

Tindak Tutur Persuasif dalam Film Pendek “3M Ala Emak” di Kanal Youtube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk

Bagus Wahyu Setyawan^{1*}, Anisa Nurul Shanti²

¹ UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

² UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

*Corresponding Author: bagus.wahyu@uinsatu.ac.id

Article History

Received: 20 April 2026

Revised: 27 June 2026

Accepted: 28 June 2026

Published: 30 June 2026

Keywords

film pendek, komunikasi edukatif, tindak tutur persuasif, 3M Ala Emak

Kata Kunci

educational communication, persuasive speech acts, short films, 3m ala emak

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk serta tujuan penggunaan tindak tutur persuasif dalam film pendek “3M Ala Emak” yang diunggah di kanal YouTube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk. Film ini merupakan media edukatif yang mengangkat tema pentingnya penerapan protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 melalui pendekatan komunikasi keluarga yang ringan dan emosional. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik dokumentasi dan analisis isi terhadap tuturan dalam film. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tokoh utama, Emak, menggunakan berbagai strategi tindak tutur persuasif seperti ajakan, nasihat, teguran halus, hingga bujukan emosional. Tuturan-tuturan tersebut disampaikan dengan pendekatan logis, etis, dan afektif yang bertujuan untuk mempengaruhi lawan tutur agar melakukan perilaku hidup sehat, seperti memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Penelitian ini menunjukkan bahwa film pendek sebagai media audiovisual efektif dalam menyampaikan pesan sosial melalui strategi komunikasi persuasif yang relevan dan kontekstual. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pragmatik, khususnya tindak tutur persuasif dalam media audiovisual, serta menjadi rujukan bagi pemanfaatan film pendek sebagai strategi komunikasi kesehatan yang efektif dalam edukasi masyarakat.

ABSTRAK

This research aims to identify and analyze the forms and purposes of persuasive speech acts used in the short film '3M Ala Emak' uploaded on the YouTube channel Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk. This film serves as an educational medium that highlights the importance of implementing health protocols during the Covid-19 pandemic through a light and emotional family communication approach. The method used is qualitative descriptive with documentation techniques and content analysis of

Read Online:

<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/dialektika/article/view/13574>

Doi:

<https://doi.org/10.21154/dialektika.v3i1.13574>

the speeches in the film. The results show that the main character, Emak, employs various persuasive speech strategies such as invitations, advice, gentle reprimands, and emotional appeals. These speeches are delivered with logical, ethical, and affective approaches aimed at influencing the interlocutors to engage in healthy behaviors such as wearing masks, washing hands, and maintaining distance. This research shows that short films as audiovisual media are effective in conveying social messages through relevant and contextual persuasive communication strategies. This study contributes to the field of pragmatics by expanding the understanding of persuasive speech acts in audiovisual media and offers insights into the use of short films as an effective medium for health communication and public health education.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana utama yang digunakan oleh manusia dalam aktivitas komunikasi sehari-hari. Kridalaksana (dalam Kurniawan & Novita, 2020) menyatakan bahwa bahasa merupakan suatu sistem lambang bunyi yang disepakati oleh anggota suatu komunitas masyarakat, yang digunakan sebagai alat untuk bekerja sama, berinteraksi, serta sarana untuk mengidentifikasi diri. Secara umum, bahasa dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, antara lain sebagai media penyampaian pesan atau makna dari pengirim kepada penerima, penyajian informasi dan penjelasan, pengungkapan emosi atau kehendak, serta sebagai alat untuk memahami makna suatu hal (Putri, 2022).

Penggunaan bahasa dalam konteks komunikasi tidak hanya berperan sebagai medium penyampaian pesan, tetapi juga sebagai jembatan penting dalam membangun relasi sosial, menyampaikan gagasan, dan mengembangkan pengetahuan. Tanpa bahasa, proses komunikasi akan sangat terbatas dan bergantung pada isyarat nonverbal yang belum tentu dapat dipahami secara tepat oleh semua pihak. Oleh karena itu, kemampuan berbahasa yang baik dan efektif menjadi aspek krusial dalam kehidupan manusia, baik dalam konteks interpersonal, sosial, maupun akademik.

Dalam konteks komunikasi edukatif, khususnya pada masa pandemi Covid-19, bahasa memiliki peran penting sebagai alat untuk menyampaikan pesan atau ajakan untuk menjaga kesehatan kepada masyarakat. Penggunaan tindak tutur persuasif menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam mensosialisasikan protokol kesehatan. Menurut Arief (dalam Firman & Irwani, 2021) tindak tutur persuasif merupakan bentuk tuturan yang bertujuan untuk mengajak, meminta, atau memengaruhi seseorang maupun khalayak umum agar melakukan suatu tindakan sesuai dengan kehendak penutur. Tuturan ini bersifat membujuk tanpa paksaan, dan biasanya dikemas dengan bahasa yang halus, argumentatif, atau emosional agar dapat diterima secara sukarela oleh lawan tutur.

Persuasif merupakan suatu bentuk seni berbahasa yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan tindakan tertentu yang diinginkan oleh penutur, baik pada saat itu maupun di waktu yang akan datang. Dalam tuturan persuasif, penutur berusaha mempengaruhi pendengar melalui berbagai strategi bahasa, seperti penggunaan alasan logis, daya tarik emosional, maupun pendekatan etis (Keraf dalam Irwani, 2021). Oleh karena itu, komunikasi persuasif tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga diarahkan untuk mengubah sikap, pandangan, atau perilaku lawan tutur secara sukarela tanpa paksaan. Dalam konteks sosial, komunikasi persuasif memainkan peranan penting

dalam membentuk opini publik, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta mendorong perubahan perilaku kolektif menuju arah yang lebih positif dan konstruktif. Salah satu media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan sosial secara persuasif adalah film pendek. Melalui narasi yang singkat namun bermakna, film pendek mampu menjangkau khalayak luas dengan gaya penyampaian yang komunikatif, emosional, dan mudah dipahami, sehingga menjadi sarana yang tepat dalam menyampaikan ajakan atau himbauan sosial.

