



WACANA PESAN SINGKAT IKLAN JUDI *ONLINE*
ONLINE GAMBLING ADVERTISEMENT SHORT MESSAGE DISCOURSE

Miftahula Rizqin Nikmatullah, Mursia Ekawati

Universitas Tidar, Magelang

Jl. Kapten Suparman Nomor 39, Potrobangsari, Magelang, Jawa Tengah, 56116

Ponsel: 0895332084057; Posel: miftahula.rizqin.nikmatullah@students.untidar.ac.id

Naskah diterima tanggal: 21 Januari 2024; Direvisi akhir tanggal: 26 Juni 2024; Disetujui tanggal: 27 Juni 2024

DOI: <https://doi.org/10.62107/mab.v18i1.882>

Abstrak

Pesan singkat dengan iklan judi *online* makin masif pada era informasi yang berkembang pesat. Penelitian ini mengkaji struktur wacana berupa pesan singkat judi *online*. Penelitian ini ditujukan untuk memperlihatkan dan menjelaskan bagian-bagian pada wacana, bahasa yang digunakan, dan tindak tutur yang digunakan dalam wacana pesan singkat iklan judi *online*. Kajian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan berbasis wacana dengan pendekatan FP (*Functional Pragmatic*) yang menekankan bentuk percakapan (*speech action*) dan perilaku percakapan (*speech act*) untuk menentukan tujuan (*purpose*). Pendekatan FP bertujuan untuk mengungkap makna di balik wacana pesan singkat judi *online* tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengklasifikasikan iklan judi *online* melalui pesan singkat (SMS) dengan rentang waktu Agustus—Oktober 2023. Hasil kajian ini menunjukkan tiga temuan, yaitu pertama struktur pada wacana iklan judi *online* terbagi menjadi pembuka, inti, dan penutup; kedua, penulisan bahasa pada wacana judi *online* menggunakan ejaan yang menekankan pada huruf kapital, tanda kutip, dan singkatan; serta ketiga, tindak tutur pada pesan singkat iklan judi *online* mencakup tindak tutur asertif, ekspresif, direktif, dan komisif.

Kata kunci: iklan; judi *online*; pesan singkat; tindak tutur; wacana

Abstract

Short messages with online gambling advertisements are massively increased, in the information and technology era. Overall, this study examines the structure of short message discourse containing online gambling advertisements. The purpose of this study is to show and explain the parts of the discourse, the form of language use, and the speech acts used in the discourse of short messages advertising online gambling. This study is descriptive qualitative with discourse-based with FP (Functional Pragmatic) approach that emphasizes the form of conversation (speech action) and conversational behaviour (speech act) to determine the purpose. The FP approach aims to reveal the meaning behind the online gambling short message discourse. Data collection was carried out by classifying online gambling advertisements through short messages (SMS) with a time span of August-October 2023. The results of this study present three findings, namely the first structure in the discourse of online gambling advertisements is divided into opening, core, and closing.

second, language is used in form of spelling emphasizing the use of capital letters, quotation marks, and abbreviations; and third, speech acts in short messages of online gambling advertisements include assertive, expressive, directive, and commissive.

Keywords: *discourse; short message; advertisement; online gambling; speech act*

1. Pendahuluan

Pesan singkat pada media iklan umumnya digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi. Media iklan merupakan bentuk informasi yang disajikan secara persuasif hingga menjadi ruang komersial bagi para produsen produk atau jasa (Sukesti, 2021). Oleh sebab itu, media iklan menjadi salah satu yang paling berdampak dalam industri produksi jasa atau barang yang dibutuhkan oleh masyarakat (Asmara, 2018).

Penggunaan bahasa pada media iklan memiliki tujuan persuasif (Fitriani, 2019). Salah satu contoh penggunaan bahasa adalah dalam media iklan judi *online*. Bahasa yang digunakan memang tidak terdapat unsur judi, tetapi memiliki unsur persuasif sehingga menimbulkan ketertarikan. Media iklan tersebut terwujud dalam komunikasi iklan tulis. Media iklan yang ditulis pada iklan judi *online* memiliki unsur yang berbeda jika dibandingkan dengan iklan lainnya. Kreativitas yang hadir dalam pesan singkat tercermin pada media, tipografi, dan penggunaan bahasa. Berdasarkan aspek kebahasaan tersebut, tampak kreativitas pada variasi cara mempersuasi dalam pesan singkat (Purnami, 2021).

Pesan singkat (SMS), umumnya, berisi pesan atas informasi penawaran produk dan jasa (Purnami, 2021). Namun, saat ini pesan singkat berisi penawaran bermain judi *online* hingga wacana tersebut terus bergulir di masyarakat. Dilansir dari *Tempo.co* edisi 20 Oktober 2023, Menkominfo mengungkapkan bahwa transaksi judi *online* mencapai 350 triliun per Tahun. Hal tersebut menjadi perhatian yang menarik bagi penulis dalam mengkaji wacana iklan judi *online*. Arus informasi yang cukup deras membuat kita perlu mempelajari bentuk-bentuk penawaran judi *online*, khususnya pada pesan singkat (SMS). Jika ditinjau pada pemakaian bahasa atau segi bahasa, pesan singkat penawaran judi *online* begitu menarik untuk diteliti. Berikut contoh deskripsi data pesan singkat iklan penawaran judi *online*.

*Yuk main di Konoha69
Mmber bru psti maxwin
Modal 5ok jd Jtaan
Spesial event 5o% untuk newmmber
Kl!k: <https://bit.ly/Smskonoha69>*

Data tersebut terdiri atas enam baris. Pada cara penulisannya, data tersebut tersusun sangat terstruktur, tetapi sangat singkat. Lalu, pada penggunaan bahasanya terdapat singkatan

dan penggunaan huruf yang diganti menjadi angka. Data tersebut juga memperlihatkan iklan penawaran judi online berdasarkan nominal modal yang rendah menghasilkan nominal jutaan (*Modal 50k jd Jtaan*). Selain itu, data tersebut menginformasikan perihal fasilitas pelayanan, tetapi fasilitas pelayanan tersebut hanya terjadi jika Anda merupakan pemain baru dalam permainan judi *online*, yaitu jaminan menang jika anda pengguna baru (*Mmber bru psti maxwin*) dan potongan modal (*Spesial event 50% untuk newmmber*). Jika berminat, dapat langsung saja mengeklik tautan judi online tersebut (*Klik: <https://bit.ly/Smskonoha69>*).

