

Analisis Tindak Tutur dalam Wacana Iklan Gadaiku by Hartadinata Abasi pada Media Sosial Instagram

Nurhidayah¹, Dian Pafilay,² Dini Apriani,³ Andra Ade Riyanto⁴
Mochammad Asyhar⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Mataram

Email corespondensi: Dinia0415@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 06 Juni 2025

Revised : 07 Juli 2025

Accepted : 14 Juli 2025

Keywords:

Speech acts, Social media,
Instagram, Advertising,
Pragmatics

ABSTRAK

This study aims to examine speech acts in advertising discourse on the Instagram account Gadaiku by Hartadinata Abasi using a qualitative approach. Amid the rapid development of the digital era, Instagram has become one of the main social media platforms facilitating interactive two-way communication, enabling users not only to receive information but also to respond, comment, and instantly share content. Various features such as Stories, Reels, and IGTV provide creative opportunities for businesses to reach a wide audience, especially in Indonesia, which had around 103 million active users at the beginning of 2025. The data collection techniques in this study include reading, non-participant observation, and note-taking on Instagram posts from the May 2025 edition. The analysis identified three types of speech acts: locutionary (9 data), illocutionary (15 data), and perlocutionary (9 data), totaling 33 data points. Locutionary acts are used to convey information literally and factually, such as explanations or direct statements. Illocutionary acts function to invite, motivate, advise, or offer solutions to influence the audience's attitudes or behaviors, while perlocutionary acts aim to elicit certain effects or responses from the audience, such as encouraging real action, building trust, or creating emotional engagement. The findings of this study demonstrate that the speech act strategies employed in Instagram advertisements are effective in building persuasive and interactive communication with today's digital audience. The varied use of speech acts allows advertising messages to be not only informative but also capable of building emotional connections, motivating, and encouraging the audience to act according to marketing objectives. This marks a significant shift from traditional media to digital media, where interactivity, audience segmentation, and flexible content formats become key advantages in modern marketing communication strategies.

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan sarana digital yang memungkinkan penggunaannya untuk saling berinteraksi, berkomunikasi, serta membagikan berbagai jenis konten seperti teks, gambar, video, dan informasi lainnya secara daring. Pengguna dapat membuat profil pribadi, membangun jaringan pertemanan atau pengikut, dan bertukar pesan maupun informasi secara langsung tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Selain itu, media sosial berperan sebagai media komunikasi dua arah yang bersifat interaktif, di mana pengguna tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat memberikan respons, komentar, serta membagikan

kembali konten yang ada (Wijaya et al., 2024). Contoh banyaknya media sosial yang digunakan saat ini khususnya Instagram.

Instagram adalah sebuah platform media sosial yang fokus utamanya adalah berbagi foto dan video secara daring. Pengguna dapat mengunggah berbagai gambar atau video dengan tambahan filter dan efek, lalu membagikannya kepada pengikut atau publik. Selain itu, Instagram menawarkan fitur-fitur seperti: Stories (konten yang hilang setelah 24 jam), Reels (video pendek yang kreatif), dan IGTV (video dengan durasi lebih panjang) yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berkreasi dan berinteraksi dengan cara yang lebih variatif. Pengguna juga dapat mengikuti akun lain, memberikan tanda suka (like), meninggalkan komentar, serta mengirim pesan pribadi (direct message). Platform ini banyak dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, mulai dari penggunaan pribadi, hiburan, hingga aktivitas pemasaran dan promosi bisnis.

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran dan promosi bisnis yang bertujuan untuk mempengaruhi atau meyakinkan masyarakat agar tertarik pada produk, layanan, atau merek yang diiklankan. Di media sosial, terutama Instagram, kita juga bisa mengakses iklan yang berperan sebagai alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang luas dan berfokus dengan cara penyajian yang menarik secara visual. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan pola hidup masyarakat, saat ini jumlah individu yang menggunakan media sosial, khususnya Instagram, jauh lebih banyak dibandingkan mereka yang menonton televisi. Pada awal tahun 2025, pengguna Instagram di Indonesia tercatat mencapai sekitar 103 juta orang, yang setara dengan 36,3% dari total populasi dan mencakup hampir 46% pengguna berusia 13 tahun ke atas. Angka ini menunjukkan potensi besar bagi pengiklan dan pelaku bisnis dalam menjangkau audiens yang luas melalui platform ini. Selain itu, masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan waktu lebih dari 7 jam 20 menit setiap hari untuk mengakses internet, terutama melalui ponsel yang mendominasi penggunaan perangkat digital. Durasi ini jauh melampaui waktu menonton televisi yang terus mengalami penurunan, dengan rata-rata hanya sekitar 2 jam 41 menit per hari. Fenomena ini menegaskan pergeseran signifikan dari media tradisional ke media digital sebagai sumber utama hiburan dan informasi bagi Masyarakat.