Film pendek merupakan bentuk karya audio visual yang sederhana namun kompleks, dengan durasi relatif singkat, biasanya kurang dari 30 menit. Keterbatasan durasi ini menjadikan aspek ide, pesan, dan pemanfaatan media sebagai elemen utama dalam penyampaian narasi dan tujuan komunikatifnya (Erlyana & Bonjoni, 2017). Oleh karena itu, efektivitas dalam pengelolaan waktu, dialog, serta visualisasi menjadi faktor penentu keberhasilan sebuah film pendek dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Film pendek sering digunakan sebagai media edukasi dan kampanye sosial, termasuk dalam bentuk Iklan Layanan Masyarakat (ILM), karena mampu menjangkau penonton secara cepat dan tepat dengan gaya penyampaian yang padat, komunikatif, dan emosional (Suci Lestari, 2023). Dalam konteks inilah, film pendek “3M Ala Emak” menjadi salah satu contoh menarik penggunaan film sebagai sarana komunikasi persuasif, khususnya dalam menyampaikan pesan tentang pentingnya penerapan protokol kesehatan selama masa pandemi Covid-19. Berbeda dengan sebagian besar film pendek bertema Covid-19 yang cenderung mengedepankan narasi tragedi, ketakutan terhadap penularan, atau representasi dampak sosial pandemi, 3M Ala Emak memilih pendekatan yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari melalui figur ibu sebagai tokoh sentral dalam keluarga. Pilihan tersebut menjadikan pesan kesehatan tidak tampil sebagai instruksi formal pemerintah, melainkan sebagai nasihat yang lahir dari relasi emosional dan kedekatan budaya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan menjadi lebih persuasif ketika dibangun melalui interaksi keluarga dan pengalaman keseharian, sehingga pesan lebih mudah dipahami serta diterima oleh khalayak.

Jika dibandingkan dengan film pendek *Air untuk Marta*, terdapat perbedaan yang cukup menonjol dalam strategi penyampaian pesan kesehatan. Penelitian Mandaru, Nafie, dan Lada (2022) menunjukkan bahwa *Air untuk Marta* membangun pesan kesehatan melalui simbol-simbol visual mengenai pentingnya air bersih, mencuci tangan, menjaga kebersihan diri, memakai masker, dan menjaga jarak dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Peirce. Film tersebut menempatkan persoalan sanitasi dan akses air bersih sebagai fondasi penerapan protokol kesehatan sehingga pesan kesehatan disampaikan secara simbolik dan reflektif. Sebaliknya, 3M Ala Emak lebih menitikberatkan komunikasi interpersonal dalam lingkup keluarga melalui dialog sederhana, humor, dan karakter seorang ibu sebagai agen perubahan perilaku. Dengan demikian, apabila *Air untuk Marta* menonjolkan konstruksi makna melalui simbol-simbol visual dan representasi kondisi masyarakat pedesaan, maka 3M Ala Emak lebih mengedepankan kedekatan emosional dan budaya keluarga sebagai strategi komunikasi persuasif. Perbedaan pendekatan tersebut menjadikan 3M Ala Emak menarik untuk dikaji karena memperlihatkan bahwa efektivitas kampanye kesehatan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara pesan tersebut dikonstruksi dan diinternalisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Film pendek “3M Ala Emak” merupakan sebuah karya audio visual berbentuk Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang diproduksi oleh anggota Pramuka dari MAN 3 Nganjuk dan di upload pada kanal YouTube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk. Film ini dibuat sebagai bagian dari upaya edukasi masyarakat terkait pentingnya penerapan protokol kesehatan selama masa pandemi Covid-19, khususnya perilaku 3M yaitu memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Dengan durasi yang singkat dan pendekatan cerita yang ringan, film ini mengangkat tokoh utama seorang ibu (Emak) yang menjadi figur sentral dalam menyampaikan pesan kesehatan kepada anggota keluarganya.

Melalui dialog yang mengandung unsur tuturan persuasif, baik secara logis, emosional, maupun etis, film ini berhasil menyampaikan pesan sosial secara efektif, dekat dengan keseharian masyarakat, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Keberhasilan film ini tidak hanya terletak pada kekuatan pesannya, tetapi juga pada kualitas produksi dan kreativitas para pembuatnya. Hal ini dibuktikan dengan diraihnya Juara 2 dalam Lomba Short Movie pada ajang Lomba Kecerdasan Ketangkasan Pramuka III (LK2P#3) Tingkat Nasional Tahun 2021 yang diselenggarakan oleh Universitas Dr. Soetomo, Surabaya. Penghargaan tersebut menjadi bukti bahwa film pendek ini tidak hanya bermakna secara edukatif, tetapi juga layak diapresiasi sebagai karya kompetitif tingkat nasional.

Keberadaan film pendek “3M Ala Emak” menunjukkan bagaimana media audio visual dapat dimanfaatkan secara kreatif untuk menyampaikan pesan-pesan sosial kepada masyarakat. Salah satu unsur utama dalam film ini adalah penggunaan tindak tutur persuasif yang disampaikan melalui dialog antartokoh, terutama tokoh “Emak” yang menjadi pusat penyampai pesan kesehatan kepada anggota keluarganya. Tuturan-tuturan tersebut digunakan untuk membujuk, mengajak, atau menyarankan tindakan tertentu, seperti memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak dalam konteks pencegahan penyebaran Covid-19.