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa pesan singkat iklan judi *online* memiliki ciri khas serta keunikan dalam penyusunannya. Oleh sebab itu, kajian wacana iklan judi *online* ini dilakukan. Namun, permasalahan muncul pada iklan judi *online* yang menjadi data dalam kajian ini, yaitu bentuk iklan yang hanya terdiri atas beberapa kalimat dan terkadang hanya terdiri dua baris, seperti umumnya iklan penawaran melalui pesan singkat (*SMS*) pada telepon genggam. Bedanya, pada iklan penawaran judi *online* banyak menggunakan bentuk singkatan, bahkan tampak muncul variasi fiktif pada aspek kebahasaan yang timbul untuk dikaji dalam analisis wacana. Hal itu pula yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan basis wacana dengan judul “Wacana Pesan Singkat Iklan Judi *Online*”.

Beberapa peneliti sepakat dengan pendapat bahwa iklan tidak dapat dilepaskan dari tujuan utamanya, yaitu fungsi persuasif. Penelitian terhadap wacana iklan dengan struktur baris menghasilkan pemakaian bahasa, di antaranya ejaan (bentuk akronim) dan aneka bentuk kalimat (Riani, 2015; Sari & Samaya, 2021). Kajian sejenis dilakukan dengan membahas iklan pada media luar ruang yang dilakukan oleh (Riani, 2015) dengan menggunakan aspek-aspek struktur slot yang dilakukan oleh (Purnami, 2018). Penelitian dengan mengkaji struktur pada wacana iklan sudah banyak dilakukan, seperti yang dilakukan oleh (Asmara, 2018) yang mengkaji struktur pada sebuah wacana iklan pasta gigi *Sensodyne*. Penelitian tersebut membuktikan bahwa dalam penyusunan struktur iklan dapat mempengaruhi pendengar yang terbujuk oleh bahasa iklan. Selain itu, setiap bagian wacana memiliki proposisinya masing-masing, di antaranya terdapat kalimat yang memberikan keuntungan bagi calon konsumen dan istilah dari bahasa asing yang dapat menarik calon konsumen, yaitu kalimat tanya dan perintah kepada calon konsumen untuk melakukan sesuatu (Asmara, 2018). Kajian dalam wacana pada umumnya membahas bagaimana struktur serta fungsi keberlanjutan dalam wacana tersebut. Berbeda halnya yang dilakukan oleh (Purnami, 2021) yang justru mengkaji bukan hanya dari segi struktur ataupun penggunaan bahasa, tetapi juga dari segi tindak tutur

yang digunakan pada pesan singkat iklan penawaran pinjaman dan ditemukan bahwa iklan penawaran pinjaman tersebut mencakup tindak tutur ekspresif, direktif, dan komisif (Purnami, 2021).

Kajian tindak tutur sudah banyak dilakukan oleh para peneliti, di antaranya ada yang membahas tindak tutur pada iklan media luar ruang di DIY, tindak tutur dalam wacana iklan radio, tindak tutur yang terjadi pada bahasa iklan produk mi instan Indomie di televisi, dan kuasa bahasa dalam wacana perkuliahan (Fitriani, 2019; Romadhani & Eles, 2020; Setiyanto, 2018; Sultan & Akmaluddin, 2019). Kajian tersebut berbicara perihal aspek tindak tutur yang terjadi pada media iklan elektronik ataupun media luar ruang. Berdasarkan kajian pustaka yang sudah dijelaskan di atas, terdapat perbedaan yang jelas antara penelitian ini dan penelitian-penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan, terdapat beberapa permasalahan kajian, yaitu (1) bagaimana struktur pada wacana iklan judi *online*, (2) seperti apa bentuk bahasa yang terwujud dalam iklan judi *online*, dan (3) jenis-jenis tindak tutur apa saja yang terjadi pada iklan judi *online*. Berdasarkan permasalahan tersebut, kajian penelitian ini memiliki tujuan, antara lain (1) mendeskripsikan bagian pembuka, isi, dan penutup pada wacana iklan judi *online*, (2) mendeskripsikan bentuk bahasa yang digunakan dalam iklan judi *online*, (3) dan memerikan jenis tindak tutur dalam iklan judi *online*.

2. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teori, yaitu (1) teori struktural untuk mengkaji struktur dan bentuk dalam wacana iklan judi *online* dan (2) tindak tutur untuk mengkaji makna persuasif yang ditunjukkan kepada penerima iklan judi *online*.

2.1 Teori Stuktural Analisis Wacana

Wacana merupakan hierarki gramatikal pada tingkatan tertinggi serta memiliki satuan bahasa terlengkap dan terbesar (Kridalaksana, 1993). Wacana yang lengkap pasti tersusun dan memiliki struktur yang padu hingga terbagi antara pembuka, isi, dan penutup (lihat Riani, 2015, hlm 51—54). Terkadang, bagian awal atau pembuka tidak ada dan bagian isi atau tengah memiliki peranan yang penting karena merupakan inti atau pokok pada pembicaraan (Sobur, 2015).

Dalam menganalisis struktur wacana (yang terdiri atas pembuka, inti, dan penutup) peneliti menggunakan teori struktural. Teori struktural digunakan untuk mengkaji struktur yang ditemukan pada wacana judi *online* yang terdiri atas pembuka, isi, dan penutup. Selain

itu, analisis wacana berusaha untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena linguistik dalam hal afektif, kognitif, situasional, dan konteks budaya penggunaannya dan untuk mengidentifikasi sumber-sumber linguistik yang digunakan (kembali) untuk membangun kehidupan kita (identitas, peran, aktivitas, komunitas, emosi, pendirian, pengetahuan, kepercayaan, ideologi, dan sebagainya). Peneliti tidak hanya mengkaji aspek bahasa dalam wacana, tetapi juga mengeksplorasi cara bentuk bahasa dibentuk oleh dan membentuk konteks penggunaannya (Catalano & Waugh, 2020; Jaszczolt & Brown, 1997; Schiffrin et al., 2008).

2.2 Tindak Tutur

Kata pada wacana iklan pada dasarnya memiliki makna hingga informasi dan memiliki daya bujuk serta kekuatan yang besar (Rohmadi, 2004). Selain secara struktur, sebuah iklan pasti memiliki dampak dan pengaruh. Dalam memantapkan analisis, penelitian ini menggunakan jenis-jenis yang berkaitan dengan tindak tutur dalam pragmatik. Pendekatan pragmatik digunakan untuk memaparkan bagaimana bahasa-bahasa yang dimanfaatkan dalam iklan judi *online*.