Penelitian terdahulu yang banyak mengkaji iklan cenderung berfokus pada media televisi, mengingat pada masa tersebut televisi masih menjadi platform utama dalam penyampaian pesan pemasaran. Dominasi televisi sebagai media massa yang memiliki

jangkauan luas dan efektivitas tinggi selama beberapa waktu terakhir menjadikannya objek utama dalam studi komunikasi pemasaran. Namun, dengan kemajuan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi media masyarakat, peran media sosial, khususnya Instagram, semakin signifikan. Dalam konteks tersebut, penelitian ini berkontribusi secara signifikan dengan memperluas kajian ilmiah mengenai iklan di media sosial, khususnya Instagram, yang kini menjadi medium utama bagi pengguna dalam mengakses konten digital. Dengan berfokus pada analisis tindak tutur dalam wacana iklan Instagram, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai mekanisme komunikasi pemasaran yang disampaikan dan diterima di era digital. Pendekatan ini penting mengingat karakteristik media sosial yang berbeda secara fundamental dibandingkan media tradisional, terutama dalam hal interaktivitas, segmentasi audiens, dan format konten yang lebih variatif.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Prof. Mahsun (2005:233), metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang memfokuskan pada penunjukkan makna, deskripsi, penjernihan, dan penempatan data dalam konteksnya masing-masing, yang sering kali diungkapkan dalam bentuk kata-kata daripada angka-angka. Tujuan utama dari penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami fenomena sosial, termasuk fenomena kebahasaan, secara mendalam dan holistik. Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang mengumpulkan dan menyajikan data secara deskriptif sesuai dengan kondisi asli objek penelitian, serta melakukan analisis mendalam terhadap bagian-bagian data tertentu. Sumber data penelitian ini di ambil dari akun media sosial instagram *Gadaiku by Hartadinata Abasi*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik baca. Teknik baca digunakan untuk menganalisis tindak tutur pada media sosial akun Instagram *Gadaiku by Hartadinata Abasi*. Dan teknik simak bebas libat cakap, digunakan untuk mendeskripsikan data-data berupa tindak tutur. Sedangkan teknik catat digunakan untuk mencatat hasil analisis dari data-data yang telah dikumpulkan untuk menentukan hasil dari tindak tutur berupa lokusi, ilokosi dan perlukosi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data dan metode yang digunakan terdapat tindak tutur pada akun Instagram *Gadaiku by Hartadinata Abasi*. Tindak tutur yang terdapat dalam akun

Instagram tersebut berupa lokusi, ilokusi dan perlukosi. Dalam akun Instagram *Gadaiku by Hartadinata Abasi*. Terdapat postingan dengan hasil analisis data sebagai berikut:

Tabel 1.

Temuan Data dalam Tindak Tutur Akun Instagram *Gadaiku by Hartadinata Abasi*

Tindak Tutur	Kategori	Jumlah Data	Total Data
Lokusi	Lokusi	9	9
Ilokusi	Ilokusi Asertif	4	15
	Ilokusi Direktif	8	
	Ilokusi Ekspresif	3	
Perlukosi	Perlukosi	9	9

Pada tabel analisis data diatas, terdapat tindak tutur lokusi dengan jumlah 9 data, tindak tutur ilokusi berjumlah 15, dan tindak tutur perlukosi 9 data sehingga jumlah data tindak tutur pada akun Instagram *Gadaiku by Hartadinata Abasi* edisi Mei 2025 sejumlah 33 data.

1. Lokusi

Menurut Searle (1975) dan dikutip dalam berbagai sumber, tindak lokusi adalah tindakan mengucapkan sesuatu, yaitu *the act of saying something* atau tindakan tutur yang menyatakan sesuatu secara literal dan bermakna. Ini mencakup pengucapan kata-kata, struktur kalimat, dan makna leksikalnya. Contoh: "*Karina belajar bahasa Inggris*" hanya menyatakan fakta atau informasi. Wijana (2018) juga menyebut lokusi sebagai tindak tutur yang diungkapkan dalam bentuk ujaran yang dapat dipahami maknanya oleh pendengar.

Selamat memperingati hari buruh internasional (Postingan 1 Mei 2025)

Kalimat ini tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga bermaksud memberikan motivasi atau dorongan kepada pendengar agar terus berusaha dan tidak menyerah. Kalimat ini mengandung makna tersirat yang mengajak pendengar untuk percaya bahwa kerja keras saat ini akan membuahkan hasil di masa depan.

faktor penelia investasi paling berharga, mengapa emas tetap menjadi aset utama? (Postingan 2 Mei 2025)

Karena kalimat diatas secara langsung menyatakan sesuatu yang bermakna dan dapat dipahami secara literal, yaitu sebuah pertanyaan yang mengajukan topik tentang alasan emas

menjadi aset utama dalam investasi. Dalam hal ini, kalimat tersebut hanya menyampaikan pertanyaan secara eksplisit untuk meminta penjelasan atau informasi dari pendengarnya.