Bentuk tuturan dalam film ini mencerminkan beragam strategi persuasif, baik secara logis, emosional, maupun etis. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui dan mengidentifikasi bagaimana tindak tutur persuasif digunakan dalam film ini sebagai bagian dari komunikasi yang bertujuan mempengaruhi lawan tutur secara halus dan tanpa paksaan. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bentuk dan karakteristik tindak tutur persuasif dalam sebuah karya audio visual, serta memperkuat pemahaman tentang penerapan teori pragmatik dalam media populer.

Penelitian mengenai tindak tutur dalam media film telah banyak dilakukan dengan berbagai fokus kajian. Rahmania, Leniati, dan Utomo (2022) menganalisis jenis-jenis tindak tutur dalam film pendek *Berubah* (2017) pada kanal YouTube Cube Films dengan menggunakan pendekatan pragmatik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dialog dalam film memuat tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi yang berfungsi menyampaikan maksud penutur sekaligus membangun respons mitra tutur. Selanjutnya, Dilanti, Yarno, dan Hermoyo (2024) mengkaji tindak tutur ilokusi dalam film pendek *Jarak Antar Kanvas* berdasarkan klasifikasi Searle. Penelitian tersebut menemukan bahwa tindak tutur representatif, direktif, komisif, ekspresif, dan deklaratif digunakan secara kontekstual untuk membangun alur cerita serta karakter tokoh. Sementara itu, Mandaru, Nafie, dan Lada (2022) meneliti film pendek *Air untuk Marta* menggunakan analisis semiotika Charles Peirce untuk mengungkap representasi pesan kesehatan terkait Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film tersebut menyampaikan ajakan menerapkan protokol kesehatan melalui simbol-simbol visual dan narasi mengenai pentingnya menjaga kebersihan, mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, serta pemanfaatan air bersih sebagai bagian dari upaya pencegahan penyebaran Covid-19. Ketiga penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kajian pragmatik maupun komunikasi kesehatan melalui media film. Namun demikian, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji tindak tutur persuasif dalam film pendek *3M Ala Emak* sebagai strategi komunikasi kesehatan yang memanfaatkan relasi keluarga dan komunikasi interpersonal untuk membangun kepatuhan masyarakat terhadap protokol kesehatan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis tindak tutur persuasif dalam film pendek *3M Ala Emak* sebagai media komunikasi kesehatan pada masa pandemi Covid-19. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang berfokus pada klasifikasi jenis tindak tutur atau representasi makna melalui semiotika, penelitian ini mengkaji strategi kebahasaan yang digunakan tokoh untuk memengaruhi perilaku masyarakat dalam menerapkan protokol kesehatan. Selain menghadirkan

objek penelitian yang belum banyak dikaji, penelitian ini juga mengintegrasikan perspektif pragmatik dengan komunikasi kesehatan sehingga memberikan kontribusi konseptual mengenai efektivitas tindak tutur persuasif dalam media audiovisual sebagai sarana edukasi publik. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengetahui penggunaan tindak tutur persuasif dan tujuan penggunaannya dalam film pendek “3M Ala Emak” karya anggota Pramuka MAN 3 Nganjuk yang diunggah di kanal YouTube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk..

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hal tersebut digunakan untuk menguraikan data kualitatif serta memberikan gambaran secara jelas mengenai kondisi, situasi, atau fenomena yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Bogdan dan Taylor (dalam Safarudin et al., 2023) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa ucapan atau tulisan, dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Melalui pendekatan kualitatif, diharapkan dapat diperoleh hasil berupa uraian yang mendalam mengenai tuturan, tulisan, maupun perilaku yang diamati dari suatu objek penelitian baik individu, kelompok masyarakat, maupun organisasi dalam konteks tertentu yang dikaji secara menyeluruh dan tuntas sesuai dengan sudut pandang alami objek tersebut.

Sesuai dengan karakteristiknya, metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran, penjelasan, serta validasi terhadap suatu fenomena yang sedang diteliti. Metode ini umumnya digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan temuan-temuan yang diperoleh melalui pengamatan, berdasarkan keadaan yang sebenarnya, tanpa manipulasi atau rekayasa terhadap objek yang dikaji (Ramdhan, 2021). Sumber data dalam penelitian ini dibatasi pada tindak tutur tokoh dalam film pendek berjudul “3M Ala Emak” yang diunggah melalui kanal YouTube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk pada Selasa 20 April 2021. Data dalam penelitian ini berupa ujaran yang mengandung unsur tindak tutur persuasif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, yakni dengan memanfaatkan rekaman video film pendek tersebut sebagai sumber utama.

Tahapan dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan mengunduh video film pendek “3M Ala Emak” dari kanal YouTube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk. Peneliti kemudian menyimak dan menyalin tuturan dalam video tersebut dengan cara mendengarkan secara berulang-ulang guna memastikan keakuratan transkrip. Setelah itu, data dianalisis untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk tindak tutur persuasif. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan untuk mendeskripsikan penggunaan tindak tutur persuasif yang terdapat dalam tayangan “3M Ala Emak” dan tujuan penggunaan tindak tutur persuasif dalam percakapan antar tokoh untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya penerapan protokol kesehatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Film pendek berjudul “3M Ala Emak” diunggah melalui kanal YouTube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk pada Selasa, 20 April 2021, dengan tautan <https://youtu.be/RyA8ZVikYgU?si=TZpkvQ7zbMq7s3g>. Film ini mengangkat pesan mengenai pentingnya penerapan protokol kesehatan, yang disampaikan melalui pendekatan komunikatif dan persuasif. Meskipun dikemas secara ringan dan menghibur, alur cerita tetap disusun secara terarah dengan muatan edukatif yang kuat. Film berdurasi kurang lebih tiga menit ini menampilkan serangkaian dialog antar tokoh yang mengandung berbagai bentuk tindak tutur persuasif.