Ujaran atau ucapan dalam istilah linguistik dikenal sebagai tindak tutur yang merupakan kajian pragmatik. Menurut (Leech, 2016), pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari maksud pada ujaran, yaitu kaitannya untuk apa ujaran tersebut dilakukan dan mengaitkan makna tuturan berdasarkan konteks, yakni untuk siapa, di mana, serta bagaimana tuturan tersebut disampaikan. Searle (dalam Wijana, 2021) menyebut tindak tutur berkaitan dengan segala jenis tindakan yang mungkin dilakukan oleh seorang pembicara dalam mengekspresikan sebuah ujaran. Setidaknya ada tiga jenis tindak tutur, yaitu tindak lokusi (*locutionary acts*), ilokusi (*illocutionary acts*), dan perlokusi (*perlocutionary acts*).

Tindak tutur lokusi adalah ujaran yang dilakukan untuk menyatakan sesuatu dan tidak mengandung maksud lain. Tindak tutur ilokusi merupakan tindak tutur yang disampaikan untuk melakukan sesuatu atau dapat dimanfaatkan hingga menimbulkan tindakan (Wijana, 2021). Searle (dalam Saifudin, 2019) membagi tindak tutur ilokusi ke dalam lima jenis tuturan yang berbeda fungsi komunikatifnya, di antaranya tindak tutur ekspresif, deklaratif, komisif, direktif, dan representatif (Levinson, 1983; Payne & Schiffrin, 1997; Tannen, D., Hamilton, H. E., & Schiffrin, D. 2015). Tindak tutur ekspresif merupakan bentuk tindak tutur yang menyatakan ekspresi atau sikap psikologis atas perasaan terhadap sebuah keadaan yang tersirat. Tindak tutur deklaratif merupakan tindak tutur yang disebabkan adanya

kesesuaian antara proposisi dan realitas. Tindak tutur komisif merupakan tuturan yang dilakukan karena melibatkan pembicara untuk melakukan suatu tindakan di masa depan. Tindak tutur direktif merupakan bentuk tindak tutur yang dilakukan oleh penutur (O1) agar mitra tutur (O2) tergerak melakukan tindakan. Tindak tutur asertif yang menyatakan keadaan sebenarnya (Rohmadi, 2004; Wijana, 1996, 2021). Iklan judi *online* bersifat persuasif dan hal tersebut membuktikan bahwa iklan judi *online* digolongkan sebagai tindak tutur atau ujaran ilokusi, yaitu yang bermaksud bahwa ujaran yang dituturkan oleh seseorang atau penutur pasti memiliki efek dan pengaruh yang kuat bagi mitra tuturnya.

Berdasarkan hal yang sudah dijelaskan sebelumnya, kajian wacana iklan judi *online* ini bersifat elektik. Dengan begitu, terdapat dua penerapan, yakni teori struktural dan pragmatik. Teori pragmatik bermanfaat dalam meneliti ujaran atau tindak tutur. Hal ini sudah tepat dengan tujuan pesan singkat, yakni bertujuan memengaruhi serta membujuk khalayak pesan. Cara menginformasikan, seperti minimal modal rendah, dijamin memang berkenaan dengan skema dalam suatu wacana, sedangkan cara untuk mempersuasi berkenaan dengan pelaksanaan tindak tuturnya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini tidak berupa satuan angka, tetapi berupa kata-kata dan satuan kalimat dalam iklan judi *online*. Oleh sebab itu, penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang berfungsi menguraikan struktur pada wacana, wujud, dan satuan lingual yang ada pada iklan judi *online* serta aspek pragmatiknya.

Data dalam penelitian kualitatif dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman). Lalu, analisisnya menggunakan kata-kata yang terusun dalam teks yang diperluas (Sudaryanto, 1993). Penyediaan data dilakukan dengan empat tahap, yakni penentuan data yang berupa wacana iklan judi *online*, pencarian data berupa wacana teks iklan judi *online* di SMS, penyeleksian data, dan pengklasifikasian data berdasarkan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, tahap analisis meliputi tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2014), sedangkan penyajian hasil analisis data menggunakan metode deskripsi secara informal atau menggunakan kata-kata (Rijali, 2019).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara mengklasifikasikan perihal iklan judi *online* melalui pesan singkat dengan rentang waktu Agustus—Oktober 2021. Data iklan diambil dari pesan yang masuk ke ponsel partisipan yang berjumlah 10 orang dan data iklan

terkumpul dan telah dianalisis sejumlah 87. Akan tetapi, tidak semua data dari hasil analisis disajikan karena hasil analisis dilakukan dengan cara sampel berdasarkan struktur, penggunaan bahasa, dan aspek tindak tutur.

Kriteria pemilihan sampel data dilakukan berdasarkan aspek-aspek yang dibutuhkan dalam penelitian, terutama dalam aspek penggunaan bahasa wacana iklan judi *online* dan aspek tindak tuturnya. Peneliti memilih data yang umumnya digunakan dalam wacana iklan judi *online*, seperti penggunaan huruf kapital dan tanda baca pada wacana tersebut.

Analisis wacana yang digunakan menggunakan analisis wacana sintagmatis yang umumnya menafsirkan makna intrinsik dan ekstrinsik kalimat demi kalimat untuk menarik simpulan (Hamad, 2007). Ragam metode analisis yang digunakan metode FP (*Functional Pragmatic*) yang dikemukakan oleh (Titscher, C. S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). FP (*Functional Pragmatic*) pada dimensi teoritisnya menekankan bagaimana bentuk percakapan (*speech action*) dan perilaku percakapan (*speech act*) untuk menemukan tujuan (*purpose*) dari sebuah tuturan percakapan. Jika melihat penggunaan sebagai metode dalam analisis wacana, FP (*Functional Pragmatic*) menganalisa bagaimana pola (*pattern*) pada percakapan dan menemukan aspek pembeda bagian dalam (*implicit distinction*) pada sebuah naskah dengan menemukan konsep serta pemberian makna, menganalisisnya, dan menarik kesimpulan (Mills, 2003; Titscher, C. S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). Sama halnya dengan penelitian ini, wacana sebagai basis dasar dianalisis bagaimana pola iklan judi *online* pada pesan singkat, menemukan aspek-aspek dalam pembangunannya, dan menarik simpulan.

Dipaparkan oleh (Leech, 1983) perihal situasi tutur yang berkaitan dengan, (1) penutur dan mitra, (2) konteks tuturan, (3) tujuan tuturan, (4) tindak tutur sebagai tindakan, dan (5) tuturan dianggap produk atas tindak verbal (Leech, 1983). Konteks pada umumnya mudah dipahami. Sebagai contoh, khalayak dapat memahami SMS yang berbunyi “*member baru pasti maxwin*” pada iklan judi online yang merupakan tindak tutur komisif, yaitu sebuah janji komisif dari pengirim pesan.