biaya gadai elektronik 4% per15 hari. (15 Mei 2025)

Kalimat di atas secara langsung menyampaikan informasi atau fakta mengenai besaran biaya gadai tanpa menyertakan maksud atau tujuan khusus di luar makna literalnya. Tindakan mengucapkan sesuatu yang bermakna sesuai dengan kata-kata yang diucapkan, tanpa adanya maksud untuk memerintah, mengajak, menasihati, atau mempengaruhi pendengar secara langsung. Dalam kalimat ini, penutur hanya menyampaikan data konkret tentang tarif gadai elektronik, yaitu 4% untuk setiap periode 15 hari. Kalimat tersebut tidak mengandung ajakan, perintah, atau dorongan untuk melakukan tindakan tertentu, melainkan hanya memberikan informasi yang dapat dipahami secara harfiah oleh pendengar.

4 cara tingkatkan bisnis anda versi Gadaiku (21 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas hanya menyampaikan informasi atau judul yang memberitahukan bahwa ada empat cara untuk meningkatkan bisnis menurut versi Gadaiku. Kalimat tersebut bersifat informatif dan tidak mengandung ajakan, perintah, atau dorongan langsung kepada pendengar atau pembaca untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, kalimat ini termasuk tindak tutur lokusi karena fokusnya hanya pada penyampaian isi atau makna literal dari ujaran tersebut.

cara terbaik untuk memprediksi masa depan adalah dengan cara menciptakannya (22 Mei 2025)

Kalimat di atas termasuk tindak tutur lokusi karena secara langsung menyampaikan sebuah pernyataan atau informasi tentang cara memandang masa depan. Kalimat ini tidak mengandung maksud mengajak, membujuk, atau menimbulkan efek tertentu pada pendengar secara eksplisit, sehingga bukan termasuk tindak tutur ilokusi atau perlokusi. Jadi, kalimat ini berfungsi sebagai pernyataan fakta atau pandangan yang disampaikan secara langsung.

penurunan ini bisa menjadi peluang untuk membeli emas dengan harga yang lebih murah dan juga menunjukkan bahwa pasar telah menyesuaikan diri dengan situasi ekonomi (22 Mei 2025)

Kalimat ini termasuk tindak tutur lokusi karena secara langsung menyampaikan informasi atau fakta mengenai kondisi pasar dan peluang yang muncul. Kalimat ini tidak mengandung maksud membujuk, mengajak, atau menimbulkan efek tertentu pada pendengar secara eksplisit, sehingga bukan termasuk tindak tutur ilokusi atau perlokusi. Jadi, kalimat ini berfungsi sebagai pernyataan informasi atau penjelasan secara langsung.

emasku masa depanku (22 Mei 2025)

Kalimat ini termasuk tindak tutur lokusi karena secara langsung menyatakan hubungan antara emas dan masa depan pembicara. Kalimat ini menyampaikan fakta atau pernyataan yang mengungkapkan bahwa emas dianggap sebagai aset atau jaminan untuk masa depan. Kalimat ini tidak secara eksplisit mengajak, membujuk, atau menimbulkan efek tertentu pada pendengar, sehingga lebih tepat dikategorikan sebagai tindak tutur lokusi.

barga emas bisa naik turun dalam jangka panjang pendek tapi nilainya tetap kuat untuk jangka panjang (22 Mei 2025)

Kalimat di atas termasuk tindak tutur lokusi karena secara langsung menyampaikan informasi atau fakta mengenai fluktuasi harga emas dan kekuatan nilainya dalam jangka panjang. Kalimat ini tidak mengandung maksud membujuk, mengajak, atau menimbulkan efek tertentu pada pendengar secara eksplisit, sehingga bukan termasuk tindak tutur ilokusi atau perlokusi. Jadi, kalimat ini berfungsi sebagai pernyataan informasi yang menjelaskan kondisi harga emas.

10 menit bisa ngapai aja? di Gadaiku bisa segera cairin dana dong (27 Mei 2025)

Kalimat di atas dikatakan sebagai tindak tutur lokusi jika dilihat dari sisi pengucapan dan makna literalnya, yaitu kalimat tersebut secara langsung menyatakan dua hal: waktu yang terbang tanpa kegiatan berarti ("10 menit bisa ngapai aja?") dan informasi tentang layanan Gadaiku yang dapat mencairkan dana dengan cepat. Sebagai tindak tutur lokusi, kalimat ini hanya menyampaikan makna kata-kata sesuai dengan arti harfiahnya tanpa memperhitungkan maksud atau tujuan komunikasi yang lebih dalam, seperti mengajak, memerintah, atau memengaruhi pendengar.

