



## Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Investasi Online Bareksa

Mei Anjar Kumalasari<sup>1</sup>, Erlin Kartikasari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Yogyakarta

Email: meianjarkumalasari@uny.ac.id, erlinkartikasari@uny.ac.id

### Keywords :

Tindak Tutur, Ilokusi, Iklan  
Investasi Online

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk tindak tutur ilokusi yang digunakan pada iklan investasi online Bareksa di Indonesia. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu video iklan investasi online Bareksa yang didapat dari YouTube periode Oktober 2023 – November 2024. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan data ilokusi berjumlah 50 data yang meliputi asertif, direktif, komisif, dan ekspresif, sedangkan tindak tutur deklarasi tidak ditemukan dalam penelitian ini. Adapun fungsi tindak tutur ilokusi yang ditemukan pada penelitian ini yaitu fungsi asertif berupa menginformasikan, mengklaim, menyatakan, menegaskan, menunjukkan, mengungkapkan pendapat, dan berspekulasi; fungsi direktif berupa mengajak, memerintah, menyarankan, dan menasihati; fungsi komisif berupa berjanji; dan fungsi ekspresif berupa memedulikan.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini memiliki dampak yang signifikan terhadap industri periklanan, terutama di Indonesia seiring dengan meningkatnya akses internet dan penggunaan smartphone di masyarakat. Sejalan dengan itu, iklan online seperti iklan investasi sebagai bagian dari tren global juga mengalami peningkatan yang sangat pesat. Bisnis ini biasanya menggunakan media sosial dan situs web untuk menarik perhatian masyarakat sebagai calon investor dengan memanfaatkan berbagai konten seperti video, gambar, dan artikel informatif untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang produk investasi yang ditawarkan.

Bareksa merupakan salah satu marketplace finansial dan investasi di Indonesia yang berlisensi resmi atau terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD). Izin ini tertuang dalam SK Dewan Komisiner OJK No. KEP-6/D.04/2016 tanggal 3 Februari 2016. Selain menjual produk reksadana, Bareksa juga menyediakan berbagai produk keuangan seperti Surat Berharga Negara (SBN) ritel, obligasi, emas, dan Robo Advisor secara online. Sejalan dengan perkembangan teknologi, Bareksa juga tersedia dalam bentuk aplikasi yang bisa diunduh melalui Play Store dan App Store.

Wacana bahasa dalam iklan memiliki ciri dan karakteristik yang khas. Menurut (Tutik *et.al.*, 2020) penggunaan bahasa dalam iklan merupakan faktor penting untuk mencapai keberhasilan iklan. Oleh karena itu, bahasa yang digunakan dalam iklan harus mampu menjadi representasi dari tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk memengaruhi masyarakat agar tertarik dengan produk atau layanan



This work is licensed under

a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

yang diiklankan. Dalam konteks ini, penggunaan bahasa iklan terutama di media online harus responsif dan interaktif sehingga dapat menarik perhatian masyarakat sebagai konsumen. Dalam hal ini, tindak tutur ilokusi berperan penting untuk mencapai tujuan komunikasi tersebut.

Teori tindak tutur pertama kali dikembangkan oleh Austin (1962). Menurut Austin (1962), tindak tutur adalah melakukan berbagai tindakan saat berbicara. Hal ini berarti ketika seseorang atau pembicara mengeluarkan ucapan, ia juga melakukan suatu tindakan. Searle (1969) mendefinisikan tindak tutur sebagai unit dasar bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan makna dan ujaran untuk mengungkapkan maksud. Sementara itu, Yule (2006) menyatakan bahwa dengan tindakan-tindakan yang ditampilkan lewat tuturan biasanya disebut tindak tutur. Dengan kata lain, tindak tutur adalah melakukan tindakan sambil mengucapkan ujaran, seperti membuat pernyataan, memberi perintah, mengajukan pertanyaan, menolak, memuji, mengucapkan terima kasih, dan sebagainya. Sbis (2013) mengungkapkan bahwa tindak tutur dapat diklasifikasikan menjadi tindak lokusi, tindak ilokusi, dan tindak perlokusi. Adapun fokus pada penelitian ini yaitu ilokusi, oleh karena itu teori tindak tutur yang dipaparkan pada bagian ini dispesifikasikan pada tindak tutur ilokusi.

Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur yang mengandung maksud dan fungsi atau daya tuturan (Rustono, 1999: 37). Searle (1979) membedakan tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis, yaitu: 1) tindak tutur representatif (*assertive*), 2) tindak tutur direktif (*impositive*), 3) tindak tutur ekspresif (*evaluative*), 4) tindak tutur komisif, dan 5) tindak tutur deklarasi. Kelima tindak tutur tersebut masing-masing memiliki ciri dan fungsi tersendiri.

Penelitian terkait tindak tutur ilokusi pada iklan pernah dilakukan oleh Bella, Munirah, & Yusuf (2022) dalam penelitiannya yang bertujuan mendeskripsikan wujud dan fungsi tindak tutur ilokusi pada iklan layanan masyarakat terkait covid-19 di televisi. Jenis tindak tutur ilokusi yang ditemukan yaitu 1) tindak tutur representatif; memberitahukan, menjelaskan dan menuntut, 2) tindak tutur komisif; berjanji dan ancaman, 3) tindak tutur direktif; memesan, memerintahkan, memohon, menganjurkan dan menasihati, 4) tindak tutur ekspresif; meminta maaf dan 5) tindak tutur deklaratif; menamai. Adapun fungsi tindak tutur ilokusi yang ditemukan dalam kajiannya yaitu memberikan informasi kepada masyarakat guna untuk menekan penyebaran pandemi virus Covid-19 dan menerapkan protokol kesehatan yang ketat supaya masyarakat Indonesia bisa sehat dan roda perekonomian dapat kembali lancar.

Izaty, Iswatiningsin, & Sudjalil (2022) dalam artikelnya mendeskripsikan bentuk dan fungsi tuturan ilokusi pada iklan Shopee di YouTube. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tuturan iklan Shopee di YouTube didominasi oleh tuturan fungsi asertif. Selain tuturan tersebut bentuk tuturan lainnya yaitu bentuk direktif, komisif, dan ekspresif. Fungsi tuturan pada iklan Shopee menunjukkan beberapa maksud tertentu yaitu fungsi menginformasikan, mengklaim, melaporkan, menyarankan, meminta, mengajak, menasihati, menjanjikan, menawarkan, dan berterima kasih.

Welliansyah, Budiarti, & Marlia (2023) juga menganalisis tindak tutur ilokusi yang terdapat pada video iklan pinjaman online di YouTube yang berjudul "Pinjaman di Adakami Syaratnya Ribet Gak Sih?" Dari hasil kajiannya ditemukan 15 tuturan yang merupakan tindak tutur ilokusi, dengan didominasi oleh ilokusi asertif sebanyak 9 (60%), ilokusi ekspresif sebanyak 3 (20%), ilokusi direktif sebanyak 2 (13,33%), ilokusi komisif sebanyak 1 (6,67%), sedangkan ilokusi direktif tidak ditemukan.

Penelitian terkait tindak tutur ilokusi pada iklan selanjutnya juga pernah dilakukan oleh Dewi *et al.* (2024) yang meneliti jenis tindak tutur, bentuk tuturan, dan implikatur yang digunakan pengiklan dalam mempromosikan hotel sebagai tempat menginap bagi wisatawan saat berlibur di Bali. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa wacana pada iklan perhotelan Bali di internet terdiri dari 27 tindak tutur asertif, 20 tindak tutur komisif, dan 3 tindak tutur direktif. Adapun bentuk tuturan, sebagian besar wacana pada iklan hotel merupakan tindak tutur tidak langsung. Implikatur konvensional dan non konvensional dari iklan hotel tersebut adalah informasi, saran, ajakan, dan penawaran. Dengan mengetahui hal tersebut, pengiklan dapat mengoptimalkan tindak tutur iklannya agar lebih informatif, persuasif, dan komersial.