4. Pembahasan

Pada bab ini, penulis akan memaparkan perihal hasil penelitian yang mencakup bagian-bagian pada iklan judi *online*, penggunaan bahasa pada iklan judi *online*, dan aspek tindak tutur. Setiap aspek pada iklan tersebut memiliki fungsi sebagai unsur pendukung dalam

menginformasikan isi pesan. Dengan begitu, isi sebuah pesan akan dengan mudah dipahami oleh penerima pesan.

Penelitian ini menghasilkan temuan berkaitan dengan jenis tindak tutur yang meliputi tindak tutur representatif, komisif, direktif, dan ekspresif. Keempat jenis tindak tutur tersebut diperoleh dari tindak tutur pengisi slot atribusi (Setiyanto, 2018). Slot atribusi berarti ciri khas layanan pada iklan judi *online*. Berikut penjelasan terkait bagian-bagian pada struktur iklan judi *online*.

4.1 Bagian-Bagian pada Iklan Judi Online

Pesan singkat iklan judi *online* dikatakan sebagai sebuah wacana karena terdapat bagian pembuka, isi, dan penutup. Meskipun pada iklan judi *online* begitu singkat dan hanya terdiri atas beberapa kalimat, ditemukan pula strukturnya, seperti pembuka atau awal.

Berdasarkan data yang ditemukan, iklan judi *online* tersebut dimulai dengan salam untuk menyapa penerima pesan, seperti *hai*, *siang*, dan *halo*. Selain itu, bagian awal iklan judi *online* dengan penawaran dengan iming-iming kemenangan, seperti *aku kasih kamu WD tapi cuma 3 juta gpp?* dan *main di web anti rungkat*. Bagian isi pada iklan judi *online* umumnya berisi informasi yang berkenaan dengan testimoni pengguna judi *online*, jaminan uang kembali, bonus yang besar, serta modal yang murah. Pada bagian penutup diberikan langsung tautan atau situs judi *online*. Penjelasan secara detail dapat dipahami sebagai berikut.

4.1.1 Bagian Awal

Cara mengetahui bentuk atau bagian pembuka pada iklan judi *online* dapat diperhatikan dengan uraian data (1)-(3) sebagai berikut.

- 1) **Haii, 62895332084057**
Pgn tmbhan bnus 300%?
B'sa mlai dr 50rbu loh.
klik: <https://nagadewa.com>
- 2) **Mkn kedondong, di rawa**
Drpd bengong, ayo mmpir dsni aja!
Bnus 200% cukup isi saldo
RTP KL!K t.ly/rtplotus33
- 3) **Men'c4ri ya'ng ter'p3r'c4ya?**
k'e bo'0m88 aj4
di'j4'min bo'nus 150%
d3'p0 di <https://bit.ly/smsGacor>

Pada data (1)-(3) yang menyiratkan sebagai bagian awal atau pembuka, yaitu *Men'c4ri ya'ng ter'p3r'c4ya?*. Pada bagian awal data pertama menunjukkan tuturan untuk

menawarkan sebuah situs judi yang terpercaya. Pengirim pesan membujuk penerima pesan untuk memilih situs tersebut karena aman dan terpercaya. Berikutnya, secara tersurat atau jelas pada bagian awal atau pembuka adalah data (1) dan (2) ditunjukkan dengan menyapa langsung penerima pesan dengan menuliskan nomor telepon (*hai, 62895332084057*), terlebih pada data (2) ditemukan kalimat berima dengan tujuan agar penerima pesan mengunjungi situs judi tersebut (*mkn kendondong, di rawa, drpd bengong ayo mmpir dsni aja!*).

4.1.2 Bagian Isi

Hal yang menarik pada sebuah wacana iklan adalah bagian inti atau isi yang merupakan pokok pembicaraan. Bagian isi ini umumnya berfungsi sebagai pemapar isi iklan penawaran. Umumnya pada bagian ini berisi hal-hal yang berkaitan dengan jaminan kemenangan, testimoni keberhasilan dalam judi, dan tawaran modal rendah untuk pemain baru. Detail penjelasan bagian isi tampak pada data (4)-(6) berikut ini.

- 4) Bukan kaleng-kaleng,
Ekstra 500% ckup dg 50k
Anti gembel
<http://jailoep.pro>
- 5) Hai, 62895330284057
Member baru pasti maxwin
Modal 50k jadi Jutaan
Spesial event 50% untuk newmember
RTP KL!K bit.ly/rplotus33
- 6) INFORMASI!!!
G4R4NSI G4C0R B0S Q
T4K G4C0R U4NG K3MB4LI
KL!K: vip.rns0.xyz

Pada data (4) terdapat kata *Ekstra 500% ckup dg 50k* yang membuktikan bahwa bagian isi iklan tersebut diawali dengan informasi jaminan keuntungan besar dengan modal yang rendah. Bagian isi iklan ini menginformasikan keuntungan yang ditawarkan. Selanjutnya, terdapat keterangan slot atribusi (*anti gembel*), yakni kekhasan layanan untuk menjelaskan hasil produk yang berarti jika bermain tidak akan membuat anda susah, gembel, dan sulit perihal uang (Purnami, 2018).

Data (5) memaparkan struktur bagian isi yang menginformasikan bahwa pemain baru akan mendapatkan keuntungan, maksimal jika mendaftar dalam permainan judi tersebut. Keterangan selanjutnya mendukung pernyataan sebelumnya yang menyatakan bahwa pemain baru dengan modal rendah sebesar 50 ribu akan mendapatkan keuntungan jutaan, dilanjutkan dengan adanya presentase jaminan uang kembali bila pemain mengalami kekalahan sebesar 50%, namun hal ini berlaku jika penerima pesan merupakan pemain baru dalam judi.

Berikutnya, awal pada data (6) menunjukkan himbauan dan perhatian kepada penerima pesan untuk membaca isi pesan dalam iklan judi tersebut. Pada isi pesan tersebut terdapat keterangan slot atribusi (*garansi gacor bosku, tidak gacor uang kembali*) yang dimaksudkan sebagai bukti ciri khas layanan pada situs tersebut, jika tidak meraih kemenangan modalnya akan dikembalikan.

Pesan singkat iklan penawaran iklan pinjaman pada bagian pembuka sepertinya tidak wajib hadir, seperti (4) dan (6). Namun, pada data (4)-(6), tampak bagian penutup selalu memberikan alamat tautan setelah adanya bagian isi.