2. Ilokusi

Tindak tutur ilokusi adalah tindakan yang dilakukan melalui pengucapan sesuatu, yaitu *the act of doing something in saying something*. Ini bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mengandung maksud tertentu seperti memerintah, meminta, mengancam, berjanji, atau memberi peringatan (Ernawati & Wijaya, 2023). Contohnya, kalimat "Lilis sudah seminar proposal skripsi" bisa berarti dorongan agar segera mengerjakan skripsi. Jadi, ilokusi berhubungan dengan maksud dan fungsi ujaran dalam konteks komunikasi. Lokusi juga berarti tindak tutur yang menyatakan sesuatu dalam arti berkata atau tindak tutur dalam bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dipahami.

Dalam tindak tutur Ilokusi pada akun inststagram *Gadaiku by Hartadinata Abasi*

Edisi Mei 2025 terdapat 3 kategori yaitu: Asetif; Direktif; Ekspresif;

a. Ilukosi Asertif

Rahardi (2005:35-36) menjelaskan bahwa tindak tutur ilokusi asertif adalah tindakan yang mengikat penutur pada kebenaran apa yang diucapkan. Tindak tutur ini berfungsi untuk menyatakan, memberitahukan, mengeluh, dan menyakinkan atau apa yang dikatakan oleh penutur benar (Irfan & Wijaya, 2021).

Keringat hari ini adalah keberhasilan esok hari, (Postingan 1 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas penutur tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan ingin memberikan dorongan atau motivasi kepada pendengar bahwa kerja keras dan usaha yang dilakukan saat ini akan menghasilkan kesuksesan di masa yang akan datang. Dengan demikian, kalimat ini memiliki makna tersirat berupa ajakan agar pendengar tetap gigih dan tidak mudah menyerah dalam berusaha.

Modal terbatas bukan akhir dari mimpimu, gadaiku solusinya (postingan 5 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas penutur tidak sekadar menyampaikan fakta, melainkan juga bertujuan untuk memotivasi dan memberikan solusi nyata kepada pendengar. Kalimat ini mengandung pesan tersirat yang mengajak pendengar agar tetap semangat mengejar impian meskipun modal terbatas, dengan menawarkan gadai sebagai alternatif solusi. Dengan demikian, kalimat ini berperan sebagai bentuk ajakan, dorongan, dan penawaran solusi dalam komunikasi.

penurunan harga emas bukan hambatan tapi momentum (22 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud membujuk dan meyakinkan pendengar untuk melihat penurunan harga emas sebagai peluang positif, bukan sebagai masalah. Pembicara bertujuan mengubah persepsi pendengar agar tidak takut atau ragu saat harga emas turun, melainkan memanfaatkan situasi tersebut sebagai kesempatan untuk membeli atau berinvestasi dengan harga lebih murah.

ini yang kamu cari transaksi yang bikin kamu puas di gadaiku kamu bisa dapetin itu pasti untung aman dan sempurna (28 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud meyakinkan, membujuk, dan mengajak pendengar untuk menggunakan layanan gadai tersebut. Pembicara bertujuan memberikan keyakinan bahwa transaksi di gadai ini akan memuaskan, menguntungkan, aman, dan sempurna, sehingga pendengar terdorong untuk percaya dan segera bertindak menggunakan jasa tersebut.

b. Ilokusi Direktif

Menurut Rahardi dalam Putrayasa (2014: 87) menjelaskan bahwa tindak tutur ilokusi direktif adalah jenis tuturan yang bertujuan untuk memberikan pengaruh agar lawan bicara melakukan suatu tindakan tertentu. Misalnya memesan, memerintah, memohon, dan menasihati. Dengan kata lain, penutur menggunakan tindak tutur ini untuk mengarahkan atau meminta mitra tutur agar melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan penutur.

Punya pertanyaan mengenai gadai? Silahkan hubungi nomer dibawah ini (8 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud mengajak atau mendorong pendengar melakukan suatu tindakan, yaitu menghubungi nomor yang disediakan jika ada pertanyaan. Dengan kata lain, kalimat ini tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga berfungsi untuk melakukan sesuatu, yakni memberikan instruksi atau ajakan secara halus kepada pendengar agar mengambil langkah tertentu.

tenang kunjungilah gadai sekarang (15 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud mengajak dan meyakinkan pendengar untuk segera mengunjungi layanan gadai yang ditawarkan. Pembicara bertujuan memberikan rasa tenang dan keyakinan bahwa dengan mengunjungi gadai tersebut, masalah atau kebutuhan finansial pendengar dapat teratasi.

sudah saatnya kamu menggadaikan barang (26 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud mengajak atau mendorong pendengar untuk segera mengambil tindakan menggadaikan barang. Pembicara tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga bertujuan mempengaruhi pendengar agar merasa ini adalah waktu yang tepat untuk menggunakan jasa gadai sebagai solusi keuangan.

yuk biasakan nabung emas mulai dari sedikit demi sedikit yang konsisten emi masa depan yang lebih pasti (22 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud mengajak dan membujuk pendengar untuk mulai menabung emas secara rutin dan konsisten demi mencapai masa depan yang lebih aman dan terjamin. Pembicara bertujuan memotivasi dan mendorong pendengar agar mengambil tindakan positif dalam mengelola keuangan melalui kebiasaan menabung emas.