Berdasarkan paparan di atas, penelitian tentang ilokusi dalam iklan investasi online sangat penting karena iklan ini berfungsi sebagai media komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga berusaha mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen. Iklan investasi online sering kali menggunakan bahasa yang persuasif untuk menarik perhatian calon investor dan mendorong mereka untuk berinvestasi. Oleh karena itu, dengan memahami berbagai tindakan ilokusi yang digunakan dalam iklan investasi online, kita dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana pengiklan menggunakan bahasa untuk membujuk konsumen dan membentuk persepsi mereka. Selain itu, investasi online juga memiliki dampak signifikan terhadap ekonomi. Dengan memahami bahasa pada iklan dapat membantu mengurangi risiko penipuan dan meningkatkan literasi finansial di masyarakat.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui bentuk tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan investasi online Bareksa serta menganalisis fungsi dari penggunaan tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan investasi online tersebut. Dengan analisis yang mendalam terhadap tindak tutur ilokusi pada iklan investasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan baik bagi masyarakat selaku konsumen atau investor.

## METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu video iklan investasi online berupa Bareksa yang didapat dari YouTube periode Oktober 2023 – November 2024. Data yang diambil berupa tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan investasi online berupa Bareksa yang berjumlah 50 data dari 12 video iklan. Data dikumpulkan dengan teknik observasi dan simak catat bebas. Teknik observasi dilakukan dengan mengamati berbagai iklan investasi online Bareksa di platform YouTube. Cara menentukan jumlah data dengan teknik sampling purposive. Selanjutnya, teknik simak catat bebas dilakukan untuk memperoleh data yang berupa kalimat dan tuturan iklan investasi online. Data yang diperoleh akan dianalisis berdasarkan teori tindak tutur ilokusi menurut Searle (1969). Penelitian ini menggunakan tabel analisis data sebagai instrumen untuk menunjang proses pencarian dan penganalisisan data yang didapat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Searle (1969) terdapat lima tindak tutur ilokusi yaitu (1) asertif atau representatif, (2) direktif, (3) komisif, (4) ekspresif, dan (5) deklarasif. Keempat jenis tindak tutur ilokusi tersebut peneliti temukan pada penelitian iklan investasi online Bareksa ini, sedangkan tindak tutur ilokusi deklarasif tidak ditemukan. Berikut data hasil penelitian mengenai tindak tutur ilokusi pada iklan investasi online Bareksa yang diperoleh.

**Tabel 1. Jenis Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Investasi Online Bareksa**

Bentuk Kalimat	Jenis Tindak Tutur					Jumlah
	Asertif	Direktif	Komisif	Ekspresif	Deklarasi	
Deklaratif	29	-	2	1	-	32
Interogatif	5	1	-	-	-	6
Imperatif	-	12	-	-	-	12
Jumlah	34	13	2	1	0	50

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 50 data tindak tutur ilokusi pada iklan Bareksa periode Oktober 2023 – November 2024. Dilihat dari bentuk kalimatnya, dari seluruh data ilokusi yang



*This work is licensed under*

[a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

diperoleh terdapat 32 data kalimat deklaratif, 6 interogatif, dan 12 imperatif. Sementara dilihat dari jenis ilokusinya terdapat 34 data ilokusi asertif, 13 data ilokusi direktif, 2 data ilokusi komisif, 1 data ilokusi ekspresif, dan 0 data ilokusi deklarasi.

## **1. Bentuk Kalimat Tindak Tutur Ilokusi**

Menurut Putrayasa (2012:19) jenis kalimat berdasarkan fungsi dan isinya terbagi menjadi tiga, yaitu kalimat berita (kalimat deklaratif), kalimat perintah (kalimat imperatif), dan kalimat tanya (kalimat interogatif). Adapun bentuk kalimat tindak tutur ilokusi pada penelitian ini sebagai berikut.

### **a) Bentuk Kalimat Deklaratif**

Kalimat deklaratif atau berita adalah kalimat yang bertujuan menyampaikan suatu hal atau informasi kepada orang lain. Bentuk kalimat deklaratif dalam tindak tutur ilokusi iklan investasi online Bareksa dapat dilihat pada data berikut.