4.1.3 Bagian Penutup

Bagian penutup pada iklan judi *online* biasanya berupa alamat tautan yang dapat terhubung (langsung main) apabila pesapa memerlukan informasi terkait iklan yang ditawarkan. Pada bagian akhir ini terdapat berbagai macam, seperti pada contoh berikut ini.

- 7) Ekstra bnus khsus km 100%,
klmaan mkir lgsg sja
Join di <https://kera69.net>
- 8) di'ja'min ga'cor di'si'ni
Bnus 200% cukup isi 30rb
df'tr sk'rg j'g d biturl.org/5AaSpS
- 9) SELAMAT ANDA TERPILIH MENJADI ID VVIP KONOHA 69
MINIMAL DEPO 5rb DOANG
KAKEK ZEUSNYA ASIK KASIH x500
<https://t.ly/zeusbocor>

Contoh data (7) membuktikan bahwa bagian penutup iklan judi *online* berupa tautan yang bisa dilakukan secara langsung oleh konsumen, yaitu pernyataan *join di <https://kera69.net>*. Data (8) memperlihatkan bagian akhir iklan judi *online* yang berupa pernyataan *daftar sekarang juga di biturl.org/5AaSpS*. Hal tersebut memiliki sifat ajakan secara eksplisit dengan adanya kata *daftar sekarang juga* dengan menunjukkan alamat tautan yang bisa ditelusuri. Data (9) menyiratkan bahwa bagian penutup iklan judi *online* berupa alamat tautan yang bisa ditelusuri, yakni *<https://t.ly/zeusbocor>*.

4.2 Penggunaan Bahasa Iklan Judi Online

Aspek ejaan menjadi hal yang meliputi dalam kajian penggunaan bahasa pada pesan singkat iklan judi *online*. Berikut ini deskripsi penggunaan bahasa pada pesan singkat iklan judi *online*.

4.2.1 Penulisan Kaidah Ejaan

Subbab ini menyoroti bagaimana pemakaian bahasa pada penulisan huruf kapital, penulisan singkatan, dan penggunaan tanda kutip. Berdasarkan penerapannya, penulisan huruf kapital, penulisan singkatan dan penggunaan tanda kutip sering digunakan untuk perbandingan antarunsur ejaan yang lain.

4.2.1.1 Huruf Kapital

Pemakaian huruf kapital diidentifikasi untuk menuliskan wujud nama diri, judul, dan sebagainya. Penerapan huruf kapital pada data pesan singkat ternyata memiliki ketidaksesuaian dengan kaidah, seperti pada data (10)-(11) di bawah ini.

- 10) ANDA MENDPATKAN 50.000 DRI
LGOSUPER! KNJUNGI LGOSUPER
UNTK INFO LBIH LNJUT! SITUS S L O T
GACOR! <https://HEYLINK.ME/LGOSUPER/>
- 11) J00!n d! ciscozone.xyz
5'L'0'0'T'8'9'
G4M3'5 Yg s3rU
B'nY4K_K'3'J'U'T'4'N

Pada data (10), semua penulisan dari seluruh bagian pesan singkat iklan judi *online* menggunakan huruf kapital. Berdasarkan data (10), makna tersirat pada kata-kata, *ANDA MENDAPATKAN 50.000 DRI LGOSUPER!*, *KUNJUNGI LGOSUPER*, *UNTUK INFO LBIH LNJUT!*, dan *SITUS S L O T GACOR! https://HEYLINK.ME/LGOSUPER/*. Penulisan tersebut sebagai penanda bahwa bagian tersebut penting karena berkenaan informasi hadiah undian dan alamat tautan untuk informasi lebih lanjut berkaitan dengan hadiah tersebut.

Berikutnya penggunaan huruf kapital pada data (11) terdapat pada kata *G4M35 Yg s3rU dan BnY4K_K3JUT4N*. Penggunaan huruf kapital pada data ini tidak sesuai dengan kaidah penggunaan huruf kapital yang seharusnya di awal kata. Namun, penggunaan huruf kapital pada data (11) berfungsi untuk memberi tahu pentingnya isi pesan tersebut, yakni permainan yang seru hingga banyak kejutan.

Pemakaian huruf kapital pada seluruh data (10)-(11) diciptakan untuk berfungsi memberikan penekanan karena disitulah posisi informasi sangat penting. Berdasarkan temuan data yang sudah dianalisa, data iklan judi *online* tergolong tidak sesuai kaidah penulisan huruf kapital. Pada data tersebut, penulisan huruf kapital hanya difokuskan pada bagian atau kata tertentu karena memiliki unsur kepentingan untuk penerima pesan.

4.2.1.2 Penggunaan Tanda Kutip

Penggunaan tanda kutip pada umumnya digunakan untuk mengapit sebuah kalimat atau petikan langsung yang berasal dari tuturan, naskah, atau bentuk tulisan lainnya. Penerapan tanda kutip pada data pesan singkat iklan judi *online* memiliki karakteristiknya sendiri dan menciptakan perbedaan, seperti yang tampak pada data (12) berikut.

- 12) situs ter'gacor! cari Max'win!
ca'cing bs jadi na'ga
ada pr'omo fr'ee ch'ip
de'po 100 jd 200
u new mem'ber
kl!k: gacornet.xyz

Pada data (12) hampir seluruh penulisan bagian pesan singkat iklan judi *online* terdapat petikan atau tanda kutip di atas dengan penggunaan tanda kutip hanya satu, tidak seperti umumnya menggunakan kutip dua. Berdasarkan data (12), penggunaan tanda kutip nampak pada kata-kata yang berkaitan dengan slot atau judi *online*, seperti *ter'gacor*, *Max'win*, *ca'cing*, *na'ga*, *pr'omo*, *fr'ee*, *ch'ip*, *de'po*, *mem'ber*. Penulisan kata tersebut sengaja ditulis oleh pengirim pesan kepada penerima agar menunjukkan unsur-unsur penting pada perjudian.

4.2.1.3 Penulisan Singkatan

Umumnya, penulisan singkatan memiliki tujuan, dan menghasilkan sebuah akronim antargabungan huruf, misalnya S.E., TNI, WHO, dst (KBBI edisi VI). Berbeda halnya dengan penulisan singkatan pada iklan judi *online* sebagaimana data (13)-(15) berikut.