jadikan gadai pilihan terdepan untuk solusi keuanganmu (20 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud mengajak dan membujuk pendengar agar memilih layanan gadai tersebut sebagai solusi keuangan utama. Bertujuan mempengaruhi pendengar untuk mengambil tindakan tertentu, yaitu menggunakan jasa gadai yang ditawarkan. Kalimat

ini berfungsi sebagai ajakan atau permintaan secara halus agar pendengar mempertimbangkan dan memilih gadai tersebut sebagai solusi terbaik.

jadikan gadaiku pilihan terdepan untuk memulai usahamu (21 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud mengajak dan membujuk pendengar agar memilih layanan gadai tersebut sebagai solusi untuk memulai usaha. Pembicara tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga bertujuan mempengaruhi pendengar agar mengambil tindakan, yaitu menggunakan jasa gadai sebagai langkah awal usaha.

baru gadai dana langsung cair mau transfer atau tunai karena gadaiku mengerti kamu butuh dana bukan menunggu lama (7 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud membujuk dan meyakinkan pendengar. Pembicara tidak hanya menyampaikan informasi bahwa dana bisa cair cepat dan fleksibel dalam pencairannya, tetapi juga bertujuan untuk meyakinkan dan menarik minat pendengar agar menggunakan jasa gadai tersebut.

10 menit bisa ngapain aja di gadaiku bisa segera cairkan dana dong (27 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud membujuk dan meyakinkan pendengar bahwa proses di gadai tersebut sangat cepat, hanya membutuhkan waktu sekitar 10 menit untuk mencairkan dana. Pembicara bertujuan menarik perhatian dan mendorong pendengar agar segera menggunakan jasa gadai tersebut dengan menekankan kemudahan dan kecepatan layanan.

c. Ilokusi Ekspresif

Menurut Searle (dalam Rahardi, 2005), tindak tutur ilokusi ekspresif adalah jenis tuturan yang bertujuan untuk menyampaikan sikap psikologis penutur terhadap suatu keadaan atau peristiwa. Tindak tutur ekspresif meliputi tindakan seperti memuji, mengucapkan terima kasih, memberi selamat, meminta maaf, mengkritik, dan mengeluh, di mana penutur mengekspresikan perasaan atau evaluasi pribadinya melalui tuturan tersebut.

malu bertanya gadaiku jawabannya (8 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud memberikan jaminan atau meyakinkan pendengar bahwa jika seseorang merasa sungkan atau malu untuk bertanya, maka layanan gadai tersebut siap memberikan solusi atau jawaban atas kebutuhannya. Dengan kata lain, kalimat ini berfungsi sebagai ajakan dan dorongan agar pendengar tidak ragu menggunakan jasa gadai karena mereka akan mendapatkan bantuan atau informasi yang dibutuhkan.

emas tergadai demi usaha yang manis hingga terwujud ke mimpi kota Paris (20 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud memberikan motivasi dan meyakinkan pendengar bahwa menggadaikan emas bukanlah hal yang sia-sia, melainkan sebagai langkah konkret untuk mewujudkan impian besar dan berfungsi sebagai ajakan atau dorongan agar pendengar melihat gadai emas sebagai solusi atau sarana yang membawa perubahan positif menuju tujuan yang diidamkan. Bertujuan menggerakkan pendengar untuk bertindak dengan keyakinan bahwa usaha yang dilakukan melalui gadai akan menghasilkan hasil manis, yaitu tercapainya mimpi seperti ke Paris.

pusing gak punya duit untuk keperluan mendadak gadaikan saja emas atau elektronik di gadaiku 6 Mei 2025)

Dalam kalimat di atas bermaksud membujuk dan menawarkan solusi. Pembicara tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga bermaksud mengajak pendengar untuk menggunakan jasa gadai sebagai cara cepat mengatasi masalah keuangan mendadak. Ilokusi di sini adalah tindakan persuasi atau ajakan agar pendengar merasa terdorong untuk gadai emas atau elektronik di tempat tersebut sebagai solusi atas kesulitan dana.

3. Perlokusi

Tindak perokusi adalah tindakan yang bertujuan menimbulkan efek atau pengaruh pada pendengar, yaitu *the act of effecting someone*. Efek ini bisa berupa perubahan sikap, perasaan, atau tindakan pendengar (Gani et al., 2024). Contohnya, sebuah pernyataan yang membuat pendengar merasa tergerak untuk melakukan sesuatu, seperti ajakan, persuasi, atau bahkan ketakutan. Misalnya, kalimat "*Yoona dan Yuri bebas SPP*" bisa menimbulkan efek agar teman-temannya tidak iri. Menurut Leech (1993), tindak perlokusi adalah tindakan meyakinkan, mempengaruhi, atau menimbulkan efek tertentu pada lawan bicara melalui tuturan.