- (1) Bareksa saham SEGERA HADIR DI BAREKSA.  
(Data: 01/B/06/11/2023)

Tuturan (1) di atas berupa kalimat deklaratif karena penutur menyampaikan informasi atau pernyataan tentang kehadiran fitur baru di Bareksa, yaitu fitur saham yang akan segera hadir atau tersedia. Selanjutnya, tuturan deklaratif juga dapat dilihat pada data berikut.

- (2) Reksa dana bukan objek pajak.  
Bisa pilih dana dan dapat rekomendasi reksa dana di produk eksklusif. Reksa dana eksklusif di Bareksa memiliki imbal hasil menarik dan jarang ditemukan di platform lain. Reksa dana eksklusif mayoritas berisi obligasi korporasi. Cocok untuk jangka pendek dan panjang (minim fluktuasi).  
(Data: 08/B/31/01/2024)

Tuturan (2) di atas termasuk dalam bentuk kalimat deklaratif berupa deskriptif. Tuturan tersebut memberikan informasi dan penjelasan mengenai reksa dana, termasuk status pajaknya, rekomendasi produk, serta karakteristik dari reksa dana eksklusif.

### **b) Bentuk Kalimat Interogatif**

Kalimat interogatif adalah kalimat yang berfungsi untuk menanyakan sesuatu hal. Bentuk kalimat interogatif dalam iklan investasi online Bareksa dapat dilihat pada data berikut.

- (3) Siap untuk tingkatkan level investasimu?  
(Data: 05/B/06/11/2023)

Tuturan (3) tersebut termasuk dalam bentuk kalimat interogatif atau pertanyaan. Kalimat tersebut mengandung unsur tanya yang meminta respon atau jawaban dari mitra tutur mengenai kesiapan mereka untuk meningkatkan level investasi. Tuturan yang berbentuk kalimat interogatif selanjutnya dapat dilihat pada data berikut.

- (4) Butuh informasi lebih lengkap?  
(Data: 12/B/16/07/2024)



*This work is licensed under*

[a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Tuturan (4) menyiratkan penawaran kepada calon investor apabila ingin mendapatkan informasi tambahan yang diakhiri dengan tanda tanya atau naiknya intonasi pada akhir tuturan tersebut. Oleh karena itu, tuturan (4) juga termasuk dalam jenis kalimat tanya atau interogatif.

### c) Bentuk Kalimat Imperatif

Menurut Putrayasa (2012), kalimat imperatif atau kalimat perintah merupakan kalimat yang mengandung ajakan atau instruksi yang ditujukan kepada orang lain untuk melaksanakan tindakan yang kita inginkan atau harapkan. Adapun bentuk kalimat imperatif dalam iklan investasi online Bareksa dapat dilihat pada data berikut.

- (5) Trading di Bareksa Saham sekarang!  
(Data: 24/B/14/08/2024)

Tuturan (5) berbentuk kalimat imperatif. Imperatif adalah bentuk kata kerja yang memberikan instruksi atau perintah untuk melakukan sesuatu. Dalam konteks ini, tuturan tersebut meminta mitra tutur atau calon investor untuk melakukan aktivitas trading di Bareksa Saham. Selain tuturan (5), tuturan (6) berikut juga termasuk dalam bentuk kalimat imperatif.

- (6) Nah tunggu apa lagi, yuk mendingan transaksi trading saham hanya di Bareksa saham.  
Kalau belum punya akunnya, daftar sekarang yuk!  
(Data: 26/B/09/09/2024)

Kalimat imperatif adalah kalimat yang digunakan untuk memberikan perintah, ajakan, atau permintaan kepada orang lain untuk melakukan sesuatu. Dalam tuturan (6) tersebut terdapat ajakan untuk melakukan transaksi trading saham dan mendaftar jika belum memiliki akun yang menunjukkan sifat persuasif dan perintah yang halus. Frasa "yuk mendingan" dan "daftar sekarang yuk" secara eksplisit mengajak mitra tutur untuk bertindak seperti yang dimaksudkan oleh penutur.