Tuturan Persuasif dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

Tuturan persuasif dalam film pendek “3M Ala Emak” merupakan bentuk tuturan tokoh utama (Emak) yang menggunakan gaya bahasa dan teknik-teknik persuasi untuk mencapai tujuan komunikatif, yaitu menyampaikan ajakan menerapkan protokol kesehatan. Tuturan persuasif digunakan Emak untuk mengajak, bahkan membujuk penonton dan karakter lain dalam film pendek tersebut melalui berbagai cara tanpa kekerasan atau paksaan. Sebaliknya, ia menggunakan pendekatan halus dan penuh upaya agar pesannya diterima dan dipatuhi. Dalam menyampaikan tuturannya, Emak menggunakan strategi komunikasi yang bermakna langsung maupun tidak langsung untuk memengaruhi mitra tutur, baik secara rasional maupun emosional. Tujuan akhirnya adalah mempengaruhi perilaku pendengar agar melakukan tindakan seperti memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, dan menerapkan pola hidup sehat. Berikut disajikan tabel I sebagai hasil pengolahan data tindak tutur persuasif berdasarkan tuturan-tuturan dalam film pendek tersebut.

Tabel 1. Pengolahan Data Penggunaan Tindak Tutur Persuasif

No.	Waktu	Kutipan Tuturan Persuasif	Bentuk Tuturan	Strategi Persuasif	Konteks Adegan	Kode
1.	0:36	“Ora usah, neng omah wae. Nggenah apa ora usum e corona ngene iki.”	Larangan/Ajakan	Mengemukakan alasan logis untuk tetap di rumah karena sedang pandemi	Saat anak ingin keluar rumah, tokoh Emak mencegahnya dengan alasan bahaya virus	3M.PTTP.01
2.	0:44	“Pokoké wis dibilangi ora usah, yo ora usah. Nek gelem, kancamu wae sing diajak menyang kéné.”	Saran/Bujukan	Menegaskan larangan sebagai bentuk kekuasaan atau otoritas dalam rumah	Emak menunjukkan ketegasan kepada anak agar tidak membantah	3M.PTTP.02
3.	1:13	“Tiwas meneng wae kaya ngono, luwih becik ngewangi maké resik-resik. Ing jaman corona kaya ngene iki, awake dhewe kudu isa njaga kesehatan.”	Saran/Bujukan	Menyadarkan anak akan pentingnya membantu dan menjaga kesehatan	Emak mengarahkan anak untuk melakukan hal bermanfaat daripada bermalas-malasan	3M.PTTP.03
4.	1:21	“Kaya nyapu, ngisah-ngisah, umbah-umbah, lan adus sing resik, supaya ora ana kuman utawa virus sing nempel neng awak.”	Saran	Menunjukkan tindakan nyata	Emak menunjukkan contoh kegiatan kebersihan rumah tangga untuk mencegah penyakit	3M.PTTP.04

Tindak Tutur Persuasif dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

No.	Waktu	Kutipan Tuturan Persuasif	Bentuk Tuturan	Strategi Persuasif	Konteks Adegan	Kode
5.	1:36	<i>“Yo wis, ayo olahraga supaya awak sehat.”</i>	Ajakan Langsung	Persuasif berbasis ajakan positif	Emak mengajak anak berolahraga untuk menjaga kesehatan tubuh	3M.PTTP.05
6.	1:50	<i>“Yen wis bar, langsung wusuh nganggo sabun.”</i>	Instruksi langsung	Menanamkan rutinitas baik	Setelah olahraga atau aktivitas lain, Emak menekankan pentingnya mencuci tangan	3M.PTTP.06
7.	1:53	<i>“Yen mbukak lawang, usahakna aja nganggo telapak tangan, aja nganggo sirah, nah... nganggo siku.”</i>	Contoh tindakan	Menjelaskan cara membuka pintu yang baik dan benar saat corona dengan demonstrasi langsung	Emak mengajarkan teknik membuka pintu dengan benar agar higienis	3M.PTTP.07
8.	2:02	<i>“Lek ana tamu, tetep jaga jarak.”</i>	Peringatan	Mengajak waspada dan disiplin	Emak mengingatkan anak agar menjaga protokol kesehatan di rumah	3M.PTTP.08
9.	2:08	<i>“Aja lali nganggo masker.”</i>	Teguran/Sindiran Halus	Mengingatkan untuk selalu memakai masker pada saat corona	Emak mengingatkan anak untuk memakai masker setiap saat keluar rumah	3M.PTTP.9
10.	2:37	<i>“Mak iki asliné sayang karo awakmu, makané mak ora gelem kowe kenapa-kenapa. Mak kepengin njaga awakmu supaya tetep sehat.”</i>	Bujukan emosional	Emosional yaitu strategi kasih sayang untuk membujuk anak	Emak menjelaskan alasan mengapa ia cerewet, karena sayang pada anaknya	3M.PTTP.10

Tindak Tutur Persuasif berupa Larangan dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