Hanifah (2019); Irfan & Wijaya, (2021) menyebut tindak perlokusi sebagai tindak yang memiliki maksud memengaruhi mitra tutur, baik secara sikap maupun perilaku non-linguistik.

Keringat hari ini adalah keberhasilan esok hari (Tanggal 1, Mei 2025)

Kalimat *keringat hari ini adalah keberhasilan esok hari* memiliki makna yang mendalam dan berperan sebagai tindak tutur perlokusi karena tidak hanya menyampaikan fakta semata, tetapi juga bertujuan untuk memengaruhi pendengar secara emosional dan psikologis. Secara umum, kalimat ini memakai metafora "keringat" sebagai lambang kerja keras dan usaha yang dilakukan saat ini, sedangkan "keberhasilan esok hari" menggambarkan hasil atau pencapaian yang akan diraih di masa depan. Oleh karena itu, kalimat ini berfungsi untuk memberikan

motivasi dan membangkitkan semangat agar pendengar tidak mudah menyerah dan terus berupaya dengan sungguh-sungguh. Efek perlokusi yang muncul berupa perubahan sikap dan perilaku pendengar, yang membuat mereka terdorong untuk lebih rajin dan konsisten dalam bekerja demi meraih tujuan yang diharapkan. Kalimat ini juga menumbuhkan kesadaran bahwa usaha yang dilakukan sekarang akan berdampak pada masa depan, sehingga menimbulkan rasa tanggung jawab dan optimisme. Dalam konteks komunikasi, kalimat ini efektif karena mampu menggugah emosi dan menginspirasi tindakan positif, bukan sekadar menyampaikan informasi secara pasif.

Baru gadai dana langsung cair!! Mau tunai atau transfer? Karena gadaiku mengerti kamu butuh dana, bukan menunggu lama (Tanggal 7, Mei 2025)

Kalimat *baru gadai dana langsung cair!! Mau tunai atau transfer? Karena gadaiku mengerti kamu butuh dana, bukan menunggu lama*, termasuk tindak tutur perlokusi karena selain menyampaikan informasi tentang layanan gadai yang cepat, kalimat ini juga bertujuan untuk mempengaruhi pendengar agar segera menggunakan jasa tersebut. Efek perlokusi yang muncul adalah menumbuhkan rasa percaya dan minat, sekaligus mendorong pendengar untuk cepat mengambil keputusan dalam mengajukan gadai. Dengan menonjolkan kemudahan dan kecepatan pencairan dana serta menunjukkan pemahaman terhadap kebutuhan pendengar, kalimat ini memengaruhi sikap dan pilihan pendengar secara emosional dan psikologis.

Memangnya semua tempat gadai antar jemput? Gadaiku bisa dong, prosesnya cepat, tanpa dipungut biaya. (Tanggal, 10 Mei 2025)

Kalimat *memangnya semua tempat gadai antar jemput? Gadaiku bisa dong, prosesnya cepat, tanpa dipungut biaya*, termasuk tindak tutur perlokusi karena kalimat ini tidak sekadar memberikan informasi tentang layanan gadai dengan fasilitas antar jemput, tetapi juga berfungsi untuk mempengaruhi pendengar agar tertarik dan yakin menggunakan layanan tersebut. Efek perlokusi yang ditimbulkan berupa peningkatan rasa percaya dan minat pendengar dengan menonjolkan kemudahan, kecepatan proses, serta tanpa biaya tambahan, sehingga mendorong pendengar untuk segera memanfaatkan layanan gadai tersebut. Kalimat ini berperan sebagai alat persuasi yang mampu memengaruhi sikap dan keputusan pendengar secara emosional dan psikologis, sehingga jelas termasuk dalam kategori tindak tutur perlokusi.

Tenang kunjungi gadaiku sekarang! Hidup nyaman sampai akhir bulan dan barang kesayangan gak akan hilang. (Tanggal 15, Mei 2025)

Kalimat *tenang kunjungi gadaiku sekarang! Hidup nyaman sampai akhir bulan dan barang kesayangan gak akan hilang*, termasuk dalam tindak tutur perlokusi karena tidak hanya sekadar mengajak pendengar untuk memakai layanan gadai, tetapi juga bertujuan untuk memengaruhi pendengar agar merasa yakin dan terdorong untuk segera bertindak. Efek perlokusi yang ditimbulkan adalah memberikan rasa tenang dan kepercayaan bahwa dengan menggunakan layanan tersebut, kebutuhan finansial mereka akan terpenuhi tanpa harus khawatir kehilangan barang berharga. Kalimat ini berfungsi sebagai sarana persuasi yang memengaruhi emosi dan sikap pendengar secara psikologis, sehingga mendorong mereka untuk membuat keputusan menggunakan layanan gadai demi menjaga kenyamanan hidup hingga akhir bulan. Oleh sebab itu, kalimat ini jelas merupakan tindak tutur perlokusi yang efektif dalam memengaruhi perilaku pendengar.