## 2. Jenis dan Fungsi Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Investasi Online Bareksa

Berdasarkan 12 iklan investasi yang diperoleh dari saluran Youtube Bareksa selama periode Oktober 2023 – November 2024 ditemukan 50 data ilokusi yang meliputi asertif, direktif, komisif, dan ekspresif, sedangkan tindak tutur deklarasi tidak ditemukan dalam penelitian ini. Setiap jenis tindak tutur ilokusi yang ditemukan tersebut memiliki fungsi tuturan di dalamnya. Adapun jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi pada iklan investasi online Bareksa secara ringkas digambarkan dalam tabel berikut.

**Tabel 2. Jenis dan Fungsi Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Investasi Online Bareksa**

Jenis Tindak Tutur	Fungsi	Jumlah
Asertif	Menginformasikan	16
	Mengklaim	11
	Menyatakan	1
	Menegaskan	3
	Menunjukkan	1
	Mengungkapkan pendapat	1



*This work is licensed under*

[a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Direktif	Berspekulasi	1
	Mengajak	7
	Memerintah	4
	Menyarankan	1
	Menasihati	1
Komisif	Berjanji	2
Ekspresif	Memedulikan	1

### 1) Tindak Tutur Ilokusi Asertif

Menurut Searle (1975), tindak tutur asertif adalah jenis tuturan yang mengharuskan penutur untuk bertanggung jawab atas kebenaran atau kesesuaian proposisi yang diungkapkan, contohnya termasuk menyatakan, melaporkan, menjelaskan, atau menyebutkan sesuatu. Berdasarkan analisis data pada iklan investasi online Bareksa, tindak tutur ilokusi asertif dapat dilihat pada data berikut.

- (7) Bareksa merupakan pioner yang pertama kali memperkenalkan produk investasi secara online. Sejak 2015 kami telah membantu jutaan investor di Indonesia untuk memudahkan investasi mereka, semua investasi dalam satu aplikasi. Semua produk investasi di Bareksa dikurasi oleh Tim Analis Bareksa untuk bisa dapat mengoptimalkan cuan para investor Bareksa. (Data: 10/B/16/07/2024)

Tuturan (7) termasuk dalam tindak ilokusi asertif. Tindak ilokusi tersebut menyatakan fakta atau informasi yang diyakini oleh penutur. Dalam tuturan tersebut, Bareksa menyampaikan bahwa mereka adalah pioner dalam produk investasi online dan telah membantu jutaan investor yang merupakan pernyataan faktual. Adapun fungsi tuturan (7) tersebut yaitu menyampaikan informasi dan fakta tentang Bareksa. Selain tuturan (7), tuturan ilokusi asertif juga terdapat pada data berikut.

- (8) Nggak perlu khawatir, Bareksa berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, investasimu aman. (Data: 11/B/16/07/2024)

Apabila dilihat dari konteksnya, tujuan tuturan (8) tersebut yaitu untuk meyakinkan calon investor bahwa tidak ada yang perlu dikhawatirkan terkait investasi mereka. Pada tuturan (8) tersebut penutur menginformasikan legalitas dan pengawasan Bareksa oleh Otoritas Jasa Keuangan sehingga ia mengklaim bahwa investasi di Bareksa itu aman. Dengan demikian fungsi tindak tutur asertif pada tuturan (8) tersebut yaitu mengklaim.

### 2) Tindak Tutur Ilokusi Direktif

Tindak tutur direktif merupakan tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan itu (Rustono, 1999: 41). Tuturan yang termasuk ke dalam jenis tindak tutur direktif antara lain tindak tutur memaksa, menyarankan, menentang, mengajak, memohon, menyuruh, meminta, menagih, menasihati, memerintah, mengimbau, dan menantang. Berdasarkan analisis data pada iklan investasi online Bareksa, tindak tutur ilokusi direktif dapat dilihat pada data berikut.