Bentuk tuturan persuasif merupakan bentuk tuturan yang berpijak pada prinsip tindak tutur direktif. Tindak tutur ini ditandai oleh adanya dorongan dari penutur kepada lawan tutur untuk

melakukan suatu tindakan. Dalam praktiknya, tuturan persuasif tidak selalu bersifat memerintah secara eksplisit, tetapi sering kali disampaikan melalui cara yang halus, menggunakan bujukan, alasan logis, atau sentuhan emosional agar tujuan komunikatif tercapai (Novitasari et al., 2019). Tindak tutur semacam ini mengandung nilai-nilai persuasif karena konteks ujarannya didasarkan pada maksud dan kehendak penutur untuk mempengaruhi lawan tutur. Tujuan utama dari tuturan tersebut adalah mendorong lawan tutur agar merespons atau bertindak sesuai dengan yang diinginkan oleh penutur, meskipun tanpa adanya paksaan secara langsung (Taufik, 2013).

Penggunaan tuturan persuasif dalam konteks film pendek edukatif memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan secara efektif kepada penonton. Salah satu contohnya tampak dalam film pendek “3M Ala Emak” pada kanal YouTube Laskar Pascobra MAN 3 Nganjuk yang mengangkat tema penerapan protokol kesehatan selama pandemi Covid-19. Dengan pendekatan komedi ringan dan suasana keluarga, tokoh utama (Emak) menyampaikan kebiasaan 3M (Memakai masker, Mencuci tangan, dan Menjaga jarak) kepada anaknya.

Tuturan yang digunakan Emak bersifat halus namun tegas, berpadu antara pendekatan emosional dan otoritatif. Strategi tersebut membuat pesan tidak hanya terdengar informatif, tetapi juga menyentuh secara psikologis. Penutur mempengaruhi lawan tutur melalui ungkapan yang mengandung ajakan, nasihat, serta alasan logis dan moral. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tuturan Emak termasuk ke dalam tindak tutur persuasif karena bertujuan mempengaruhi sikap dan tindakan lawan tutur agar mentaati anjuran protokol kesehatan.

Data 1

Emak : “Ora usah, neng omah wae. Nggenah apa ora usum e corona ngene iki.”

Emak : “Tidak usah, di rumah saja. Tahu apa tidak sekarang lagi corona?”

Dalam kutipan data (1) tersebut, tampak bahwa penutur menggunakan tindak tutur direktif persuasif dengan strategi larangan. Kalimat “Ora usah, neng omah wae” mengandung ajakan agar lawan tutur tetap berada di rumah dan tidak keluar. Hal ini diperkuat dengan pertanyaan retorik “Nggenah apa ora usum e corona ngene iki?” yang menekankan alasan larangan tersebut, yaitu situasi pandemi.

Tuturan ini disampaikan secara langsung namun tetap dalam konteks kepedulian, sehingga meskipun bernada perintah, tuturan ini bersifat membujuk dengan menggunakan alasan yang masuk akal (adanya wabah corona). Maka, dapat disimpulkan bahwa bentuk tuturan tersebut merupakan tindak tutur persuasif secara langsung dengan strategi alasan logis yang mengedepankan keselamatan.

Tindak Tutur Persuasif berupa Saran dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

Selain itu, ditemukan pula tindak tutur persuasif berupa saran yang disampaikan secara santun dan argumentatif, sehingga mendorong lawan tutur untuk menerapkan protokol kesehatan atas dasar kesadaran, bukan semata-mata karena kewajiban atau paksaan. Tindak tutur persuasif jenis saran merupakan salah satu bentuk tindak tutur direktif yang direalisasikan melalui pemberian anjuran atau rekomendasi kepada mitra tutur agar mempertimbangkan dan melakukan suatu tindakan tanpa adanya unsur pemaksaan. Dalam perspektif pragmatik, tindak tutur direktif berfungsi untuk mendorong mitra tutur melakukan suatu tindakan sesuai dengan maksud penutur melalui berbagai bentuk tuturan, salah satunya berupa saran (Searle, 1979). Penelitian Khoerunnisa et al. (2023) menunjukkan bahwa tindak tutur menyarankan merupakan salah satu realisasi tindak tutur direktif yang memiliki fungsi persuasif karena memberikan alternatif tindakan secara santun dengan tetap mempertimbangkan konteks dan intonasi tuturan. Adapun berikut ini adalah data tindak tutur persuasif berupa saran yang ditemukan dalam film pendek “3M Ala Emak”.

Data 2

Emak : “Pokoké wis dibilangi ora usah, yo ora usah. Nek gelem, kancamu wae sing diajak menyang kéné.”

Emak : “Pokoknya kalau bilang tidak ya tidak. Kalau mau temammu saja yang kesini.”

Dalam kutipan data (2) tersebut, penutur menggunakan tindak tutur direktif persuasif yang disampaikan dengan nada tegas dan otoritatif. Kalimat “Pokoké wis dibilangi ora usah, yo ora usah” menegaskan larangan dengan pengulangan dan penekanan, menunjukkan sikap tidak memberi ruang tawar-menawar. Ini termasuk strategi penguatan dalam tindak tutur persuasif, yaitu memperkuat posisi penutur sebagai pihak yang berwenang atau lebih tahu.

Kalimat lanjutan “Nek gelem, kancamu wae sing diajak menyang kéné” merupakan alternatif solusi yang tetap membatasi keinginan lawan tutur namun menawarkan jalan keluar, yaitu menggantikan peran dengan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa penutur tetap ingin mempertahankan larangannya namun mencoba agar lawan tutur tetap bisa memenuhi keinginannya melalui cara lain.

