap maksim kuantitas, seperti memberikan informasi yang terlalu sedikit atau berlebihan, dapat menimbulkan kebingungan dan menurunkan tingkat kepercayaan pembeli terhadap penjual. Hal ini juga konsisten dengan temuan Zani (2022), yang menyatakan bahwa dalam pasar daring, ketidaktepatan informasi dapat menyebabkan ketidakpastian, yang mengarah pada pengurangan transaksi atau pembatalan kesepakatan. Dalam konteks ini, penerapan maksim kuantitas yang efektif dalam iklan jual beli daring sangat penting untuk menjaga komunikasi yang jelas dan membangun kepercayaan antara pihak penjual dan pembeli.

Selanjutnya, maksim kualitas berperan dalam memperkuat kepercayaan yang dibangun melalui maksim kuantitas. Kejujuran dalam menyampaikan kondisi produk, termasuk menyebutkan adanya cacat, riwayat perbaikan, atau aksesoris yang hilang, menunjukkan integritas penjual. Dalam komunitas seperti r/Appleswap, reputasi sangat memengaruhi keputusan pembelian karena transaksi biasanya dilakukan secara langsung antara individu tanpa perlindungan dari platform e-commerce. Penjual yang dikenal jujur dan akurat dalam memberikan informasi akan lebih dipercaya dan memiliki peluang lebih besar untuk sukses dalam menjual produk mereka. Sebaliknya, penjual yang memberikan informasi yang menyesatkan atau berbohong berisiko mendapatkan ulasan negatif, yang pada akhirnya dapat merugikan kredibilitas mereka dalam komunitas.

Di sisi lain, maksim relevansi berfungsi untuk mendukung maksim kuantitas dan kualitas dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan tepat sasaran. Penjual yang memahami kebutuhan pasar akan menyesuaikan deskripsi produk mereka agar lebih relevan dengan target audiens. Misalnya, dengan menekankan fitur yang cocok untuk pelajar, pekerja profesional, atau penggemar teknologi. Dengan menyesuaikan konten iklan agar lebih relevan dengan calon pembeli, penjual dapat meningkatkan daya tarik iklan mereka dan memperbesar peluang terjadinya transaksi. Pelanggaran terhadap maksim ini, seperti menyertakan informasi yang tidak berkaitan dengan produk atau membuat klaim yang tidak sesuai dengan konteks pembeli, dapat mengurangi efektivitas iklan dan membuat pembeli kehilangan minat.

Terakhir, penerapan maksim cara memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam iklan dapat dengan mudah dipahami oleh calon pembeli. Penggunaan tata bahasa yang baik, struktur kalimat yang jelas, serta pemilihan kata yang tepat membantu menciptakan komunikasi yang lebih efektif. Iklan yang disusun dengan rapi, tanpa kesalahan ejaan atau ambiguitas, lebih cenderung menarik perhatian dan memberikan kesan

profesional. Sebaliknya, iklan yang berantakan, penuh dengan istilah yang tidak jelas, atau terlalu panjang tanpa struktur yang baik, dapat membuat pembeli kesulitan memahami informasi yang disampaikan, yang pada akhirnya mengurangi daya tarik iklan tersebut. Dengan demikian, masing-masing maksim—kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara—berperan saling mendukung dalam menciptakan komunikasi yang efektif dalam iklan jual beli daring. Penerapan yang tepat terhadap maksim-maksim ini tidak hanya akan meningkatkan peluang transaksi, tetapi juga membangun kepercayaan dan reputasi baik antara penjual dan pembeli.

Secara keseluruhan, strategi bahasa yang digunakan dalam komunitas *r/AppleSwap* menunjukkan bahwa penjual memahami pentingnya komunikasi yang efektif dalam transaksi daring. Kepatuhan terhadap maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara tidak hanya membantu meningkatkan kepercayaan pembeli, tetapi juga memperkuat reputasi penjual serta meningkatkan efektivitas pemasaran produk. Dengan menerapkan maksim dalam prinsip kerja sama Grice secara konsisten, penjual dapat menciptakan lingkungan jual beli yang lebih transparan, efisien, dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan maksim dalam prinsip kerja sama Grice dalam komunikasi iklan jual beli di komunitas *r/AppleSwap*. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar iklan di subreddit ini mematuhi maksim-maksim prinsip kerja sama Grice terutama pada maksim relevansi dan cara, meskipun terdapat beberapa pelanggaran terhadap maksim kuantitas dan kualitas. Pelanggaran ini umumnya terjadi ketika penjual memberikan informasi yang kurang jelas atau berlebihan, yang dapat menyebabkan kebingungan bagi pembeli dan menurunkan tingkat kepercayaan dalam transaksi.