- (9) ... tapi sebelum itu mendingan daftarin dulu atuh ya akun SBNnya di Bareksa, jangan yang lain! (Data: 21/B/04/08/2024)



This work is licensed under

a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Tuturan (9) termasuk dalam jenis ilokusi direktif. Tuturan tersebut menunjukkan sifat persuasif di mana penutur berusaha meyakinkan mitra tutur atau calon investor untuk mengikuti saran yang diberikan. Dalam tuturan tersebut, penutur menyarankan calon investor untuk mendaftar akun SBN (Surat Berharga Negara) di Bareksa yang menunjukkan keinginan penutur agar calon investor melakukan tindakan tersebut. Dengan demikian fungsi tindak tutur ilokusi direktif pada tuturan (9) yaitu menyarankan.

- (10) Nah tunggu apa lagi, *yuk* mendingan transaksi trading saham hanya di Bareksa saham. Kalau belum punya akunnya, *daftar sekarang yuk!*  
(Data: 22/B/09/09/2024)

Tuturan (10) tersebut termasuk dalam tindak tutur ilokusi direktif. Pada tuturan (10) tersebut menggunakan kata-kata yang mengajak pembaca untuk segera bertindak, seperti "yuk mendingan" dan "daftar sekarang yuk", yang memperkuat sifat direktifnya. Adapun fungsi tindak tutur ilokusi direktif pada tuturan (10) tersebut yaitu mengajak. Selanjutnya, tuturan ilokusi direktif juga ditemukan pada data berikut.

- (11) Ini caranya, klik icon emas lalu pilih Gift Voucher Emas. Tentukan nominal gift voucher, isi detail penerima: nama, email, dan nomor handphone yang terhubung aplikasi Whatsapp. Buat desain Gift Voucher dengan pesan yang ingin kamu sampaikan lalu preview dan klik selanjutnya. Kemudian pilih metode pembayaran dan lakukan pembayaran. (Data: 32/B/04/10/2024)

Pada tuturan (11) tersebut penutur memberikan instruksi langkah demi langkah tentang cara membeli *gift voucher* yang jelas merupakan upaya untuk mengarahkan pendengar agar melakukan tindakan tertentu, yaitu pembelian voucher. Oleh karena itu, fungsi tuturan ilokusi direktif pada data (11) tersebut adalah memerintah.

### 3) Tindak Tutur Ilokusi Komisif

Tindak tutur ilokusi komisif adalah tindak tutur yang menyatakan janji atau komitmen untuk melakukan sesuatu di masa depan. Tuturan yang termasuk jenis tindak tutur komisif antara lain tindak tutur mengancam, bersumpah, berjanji, menawarkan, dan menyatakan kesanggupan. Berdasarkan analisis data pada penelitian ini, tindak tutur ilokusi komisif dapat dilihat pada data berikut.

- (12) ... Tenang, kita akan membantu kalian dalam mencapai *financial freedom*.  
(Data: 14/B/16/07/2024)

Tuturan (12) tersebut merupakan pernyataan berupa komitmen dari penutur untuk melakukan sesuatu di masa depan, yaitu membantu mitra tutur atau calon investor untuk mencapai kebebasan finansial (*financial freedom*). Oleh karena itu, tuturan pada data (12) termasuk dalam tindak tutur ilokusi komisif dengan fungsi tuturan berjanji.

- (13) Pembelian berhasil dan Gift Voucher akan segera dikirimkan melalui email atau Whatsapp penerima. (Data: 33/B/04/10/2024)

Tuturan (13) tersebut termasuk dalam jenis ilokusi komisif. Dalam tuturan tersebut, terdapat pernyataan yang menjanjikan bahwa *gift voucher* akan segera dikirimkan yang menunjukkan niat penutur untuk melakukan tindakan tertentu, yaitu pengiriman *voucher* kepada penerima.



This work is licensed under

a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

#### 4) Tindak Tutur Ilokusi Ekspresif

Tindak tutur ilokusi ekspresif adalah tindak tutur yang bermaksud untuk menyampaikan atau mengevaluasi sesuatu hal yang berkaitan dengan sikap atau perasaan. Contoh dari tindak tutur ini seperti memberi selamat, mengeluh, memuji, meminta maaf, mengkritik, mengucapkan terima kasih, menyalahkan, serta menyanjung. Contoh tindak tutur ekspresif dalam penelitian ini hanya ditemukan pada data berikut.