- 13) M4in D w3b
@nti Rungk4t
dptk'n t1ps untk
M'4X'W'1N
dftr skrg jg d <https://gacor.net>
14) Jgan bimbang ksmpn terbat
Psti je pe dn cu an kl cb dsni
Mmber baru dpt ekstra 500%
ckup dgn 50k
<https://suqopi.online>
15) Prmo terbat minggu ni,
Main brpapun dpet bnus 200%
<https://hirale.co>

Data di atas menunjukkan bahwa penggunaan singkatan begitu bervariasi. Pada data (13) *Untuk* disingkat menjadi *untk*, *daftar* menjadi *dftr*, *sekarang* menjadi *skrg*, *juga* menjadi *jpg*. Sementara itu, penggunaan huruf vocal *a* ditulis dengan angka *4*, seperti *m4in*, *rungk4t*, dan penggunaan terdapat penggunaan simbol @ pada kata *@nti* yang seharusnya *anti*. Selain

itu terdapat kata yang disingkat menjadi satu huruf dikarenakan hanya sebagai kata hubung, seperti *di* menjadi *d*.

Pada data (14) *jangan* disingkat *jgan*, *kesempatan* menjadi *ksmptn*, *terbatas* menjadi *terbats*, *pasti* menjadi *psti*, *dan* menjadi *dn*, *kalau* menjadi *kl*, *coba* menjadi *cb*, *disini* menjadi *dsni*, *member* menjadi *mmer*, *dapat* menjadi *dpt*, *cukup* menjadi *ckup*, *dengan* menjadi *dgn*. Hal menarik terdapat kata *je pe* yang mengacu pada istilah *JP* dalam judi lebih dikenal sebagai *jackpot* dengan keuntungan berlipat dan kata *cu an* yang mengacu pada kata *cuan* yang berarti keuntungan.

Berikutnya pada data (15) *promo* disingkat *prmo*, *terbatas* menjadi *terbats*, *berapapun* menjadi *brpapun*, *dapat* menjadi *dpet*, *bonus* menjadi *bnus*. Berdasarkan ketiga data tersebut, ditegaskan bahwa penulisan singkatan pada iklan judi *online* bertujuan untuk meringkas pesan yang dibatasi oleh karakter.

4.3 Tindak Tutur Iklan Penawaran Pinjaman

Berdasarkan tujuannya, tindak tutur pada iklan judi *online* berwujud mempersuasif atau membujuk. Kalimat yang selalu digunakan dalam iklan selalu bersifat menyiratkan tindak tutur ilokusi (Nadar, 2009). Tindak tutur ilokusi bermaksud untuk menginformasikan sesuatu dan melakukan sesuatu, tetapi pesannya mengandung maksud dan daya tuturan hingga penerima pesan memanfaatkan tuturan tersebut dan akan tertarik dengan komoditas yang ditawarkan (Nadar, 2009; Setiyanto, 2018: 36-37).

Struktur pada sebuah wacana cenderung tersusun atas beberapa slot (Setiyanto, 2018: 35). Demikian pula dengan tindak tutur pada iklan judi *online* tidak bersifat tunggal tetapi bersifat ganda. Tindak tutur pengisi slot pada iklan judi *online* terklasifikasi ke dalam tiga slot, yakni slot spesifikasi yang berkaitan dengan komoditas yang ditawarkan, slot atribusi yang berisi ciri khas pada layanan yang ditawarkan, dan slot alamat yang berisi informasi perihal lokasi atas barang atau jasa yang ditawarkan (Purnami, 2018; Setiyanto, 2018). Namun, berdasarkan data yang diamati terdapat macam-macam slot atribusi atau slot spesifikasi. Perihal ciri khas layanan dan komoditas layanan yang diberikan tersebut tidak bersifat tunggal, tetapi dapat berupa tindak komisif, tindak direktif, dan tindak ekspresif. Dengan begitu, kategori pada jenis tindak tutur pengisi slot atribusi, alamat, dan spesifikasi akan dipaparkan pada subbab berikut.

4.3.1 Tindak Tutur Komisif

Penjelasan terkait tindak tutur komisif, yaitu tindakan yang harus dilakukan di masa depan, dan menyebabkan penutur melakukan sesuatu (Tarigan, 2009). Tindakan yang dilakukan harus sesuai dengan tindakan komisif itu sendiri yang menyatakan janji atau tawaran (Wijana, 2021). Data yang menunjukkan tindak tutur komisif pada iklan judi *online* terdapat pada data (16)-(17) berikut.

16) MAIN DI WEB

DAFTAR DI: <https://elink.ly/k/sms>
AKUN ANDA AKAN DI SETING
GARANSI GACOR BOS Q
TAK GACOR UANG KEMBALI

17) -Service D3p0/Wd cepat 1 dtk

-bns deposit harian 5% tanpa batas klaim
-bns SL00T harian 10jt, bisa 3x klaim per 1d
KLIK Liink: <https://havola.store/ywrdfaz7>

Data (16)-(17) yang menunjukan slot atribusi, yaitu *GARANSI GACOR BOS Q* dan *TAK GACOR UANG KEMBALI* data (16), *bns deposit harian 5% tanpa batas klaim* dan *bns SL00T harian 10jt, bisa 3x klaim per 1d* data (17) menunjukan tindak tutur komisif. Data (16) dapat diklasifikasi sebagai tindakan menginformasikan lokasi (*DAFTAR DI: https://elink.ly/k/sms*), Selain itu, data tersebut terdapat tindakan komisif pada ciri khas layanan melalui tuturan, yaitu *AKUN ANDA AKAN DISETING*, *GARANSI GACOR BOS Q*, *TAK GACOR UANG KEMBALI*.

Data (17) dapat dikatakan sebagai tindak tutur komisif pada kekhasan layanan yang tercipta melalui tuturan, yakni *bonus slot harian 10jt, bisa 3x klaim per 1d*. Tindak tutur komisif memiliki ciri pada tindakannya, yakni belum terlaksana, menjadi perjanjian, dan perjanjian tersebut pasti dilaksanakan. Itu dikategorikan janji karena hal yang ditawarkan terdapat kesanggupan. Tindakan komisif berakhir apabila penerima pesan bermain judi *online* dan mendapatkan bonus pada permainan judi online tersebut.

4.3.2 Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif terjadi karena membuat penutur melaksanakan tindakan yang membuat mitra tutur (O2) tergerak melakukan tindakan seperti yang disepakati. Tindak tutur direktif sangat erat kaitannya dengan merekomendasikan, menasehati, menyarankan, menganjurkan, dan memohon (Rahardi, 2004; Tarigan, 2009).