Meskipun demikian, tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap maksim-maksim ini berkontribusi pada terciptanya komunikasi yang efektif dan efisien antara penjual dan pembeli. Penjual yang mematuhi maksim dapat membangun kredibilitas yang lebih baik dan meningkatkan kemungkinan transaksi yang sukses. Dalam konteks ini, penerapan maksim dalam prinsip kerja sama Grice sangat berperan dalam memperlancar interaksi dan membantu pembeli membuat keputusan yang lebih informasional. Oleh karena itu, meskipun ada beberapa pelanggaran, penerapan maksim dalam prinsip kerja sama secara keseluruhan memberikan kontribusi besar terhadap efektivitas komunikasi dalam komunitas jual beli daring seperti *r/AppleSwap*.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam analisis mengenai strategi kesantunan bahasa dalam postingan iklan yang tidak hanya mempengaruhi penerimaan pesan, tetapi juga dapat meningkatkan tingkat minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Pendekatan kesantunan yang tepat, seperti penggunaan ungkapan sopan atau penyesuaian gaya bahasa dengan audiens yang lebih spesifik, berpotensi memperkuat elemen persuasif dalam iklan. Hal ini tidak hanya membantu dalam membangun hubungan yang lebih baik antara penjual dan pembeli, tetapi juga mendorong terciptanya komunikasi yang lebih harmonis yang pada gilirannya dapat meningkatkan konversi atau penjualan. Melalui analisis yang lebih mendalam terhadap strategi ini, kita dapat lebih memahami bagaimana bahasa dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan efektivitas iklan dalam konteks komunitas daring seperti *r/AppleSwap*.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, S., Setiawan, B., & Saddhono, K. (2018). Penggunaan Bahasa Indonesia pada Diskusi Siswa SMA Negeri 4 Surakarta: Kajian dengan Prinsip Kerja Sama Grice dan Relevansinya Sebagai Bahan Ajar Keterampilan Berbicara. *BASASTRA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 6(1), 281–301.
- Beden, S. (2019). Prinsip dan Strategi Kesantunan Penulisan dalam Artikel Ruangan Agenda Bahasa. *Issues in Language Studies*, 8(1), 104–129.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3 ed.). SAGE Publications, Inc.
- Devi, L. N., & Qomaruddin, Muh. (2017). Prinsip Kerja Sama dalam Bahasa Transaksi Jual Beli Online di Tokopedia.com. *Haluan Sastra Budaya*, 1(1), 86–96.
- Fitch, K. L., & Sanders, R. E. (2005). *Handbook of Language and Social Interaction*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Grice, H. P. (2004). Logic and Conversation. Dalam *Syntax and Semantic 3: Speech Arts* (hlm. 41–58). Elsevier.
- Harmer, J. (2001). *The Practice of English Language Teaching*. Longman.
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2017). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 1–28.
- Kemp, S. (2024, 22 Februari). Digital 2024: The United States of America. Diakses pada 1 Januari 2025, dari https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2024-united-states-of-america?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. Longman.
- Levinson, S. C. (1992). *Pragmatics*. Cambridge University Press.
- Maufur, S. (2016). Penerapan Prinsip Kerja Sama dan Prinsip Sopan Santun Berbahasa di Kalangan Masyarakat Kampung Pesisir Kota Cirebon. *Al Ibtida*, 3(1), 18–38.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Oestreicher-Singer, G., & Zalmanson, L. (2013). Content or Community? A Digital Business Strategy for Content Providers in the Social Age. *MIS Quarterly*, 37(2), 591–616.
- Prativi, N. M. B. D., Giri, N. L. K. Y., & Dewi, N. M. A. A. (2016). Makna Implikatur Akibat Pelanggaran Maksim Kerja Sama Dalam Komik Kimi Ni Todoke Karya Shiina Karuho (Kajian Pragmatik). *HUMANIS: Journal of Arts and Humanities*, 16(3), 193–200.
- Rahardi, K. (2005). *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Erlangga.
- r/Appleswap. (2012, 20 Juni). Buy, Sell, and Trade Apple Device. Diakses pada 1 Januari 2025, dari <https://www.reddit.com/r/appleswap/>
- PullPush Reddit API (2023, 1 Juli). Reddit Search PullPush API. Diakses pada 9 Januari 2025, dari <https://search.pullpush.io/>
- Schiffrin, D. (1994). *Approaches to Discourse*. Blackwell Publishers.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana Prnada Media Group.

- Sidiq, U., & Choiri, Moh. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. CV. Nata Karya.
- Sudiantara, I. K. E. (2014). The Analysis Verbal and Non-Verbal Signs of Printed Public Service Advertisements. *HUMANIS: Journal of Arts and Humanities*, 7(2), 1–8.
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, N. K., & Suastini, N. W. (2023). Types of Politeness Maxim and its Scale Found in Emma 2020 Movie. *HUMANIS: Journal of Arts and Humanities*, 27(1), 1–14.
- Triguna, I. N. T. (2013). Conflicting Maxims in Implicature in Pygmalion. *Haluan Sastra Budaya*, 2(3), 1–8.
- Wijana, I. D. P. (1996). *Dasar-Dasar Pragmatik*. Andi Offset.
- Zani, Y. (2022). Penerapan Prinsip Kerja Sama Pada Tuturan Penjual dan Pembeli di Pasar Simpang Bata Kota Jambi. *DIKBASTRA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(2), 30–40.