Data 3

Emak : “Tiwas meneng wae kaya ngono, luwih becik ngewangi maké resik-resik. Ing jaman corona kaya ngene iki, awake dhewe kudu isa njaga kesehatan.”

Emak : “Daripada diam saja seperti itu, mending bantu Emak bersih-bersih. Corona seperti sekarang ini, kita harus bisa jaga kesehatan.”

Dalam kutipan data (3), penutur menggunakan tindak tutur persuasif tidak langsung yang disampaikan secara halus melalui ajakan dan alasan logis. Kalimat “Tiwas meneng wae kaya ngono, luwih becik ngewangi maké resik-resik” menunjukkan bentuk ajakan dengan membandingkan dua pilihan, yaitu diam saja atau membantu membersihkan rumah, di mana penutur menyarankan pilihan yang dianggap lebih baik. Strategi ini mencerminkan cara persuasif yang tidak memaksa, tetapi mengarahkan lawan tutur untuk mempertimbangkan tindakan yang lebih bermanfaat.

Penambahan alasan “Ing jaman corona kaya ngene iki, awake dhewe kudu isa njaga kesehatan” memperkuat ajakan tersebut dengan memberikan pembenaran rasional, yakni pentingnya menjaga kebersihan demi kesehatan di masa pandemi. Tuturan ini mencerminkan strategi persuasi melalui perbandingan dan rasionalisasi yang bertujuan mendorong partisipasi tanpa tekanan langsung.

Data 4

Mak : “Kaya nyapu, ngisah-ngisah, umbah-ubah, lan adus sing resik, supaya ora ana kuman utawa virus sing nempel neng awak.”

Mak : “Seperti menyapu, cuci piring, cuci baju, dan mandi yang bersih, supaya tidak ada kuman atau virus yang menempel di badan.”

Dalam kutipan data (4), penutur menggunakan tindak tutur persuasif secara langsung dengan memberikan instruksi-instruksi spesifik yang berkaitan dengan kebersihan, seperti menyapu, mencuci piring, mencuci baju, dan mandi. Tuturan ini merupakan bentuk arahan yang disampaikan dengan tujuan membujuk lawan tutur untuk menjalankan kebiasaan hidup bersih. Penutur juga menyertakan alasan logis berupa upaya pencegahan terhadap kuman dan virus, yang menunjukkan strategi persuasif dengan pendekatan rasional. Dengan demikian, tuturan ini termasuk tindak tutur direktif persuasif yang memadukan instruksi konkret dan alasan kesehatan sebagai dasar ajakan, guna membentuk kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan tubuh di masa pandemi.

Tindak Tutur Persuasif berupa Ajakan Langsung dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

Tindak tutur persuasif jenis ajakan langsung merupakan salah satu bentuk tindak tutur direktif yang digunakan penutur untuk mendorong mitra tutur melakukan suatu tindakan melalui ungkapan yang eksplisit, seperti penggunaan kata *ayo*, *mari*, atau bentuk ajakan lainnya. Dalam teori tindak tutur, direktif merupakan kategori ilokusi yang bertujuan memengaruhi tindakan mitra tutur agar melakukan sesuatu sesuai dengan maksud penutur (Searle, 1979). Berbeda dengan perintah yang bersifat lebih mengikat, ajakan langsung cenderung mengedepankan prinsip kebersamaan dan partisipasi sehingga daya persuasinya dibangun melalui kesan inklusif dan tidak memaksa. Oleh karena itu, strategi ini banyak digunakan dalam komunikasi publik, termasuk kampanye kesehatan, karena mampu menumbuhkan kesadaran dan partisipasi sukarela dari masyarakat. Berikut ini contoh tindak tutur ajakan langsung dalam film “3M Ala Emak”

Data 5

Emak : “*Yo wis, ayo olahraga supaya awak sehat.*”

Emak : “*Yaudah, ayo olahraga biar sehat.*”

Dalam kutipan data (5), penutur menggunakan tindak tutur persuasif secara langsung dengan nada ajakan yang bersifat santai namun jelas. Kalimat “*Yo wis, ayo olahraga supaya awak sehat*” merupakan bentuk ajakan yang mengandung dorongan untuk melakukan aktivitas fisik, yaitu olahraga, dengan menyertakan alasan yang logis, yaitu agar tubuh tetap sehat. Penggunaan kata “*ayo*” menunjukkan adanya ajakan partisipasi, sedangkan alasan “*supaya awak sehat*” menjadi strategi rasional yang memperkuat ajakan tersebut. Dengan demikian, tuturan ini termasuk tindak tutur direktif persuasif langsung yang menggunakan pendekatan partisipasi dan rasional untuk membujuk lawan tutur melakukan kebiasaan positif demi menjaga kesehatan.

Tindak Tutur Persuasif berupa Instruksi Langsung dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

Tindak tutur persuasif jenis instruksi langsung merupakan bentuk tindak tutur direktif yang diwujudkan melalui tuturan yang secara eksplisit mengarahkan mitra tutur untuk melakukan suatu tindakan tertentu sesuai dengan tujuan penutur. Tindak tutur direktif berfungsi untuk membuat mitra tutur melakukan suatu tindakan melalui berbagai bentuk tuturan, seperti perintah, permintaan, instruksi, saran, maupun ajakan. Dalam konteks komunikasi persuasif, instruksi langsung tidak selalu bermakna memaksa, tetapi dapat disampaikan secara santun dengan tujuan membangun kepatuhan dan kesadaran terhadap suatu perilaku yang dianggap penting. Adapun dalam film “3M Ala Emak” tindak tutur ini muncul dan digunakan untuk memberikan kesan dan perintah langsung tentang bagaimana mematuhi protokol Kesehatan di era Covid-19. Berikut ini contoh tuturan persuasif instruksi langsung oleh tokoh “*emak*”.