Emas tergadai demi usaha yang manis, hingga terwujud mimpi ke kota paris (Tanggal 20, Mei 2025)

Kalimat *Emas tergadai demi usaha yang manis, hingga terwujud mimpi ke kota Paris* termasuk dalam tindak tutur perlokusi karena tidak hanya menyampaikan informasi bahwa emas dijadikan jaminan untuk modal usaha, tetapi juga bertujuan memengaruhi pendengar secara emosional agar terdorong melihat gadai sebagai langkah positif untuk mewujudkan impian besar. Kalimat ini menimbulkan efek perlokusi berupa motivasi dan harapan bahwa pengorbanan saat ini akan menghasilkan keberhasilan di masa depan, yakni tercapainya mimpi ke Paris. Dengan demikian, kalimat tersebut berfungsi sebagai alat persuasi yang membangkitkan optimisme dan semangat, memengaruhi sikap dan keputusan pendengar untuk berani mengambil tindakan demi mencapai tujuan mereka.

Emasku masa depanku (Tanggal 22, Mei 2025)

Kalimat "Emasku masa depanku" termasuk tindak tutur perlokusi karena tidak hanya mengungkapkan hubungan literal antara emas dan masa depan, tetapi juga bertujuan memengaruhi pendengar secara emosional dan psikologis. Kalimat ini berfungsi untuk membujuk pendengar agar melihat emas sebagai aset berharga yang dapat memberikan rasa aman dan kesejahteraan di masa yang akan datang. Dengan demikian, kalimat ini menjadi alat yang memotivasi dan meyakinkan pendengar untuk menjaga atau memanfaatkan emas sebagai investasi demi keberhasilan dan stabilitas masa depan, sehingga menimbulkan dampak psikologis yang mendorong sikap positif terhadap pengelolaan emas. Oleh karena itu, kalimat ini termasuk tindak tutur perlokusi karena mampu memengaruhi sikap dan perilaku pendengar secara konstruktif.

Yuk, biasakan nabung emas, mulai dari sedikit demi sedikit, yang penting konsisten demi masa depan yang lebih pasti! (Tanggal 22, Mei 2025)

Kalimat *Yuk, biasakan nabung emas, mulai dari sedikit demi sedikit, yang penting konsisten demi masa depan yang lebih pasti!*, termasuk tindak tutur perlokusi karena kalimat ini tidak hanya mengajak pendengar untuk mulai menabung emas, tetapi juga bertujuan mempengaruhi sikap dan tindakan mereka agar rutin menabung secara bertahap. Efek perlokusi yang muncul adalah memberikan motivasi dan dorongan kepada pendengar untuk mengambil langkah positif dengan menabung emas secara konsisten demi memastikan masa depan yang lebih stabil dan terjamin. Kalimat ini berperan sebagai sarana persuasi yang meningkatkan kesadaran serta semangat dalam mengelola keuangan pribadi, sehingga mampu memengaruhi keputusan dan perilaku pendengar secara emosional dan psikologis. Oleh karena itu, kalimat ini jelas merupakan tindak tutur perlokusi karena mampu menghasilkan pengaruh yang mendorong pendengar bertindak sesuai dengan maksud komunikasi tersebut.

Ini yang kamu cari? Transaksi yang bikin kamu puas! Di gadaiku kamu bisa dapetin itu. (Tanggal 28, Mei 2025)

Kalimat "Ini yang kamu cari? Transaksi yang bikin kamu puas! Di gadaiku kamu bisa dapetin itu." termasuk tindak tutur perlokusi karena kalimat ini tidak hanya memberikan informasi tentang layanan gadai, tetapi juga bertujuan untuk memengaruhi pendengar agar merasa yakin dan tertarik menggunakan layanan tersebut. Efek perlokusi yang muncul adalah menimbulkan rasa percaya dan kepuasan, sekaligus mendorong pendengar untuk segera melakukan transaksi di "gadaiku" dengan harapan mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Kalimat ini berfungsi sebagai alat persuasi yang memengaruhi sikap dan keputusan pendengar secara emosional dan psikologis, sehingga mampu menggerakkan pendengar untuk bertindak sesuai dengan maksud komunikasi. Oleh karena itu, kalimat ini jelas termasuk tindak tutur perlokusi karena menghasilkan pengaruh yang mendorong perubahan sikap dan perilaku pendengar.