Berdasarkan temuan data berupa tindak tutur direktif pada iklan judi *online* terklasifikasi berdasarkan (1) tuturan yang berdasarkan fakta tertentu, (2) tuturan persuasif atau membujuk mitra tutur (O2) untuk melaksanakan hal tersebut, (3) tuturan yang tidak

menuntut suatu tindakan lanjutan yang diberikan oleh O1. Berikut penjelasan data yang termasuk dalam tindak tutur direktif pada iklan judi online.

- 18) **ay'o ma'in d RA'JA CA'S'H**
 ad xtra de'po 5% ti'ap hari'nya
 TANPA TO
 dftr sk'rg j'g d'i bit.ly/3WiGLC3

Data (18) membuktikan bahwa penawaran judi *online* dilakukan dengan tindak tutur asertif dengan slot spesifikasi (*ada extra depo 5% setiap harinya tanpa runkat*) dan slot alamat yang dapat dituju (*daftar sekarang juga di bit.ly/3WiGLC3*). Selain tersirat pada tindak tutur asertif, terdapat pula tindak tutur direktif pada slot identitas melalui tuturan *ayo main di RAJA CASH*. Tuturan pada slot identitas tersebut tergolong tindak tutur direktif sebab pada tuturan *ayo main di RAJA CASH* dikatakan berdasarkan fakta karena pengirim berharap respons dari pesapa. Respons yang diharapkan adalah ikut bermain judi *online* tersebut. Yang menjadi ciri kedirektifan pada tuturan tersebut, terbukti pada bentuk kalimatnya yang berupa kalimat ajakan ditandai dengan penggunaan kata penanda ajakan *ayo*. Tuturan tersebut juga tindak menuntut tindak lanjut sebab tidak ada implikasi sebagai syarat bahwa mitra tutur harus melakukan sesuatu tindakan demi keberhasilan tuturan tersebut.

- 19) si'tus ter'gacor! ca'ri Na'Ga Ca'sh!
 ja'mi'nan mo'dal kem'ba'li 100%
 pro'mo fr'ee ch'ip
 u new mem'ber
 dftr sk'rg di <https://zeusgacor.123>

Pada data (19), kedirektifan tuturan terwujud melalui tuturan *jaminan modal kembali 100%*. Sifat tuturan tersebut meyakini mitra tutur (penerima pesan) jika bermain judi jaminan akan dikembalikan secara penuh. Slot identitas terjadi pada (*situs tergacor! cari naga cash*), slot atribusi (*promo free chip, bagi member baru*), dan slot alamat (*daftar sekarang di <https://zeusgacor.123>*).

4.3.3 Tindak Tutur Ekspresif

Umumnya tindak tutur ekspresif dilakukan atas dasar tuturan yang cenderung dilakukan karena kepuasan batin penutur (O1) hingga membuat mitra tutur (O2) menghendaki atas apa yang dituturkan oleh penutur (O1). Misalnya, penutur menyampaikan ucapan terima kasih dengan harapan terdapat respons atau pengiyaan dari pesapa. Tindak tutur ekspresif ditandai dengan berbagai verba, seperti mengucapkan *terima kasih, selamat, memaafkan, duka* (Tarigan, 2009; Wijana, 2021).

Berdasarkan pengamatan data, tindak tutur ekspresif pada iklan judi *online* ditandai dengan hal seperti tuturan mengekspresikan suasana hati mitra tutur (penerima pesan), seperti data (20) berikut ini.

- 20) **maxwin terus disitus ini**
polanya gacor sekali
minimal depo 5rb doang
klik: <https://zeus.123petir>

Data (22) iklan judi *online* menunjukkan tindak asertif dengan slot spesifikasi (*polanya gacor sekali*), tetapi terdapat tindak tutur ekspresif dengan slot atribusi (*maxwin terus di situs ini*). Tuturan pada slot atribusi tersebut dikategorikan ekspresif sebab tuturan tersebut mengekspresikan suasana hati mitra tutur (O2). Tindak tutur ini dilakukan karena penutur berusaha untuk mengungkapkan perasaan penutur kepada mitra tutur (penerima pesan) untuk tertarik atau setidaknya mencoba kegiatan yang sama oleh penutur. Berikutnya terdapat tindak tutur ekspresif, seperti pada data (21) berikut ini.

- 21) **SELAMAT ANDA TERPILIH MENJADI ID VVIP KONOHA 69**
MINIMAL DEPO 5rb DOANG
KAKEK ZEUSNYA ASIK KASIH x500
<https://t.ly/zeusbocor>

Data (23) pada tuturan *SELAMAT ANDA TERPILIH MENJADI ID VVIP KONOHA 69* tergolong mengekspresikan suasana hati penutur karena kebenaran proposisinya yang relatif. Kerelatifan di sini berkaitan dengan parameter yang subjektif dari penutur. Tuturan yang disampaikan oleh penyapa belum menarik pesapa untuk bermain judi *online*. Komoditas atau layanan yang ditawarkan belum diminati seperti yang diharapkan oleh pesapa, serta tuturan atribusi tersebut tidak memerlukan tindakan susulan apa pun. Tidak ada kewajiban dari penutur atau mitra tutur untuk saling menyepakati parameter tersebut.

5. Penutup

Berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, berkaitan dengan struktur atau bagian wacana, penggunaan bahasa, dan tindak tutur pada wacana pesan singkat, iklan judi *online* mempunyai kekhasan dalam memberikan informasi. Jika ditinjau dari aspek struktur, wacana pesan singkat, iklan judi *online* terdiri atas awal atau pembuka, isi (inti), dan penutup. Bagian awal berisi informasi tentang sapaan bagi penerima pesan, pertanyaan pemantik, dan kalimat yang menarik penerima pesan, dan sebagainya. Bagian isi terdapat sedikit informasi soal kekhasan pada layanan atau komoditas yang ditawarkan, seperti jaminan uang kembali, modal yang minim untuk mulai bermain judi, dan testimoni permainan judi online. Bagian penutup pada iklan judi online memuat alamat tautan pengirim pesan.

Penggunaan bahasa pada iklan judi *online* mengandung unsur penggunaan ejaan, yaitu penulisan huruf kapital, penggunaan tanda kutip, dan penulisan singkatan. Penggunaan huruf kapital diciptakan untuk memberikan fungsi penekanan karena di situlah posisi informasi yang sangat penting. Penggunaan tanda kutip yang menunjukkan unsur-unsur penting pada perjudian, dan penulisan singkatan bertujuan untuk meringkas pesan yang dibatasi oleh karakter.