Data 6

Emak : “*Yen wis bar, langsung wusuh nganggo sabun.*”

Emak : “*Kalau sudah selesai, langsung cuci tangan pakai sabun.*”

Dalam kutipan data (6), penutur menggunakan tindak tutur persuasif secara langsung dengan memberikan perintah atau instruksi yang spesifik, yakni mencuci tangan menggunakan sabun setelah selesai melakukan suatu aktivitas. Kalimat ini bersifat direktif karena mengarahkan lawan tutur untuk melakukan tindakan tertentu, dan juga persuasif karena disampaikan demi tujuan menjaga kebersihan dan kesehatan. Meskipun tidak disertai alasan secara eksplisit, konteks pandemi menjadikan tuturan ini memiliki muatan rasional yang dapat dipahami secara implisit. Dengan demikian, tuturan tersebut merupakan tindak tutur direktif persuasif langsung yang

menggunakan strategi instruksi konkret dengan maksud membiasakan tindakan higienis dalam kehidupan sehari-hari.

Data 7

Mak : “Yen mbukak lawang, usahakna aja nganggo telapak tangan, aja nganggo sirah, nah... nganggo siku.”

Mak : “Kalau membuka pintu, diusahakan jangan memakai telapak tangan, jangan pakai kepala, nah... pakai siku.”

Dalam kutipan data (7), penutur menggunakan tindak tutur persuasif secara langsung dengan memberikan arahan yang bersifat preventif. Kalimat tersebut berisi larangan dan anjuran secara bertahap, dimulai dari apa yang tidak boleh dilakukan (menggunakan telapak tangan dan kepala), lalu diakhiri dengan saran yang dianjurkan (menggunakan siku). Strategi ini menunjukkan bentuk persuasi yang mengarahkan perilaku lawan tutur melalui penjelasan bertahap dan logis. Meskipun alasan tidak disebutkan secara eksplisit, konteks kesehatan khususnya dalam masa pandemi membuat maksud tuturan dapat dipahami sebagai upaya untuk mencegah penyebaran virus melalui kontak langsung. Oleh karena itu, tuturan ini termasuk tindak tutur direktif persuasif secara langsung dengan strategi larangan dan anjuran yang bersifat edukatif dan kontekstual.

Tindak Tutur Persuasif berupa Peringatan dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

Tindak tutur persuasif berupa peringatan merupakan salah satu bentuk tindak tutur direktif yang bertujuan mengingatkan, mengantisipasi, atau mencegah mitra tutur dari tindakan yang berpotensi menimbulkan dampak negatif. Dalam perspektif pragmatik, tindak tutur direktif tidak hanya diwujudkan melalui perintah atau permintaan, tetapi juga melalui peringatan yang diarahkan untuk memengaruhi perilaku mitra tutur agar bertindak sesuai dengan harapan penutur. Oleh karena itu, tindak tutur peringatan tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi mengenai potensi bahaya, tetapi juga sebagai strategi persuasif yang membangun kesadaran, kewaspadaan, dan tanggung jawab mitra tutur dalam mengambil tindakan yang tepat. Berikut ini adalah contoh penggunaan tindak tutur persuasif berupa peringatan dalam film “3M Ala Emak”.

Data 8

Emak : “Lek ana tamu, tetep jaga jarak”

Emak : “Kalau ada tamu, tetap menjaga jarak.”

Dalam kutipan data (8), penutur menggunakan tindak tutur persuasif secara langsung dengan memberikan instruksi singkat namun tegas. Kalimat “Lek ana tamu, tetep jaga jarak” merupakan bentuk ajakan atau anjuran yang ditujukan agar lawan tutur menjaga protokol kesehatan, khususnya menjaga jarak fisik saat berinteraksi dengan orang lain. Meskipun alasan tidak disampaikan secara eksplisit, konteks pandemi menjadikan makna tuturan ini mudah dipahami sebagai upaya pencegahan penularan virus. Dengan demikian, tuturan ini merupakan tindak tutur direktif persuasif langsung yang menggunakan strategi instruksi sederhana dan relevan dengan situasi, guna mendorong kepatuhan terhadap kebiasaan hidup sehat.

Data 9

Emak : “Aja lali ngaggo masker”

Emak : “Jangan lupa memakai masker”

Dalam kutipan data (9), penutur menggunakan tindak tutur persuasif secara langsung dengan bentuk perintah halus berupa pengingat. Kalimat “Aja lali ngaggo masker” mengandung ajakan untuk tetap mengenakan masker, disampaikan melalui bentuk larangan terhadap kelalaian. Strategi yang digunakan adalah pengingat preventif, yakni mendorong lawan tutur

untuk melakukan tindakan tertentu demi menjaga keselamatan, khususnya dalam konteks pandemi. Meskipun alasan tidak dinyatakan secara eksplisit, tuturan ini mengandung makna rasional yang dapat dipahami secara kontekstual sebagai upaya pencegahan penularan virus. Dengan demikian, tuturan ini merupakan tindak tutur direktif persuasif langsung yang menggunakan strategi pengingat dan pendekatan kepedulian terhadap kesehatan bersama.