Tidak sengaja menginjak kiburan vs menginjak akhir bulan (Tanggal 31, Mei)

Kalimat tidak sengaja menginjak kiburan vs menginjak akhir bulan termasuk dalam tindak tutur perlokusi karena kedua ungkapan tersebut tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan juga menimbulkan reaksi emosional tertentu pada pendengar, seperti rasa takut atau kekhawatiran. Istilah *menginjak kiburan* secara kiasan mengacu pada mengalami situasi yang tidak menyenangkan atau sial, sedangkan *menginjak akhir bulan* sering dikaitkan dengan masalah keuangan atau kekurangan uang menjelang waktu gajian, yang biasanya

memicu stres dan kecemasan. Dampak perlokusi dari kalimat ini adalah menimbulkan perasaan gelisah atau cemas pada pendengar, sehingga kalimat tersebut berfungsi memengaruhi emosi dan sikap mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis tindak tutur pada wacana iklan di akun Instagram Gadaiku by Hartadinata Abasi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diimplementasikan sangat berhasil dalam menciptakan interaksi persuasif dengan audiens digital saat ini. Penelitian ini mengidentifikasi tiga jenis tindak tutur, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi, yang masing-masing memainkan peran penting dalam penyampaian pesan iklan. Lokusi berfungsi untuk menyampaikan informasi secara langsung dan faktual, ilokusi digunakan untuk mengajak, memotivasi, menasihati, atau menawarkan solusi, sementara perlokusi bertujuan menghasilkan efek atau respons tertentu dari audiens, seperti membangun kepercayaan serta mendorong tindakan nyata. Keberagaman dalam penggunaan tindak tutur tersebut membuat pesan iklan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menciptakan hubungan emosional, memotivasi, dan mendorong audiens untuk bertindak sesuai tujuan pemasaran. Temuan ini memperkuat bahwa media sosial, khususnya Instagram, kini menjadi platform yang sangat potensial dan strategis bagi pelaku bisnis dalam menjangkau serta memengaruhi audiens secara lebih luas dan efektif dibandingkan media tradisional. Pergeseran menuju media digital menghadirkan keunggulan berupa interaktivitas, segmentasi audiens yang lebih spesifik, dan format konten yang fleksibel, sehingga menjadi elemen kunci dalam strategi komunikasi pemasaran modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyadi, A. D., HP, M. K., & Utomo, A. P. Y. (2021). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Film Pendek “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini The Series Eps 01” Pada Kanal Youtube Toyotaindonesia. *Sarasvati*, 3(2), 215-227.
- Ernawati, T., & Wijaya, H. (2023). Dialog Kebangsaan Dalam Wasiat Renungan Massa Kajian Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi. *ALINEA: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 3(3), 652-664.
- Gani, R. H. A., Ernawati, T., & Wijaya, H. (2024). Pelanggaran Maksim Dan Implikatur

- Dalam Percakapan Gojek Online Dengan Pelanggan Melalui Whatsapp (Kajian Pragmatik). *ALINEA: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 4(2), 244–258.
- Hamidah, J., & Normuliati, S. Analisis Tindak Tutur Endorse Di Media Sosial Instagram.
- Hidayah, T., Sudrajat, R. T., & Firmansyah, D. (2020). Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Pada Film “Epapa Maafin Risa”. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 71-80.
- Irfan, M., & Wijaya, H. (2021). Kesantunan Tutur Remaja Dilihat Dari Sudut Pandang Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Di Kampung Jolok Desa Sikur (Studi Pragmatik). *ALINEA: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 1(1), 19–29.
- Insani, E. N., & Sabardhila, A. (2016). *Tindak Tutur Perlokusi Guru Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas XI SMK Negeri 1 Sawit Boyolali* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Manik, Y., Jaya, A., & Ginting, E. A. (2024). Peran Iklan Dalam Membangun Kepercayaan Generasi Muda Untuk Berinvestasi Tabungan Emas Di Pegadaian Cabang Pringgan Medan. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 8(2), 166-177.
- Musyafir, U. S. (2015). Analisis Tindak Tutur Perlokusi Pada Kumpulan Cerpen “Bibir” Karya Bakdi Soemanto. *Jurnal Kreatif Tadulako*, 18(1), 123036.
- Nuramila, N. (2019). *Tindak Tutur Bahasa Indonesia Dalam Unggahan Media Sosial Instagram@Liputan6 (Kajian Pragmatik)* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Sainab, S., Yusmah, Y., Aswadi, A., Hanafi, M., Mahmud, N., & Saleh, F. (2022). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Kelas VIII SMP Negeri 2 Baranti. *Cakrawala Indonesia*, 7(2), 83-91.
- Tuharea, N. F. M. (2022). Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Dalam Podcast Enzy Stotria Episode Peduli Kesehatan Mental. *Bapala*, 9(3), 26-36.
- Wijaya, H., Gani, R. H., & Supratmi, N. (2024). Pendekatan inovatif dalam pembelajaran bahasa dan sastra di era vuca: Mengintegrasikan teknologi dan media sosial. *Jurnal Analisa Pemikiran Insan Cendikia (Jurnal APIC)*, 7(1), 28–46.
- Ziraluo, M. (2020). Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Pada Debat Capres-Cawapres Republik Indonesia Tahun 2019. *Jurnal Education And Development*, 8(2), 249-249.