(14) ... "because we care". (Data: 15/B/16/07/2024)

Tuturan (14) tersebut menunjukkan perasaan penutur terhadap calon investor dengan mengekspresikan kepedulian dan dukungan, sehingga tuturan ini dapat dikategorikan sebagai tindak tutur ilokusi ekspresif. Adapun fungsi tuturan (14) tersebut yaitu memedulikan.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan 50 data tindak tutur ilokusi dari 12 iklan investasi online Bareksa selama periode Oktober 2023 – November 2024 yang meliputi asertif, direktif, komisif, dan ekspresif, sedangkan tindak tutur deklarasi tidak ditemukan dalam penelitian ini. Adapun fungsi tindak tutur ilokusi yang ditemukan pada penelitian ini yaitu: fungsi asertif berupa menginformasikan, mengklaim, menyatakan, menegaskan, menunjukkan, mengungkapkan pendapat, dan berspekulasi; fungsi direktif berupa mengajak, memerintah, menyarankan, dan menasihati; fungsi komisif berupa berjanji; dan fungsi ekspresif berupa memedulikan.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa iklan investasi online memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari jenis iklan lainnya. Beberapa ciri khas tersebut meliputi (1) persuasif dan informatif, iklan ini tidak hanya bertujuan untuk menjual produk, tetapi juga memberikan informasi pada audiens tentang peluang investasi yang ada; (2) menggunakan data dan statistik, sering kali iklan investasi menyertakan data untuk meyakinkan audiens tentang potensi keuntungan yang didapat; (3) menekankan keamanan dan legalitas, dalam konteks investasi aspek keamanan sangat penting, sehingga iklan investasi sering kali menekankan bahwa investasi tersebut aman dan terdaftar secara resmi.

### REFERENSI

- Alwi, H., Dardjowidjojo, S., Lapoliwa, H., & Moeliono, A.M. (2010). *Tata bahasa baku bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa dan Balai Pustaka.
- Austin, J.L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford New York: Oxford University Press.
- Bella, Andre, Munirah, & Akram Budiman Yusuf. (2022). Tindak Tutur Ilokusi Iklan Layanan Masyarakat Terkait Covid-19 di Televisi (Kajian Pragmatik). *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, Vol. 8, No. 2.
- Dewi, A.P., Tajudin Nur, Susi Machdalena, & Vera V. Shmelkova. (2024). Illocutionary Speech Acts on Balinese Hospitality Advertising Discourse in Russian: A Pragmatic Study. *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 14, No. 1, pp. 192-201. DOI: <https://doi.org/10.17507/tppls.1401.23>.



*This work is licensed under*

[a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

- Izaty, Firlana, Daroe Iswatiningsih, & Sudjalil. (2022). Tuturan Ilokusi pada Iklan Shopee di Youtube Tayangan Desember 2021-Januari 2022. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, Pembelajarannya*, Volume 5 (2).
- Putrayasa, I.B. (2012). *Jenis kalimat dalam bahasa Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Rustono. (1999). *Pokok-Pokok Pragmatik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Sbisa, Marina. (2013). Locution, illocution, perlocution. *Pragmatics of Speech Actions*. Handbook of Pragmatics 2. Ed. by M. Sbisà and K. Turner., Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 25-75.
- Searle, John. (1969). *Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, John. (1975). Indirect Speech Act. Dalam Cole, Peter, dan J. Morgan, (ed.). *Syntax and Semantics: Speech Acts*. New York: Academic Press.
- Searle, John. (1979). *Expression and Meaning. Studies in the Theory of Speech Acts*. USA: Cambridge University Press.
- Tutik, A.D., Nur Fitriani, & Elen Inderasari. (2020). Variasi dan Fungsi Ragam Bahasa Pada Iklan dan Slogan Situs Belanja Online Shopee. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol. 02, No. 2, pp. 137-148.
- Welliansyah, R.R., Any Budiarti, & Marlia. (2023). Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Pinjaman Online di Youtube: Pinjam di Adakami Syaratnya Ribet Gak Sih? *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, Volume 09 Nomor 02.
- Yule, George. (2006). *Pragmatik* (Mustajab, R., Penerjemah). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.