Kaitannya dengan pragmatik, tuturan yang terdapat pada pesan singkat iklan judi *online* menyiratkan bentuk tindak tutur, seperti tindak tutur asertif, direktif, komisif, dan ekspresif. Kaitannya dengan tindak tutur komisif, ia berisi penawaran jaminan yang menjanjikan, seperti jaminan uang kembali, dijamin maxwin, pencairan uang cepat, dan sebagainya. Adapun, tindak tutur direktif bersifat rekomendasi untuk memainkan situs judi pengirim pesan. Sementara itu, tindak tutur ekspresif mengungkapkan perasaan pengirim pesan agar penerima pesan tertarik untuk bermain judi *online* yang ditawarkan oleh pengirim pesan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya indikasi bahwa wacana iklan judi *online* memiliki strukturnya sendiri dan makna tindak tutur yang dapat dianalisis. Implikasinya dengan bidang ilmu linguistik, wacana jenis itu dapat memberikan potensi keberlanjutan yang bisa dianalisis secara kritis (AWK). Peneliti juga mengharapkan adanya keberlanjutan dalam analisis wacana yang berkaitan dengan judi *online* yang terus berkembang untuk memberikan pencegahan dan pengetahuan kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Asmara, R. (2018). Struktur dan fungsi bahasa dalam wacana iklan pasta gigi Sensodyne. *Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 459.
- Catalano, T., & Waugh, L. R. (2020). Introduction to Critical Discourse Analysis (CDA), Critical Discourse Studies (CDS), and Beyond. In *Perspectives in Pragmatics, Philosophy and Psychology* (Vol. 26). https://doi.org/10.1007/978-3-030-49379-0_1
- Fitriani, W. A. C. (2019). Analisis Tindak Tutur Dalam Wacana Iklan Radio. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(1). <https://doi.org/10.31000/lgrm.v8i1.1262>
- Hamad, I. (2007). Lebih Dekat dengan Analisis Wacana. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.29313/mediator.v8i2.1252>
- Jaszczolt, K. M., & Brown, G. (1997). Speakers, Listeners and Communication: Explorations in Discourse Analysis. *Language*, 73(3). <https://doi.org/10.2307/415901>

- Kridalaksana, H. (1993). Kamus linguistik edisi keempat. In *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Leech, G. (2016). Principles of Pragmatics. In *Principles of Pragmatics*. <https://doi.org/10.4324/9781315835976>
- Leech, G. N. (1983). G. N. LEECH - Principles of Pragmatics G. N. LEECH - Principles of Pragmatics. In *Ilha do Desterro A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies* (Vol. 5, Issue 11).
- Levinson, S. C. (1983). Pragmatics. Cambridge: Cambridge University Press. In *stephen, C. Levinson* (Vol. 1999, Issue December).
- Miles, M., & Huberman, A. (2014). Miles and Huberman. In *Qualitative Data Analysis: An expanded sourcebook*.
- Mills, S. (2003). Michel Foucault - Routledge Critical Thinkers. In *Routledge*.
- Nadar. (2009). Pragmatik & Penelitian Pragmatik. In *Book* (Vol. 53, Issue 9).
- Payne, D. L., & Schiffrin, D. (1997). Approaches to Discourse. *Language*, 73(3). <https://doi.org/10.2307/415887>
- Purnami, W. H. (2018). Struktur Slot Dalam Iklan Media Luar Ruang [Structure of Slot in Outdoor Media Advertisement]. *TOTOBUANG*, 5(2). <https://doi.org/10.26499/tbng.v5i2.36>
- Purnami, W. H. (2021). Wacana Pesan Singkat Iklan Penawaran Pinjaman. *Widyaparwa*, 49(2). <https://doi.org/10.26499/wdprw.v49i2.905>
- Rahardi, R. K. (2004). Menemukan Hakikat Konteks Pragmatik. *Islamia*, 1(1).
- Riani, R. (2015). Kajian Wacana Iklan Pada Pesan Singkat (Sms). *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 4(1). <https://doi.org/10.26499/rnh.v4i1.24>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33). <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rohmadi, M. (2004). Analisis Wacana Pragmatik (Kajian Teori dan Analisisnya). In *Analisis Wacana Pragmatik (Kajian Teori dan Analisisnya)*.
- Romadhani, N. M., & Eles, R. J. (2020). Analisis Tindak Tutur Bahasa Iklan Pada Produk Mi Instan Indomie Di Televisi. *KONFIKS JURNAL BAHASA DAN SASTRA INDONESIA*, 7(1). <https://doi.org/10.26618/konfiks.v7i1.3458>
- Saifudin, A. (2019). Teori Tindak Tutur dalam Studi Linguistik Pragmatik. *LITE: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 15(1). <https://doi.org/10.33633/lite.v15i1.2382>
- Sari, Y., & Samaya, D. (2021). Analisis Wacana Persuasif Iklan Produk Kecantikan Pada *Media Online Tribun Sumsel* dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa

Indonesia. *Jurnal Didactique Bahasa Indonesia*, 2(2).
<https://doi.org/10.52333/didactique.v2i2.873>

Schiffrin, D., Tannen, D., & Hamilton, H. E. (2008). The Handbook of Discourse Analysis. In *The Handbook of Discourse Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9780470753460>

Setiyanto, E. (2018). Tindak Tutur pada Iklan Media Luar Ruang di DIY. *Sawerigading*, 24, No1, J, 33--42.

Sobur, A. (2004). Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana. In *Analisis Semiotik dan Analisis Framing*.

Sobur, A. (2015). Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing. *Remaja Rosdakarya*, 7.

Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Duta Wacana University Press.

Sukesti, R. (2021). Analisis Struktur Dan Fungsi Teks Iklan Layanan Masyarakat. *Widyaparwa*, 49(2). <https://doi.org/10.26499/wdprw.v49i2.893>

Sultan, N., & Akmaluddin, N. (2019). Kuasa Bahasa Dalam Wacana Perkuliahan. *MABASAN*, 13(2), 111–136. <https://doi.org/10.26499/mab.v13i2.251>

Tannen, D., Hamilton, H. E., & Schiffrin, D. (2015). The Handbook of Discourse Analysis (2nd Edition). *John Wiley & Sons*, 1.

Tarigan, H. G. (2009). Pengkajian Pragmatik. In *Pengkajian Pragmatik*.

Titscher, C. S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). Methods of Text and Discourse Analysis Bibliometric Survey: The Prominence of Methods of Text Analysis. In *Methods of Text and Discourse Analysis*.

Wijana, I. D. P. (1996). Dasar-Dasar Pragmatik. In *Ior* (Vol. 1).

Wijana, I. D. P. (2021). On Speech Acts. *Journal of Pragmatics Research*, 3(1). <https://doi.org/10.18326/jopr.v3i1.14-27>