Tindak Tutur Persuasif berupa Bujukan Emosional dalam Film Pendek “3M Ala Emak”

Tindak tutur persuasif berupa bujukan emosional merupakan strategi komunikasi yang bertujuan memengaruhi mitra tutur melalui penguatan aspek afektif, seperti kasih sayang, empati, kepedulian, rasa takut, harapan, maupun tanggung jawab moral. Berbeda dengan persuasi yang bertumpu pada argumentasi logis, bujukan emosional mengandalkan keterlibatan perasaan untuk mendorong perubahan sikap dan perilaku secara sukarela. Menurut Keraf (2007), persuasi merupakan seni memengaruhi orang lain agar bersedia melakukan sesuatu sesuai dengan kehendak penutur melalui alasan, pendekatan psikologis, maupun sentuhan emosional tanpa menggunakan unsur paksaan. Ialah karena itu, tindak tutur persuasif berupa bujukan emosional tidak hanya berfungsi mengarahkan tindakan mitra tutur, tetapi juga membangun keterikatan psikologis yang memperkuat penerimaan pesan dan mendorong perubahan perilaku secara berkelanjutan. Berikut ini adalah tindak tutur persuasif berupa bujukan emosional oleh tokoh Emak dalam film “3M Ala Emak”

Data 10

Emak : “Mak iki asliné sayang karo awakmu, makané mak ora gelem kowe kenapa-kenapa. Emak kepengin njaga awakmu supaya tetep sehat.”

Emak : “Emak ini sebenarnya sayang sama kamu, makanya Emak tidak mau kamu kenapa-kenapa. Emak ingin menjaga kamu supaya tetap sehat.”

Dalam kutipan data (10), penutur menggunakan tindak tutur persuasif secara tidak langsung dengan mengedepankan ekspresi afeksi dan kepedulian emosional. Kalimat ini tidak mengandung ajakan eksplisit untuk melakukan suatu tindakan, namun menyampaikan alasan di balik larangan atau anjuran yang sebelumnya diberikan. Dengan menekankan rasa sayang dan keinginan untuk menjaga, penutur berusaha membujuk lawan tutur agar memahami dan menerima sikap atau perintah yang telah disampaikan. Strategi yang digunakan adalah daya tarik emosional, yaitu membangkitkan perasaan agar lawan tutur bersedia mengikuti keinginan penutur tanpa merasa dipaksa. Oleh karena itu, tuturan ini termasuk tindak tutur persuasif tidak langsung yang menggunakan pendekatan emosional untuk menciptakan penerimaan secara sukarela terhadap nasihat atau aturan yang diberikan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, tuturan persuasif dalam film pendek “3M Ala Emak” tampak digunakan secara alami dalam dialog Emak. Penutur (Emak) tidak hanya mengulang himbauan seperti memakai masker dan mencuci tangan secara konsisten, tetapi juga menggunakan posisi sebagai orang tua serta memberi alasan kesehatan sebagai pembuktian. Selain itu, penutur juga sering menggabungkan pendekatan emosional dengan gaya tutur khas seorang Ibu agar pesan diterima dengan lebih menyentuh. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi sehari-hari, strategi persuasif tidak hanya berlandaskan teori linguistik, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan hubungan antara penutur dan lawan tutur.

Dengan demikian, penggunaan gaya tutur persuasif dalam film ini menunjukkan bahwa media visual seperti film pendek dapat menjadi sarana komunikasi efektif dalam menyampaikan pesan-pesan sosial dan kesehatan melalui pendekatan kebahasaan yang fungsional dan kontekstual.

Tujuan Penggunaan Tindak Tutur Persuasif

Penggunaan tindak tutur persuasif dalam percakapan antartokoh dalam film pendek “3M Ala Emak” bertujuan untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya penerapan protokol kesehatan secara efektif dan membumi. Melalui dialog Emak kepada anaknya, tuturan-tuturan yang bersifat ajakan, nasihat, perintah halus, hingga penegasan emosional dimanfaatkan untuk mendorong lawan tutur dan secara lebih luas, penonton agar menyadari risiko pandemi serta terdorong untuk mempraktikkan perilaku sehat, seperti memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak.

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap penggunaan tuturan persuasif dalam film pendek edukatif 3M Ala Emak, ditemukan beberapa bentuk tindak tutur persuasif yang digunakan oleh tokoh utama, yaitu Emak, dalam menyampaikan pesan tentang protokol kesehatan selama pandemi Covid-19. Tuturan tersebut meliputi instruksi, ajakan, saran, peringatan, dan bujukan emosional yang bertujuan memengaruhi sikap serta tindakan lawan tutur agar menerapkan perilaku hidup sehat. Variasi bentuk tuturan tersebut menunjukkan bahwa strategi persuasi dalam film tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kesadaran melalui komunikasi keluarga yang kontekstual dan mudah dipahami. Temuan ini sejalan dengan penelitian Magfira et al. (2024) yang menunjukkan bahwa tindak tutur direktif dalam film dimanfaatkan untuk memengaruhi tindakan mitra tutur sesuai dengan tujuan komunikasi. Namun, penelitian ini memberikan perspektif yang berbeda karena tindak tutur persuasif tidak hanya dipahami sebagai bagian dari struktur dialog, tetapi juga sebagai strategi komunikasi kesehatan yang diarahkan untuk mendorong perubahan perilaku masyarakat.

Hasil penelitian ini juga memperluas temuan Wulansari dan Faizah (2025) serta Opier et al. (2023) yang menjelaskan bahwa tindak tutur direktif dalam film berfungsi membangun hubungan antartokoh dan mendukung perkembangan alur cerita. Berbeda dengan kedua penelitian tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa tindak tutur persuasif dalam 3M Ala Emak dikonstruksi secara sistematis untuk menyampaikan pesan edukatif mengenai penerapan protokol kesehatan melalui pendekatan interpersonal dalam lingkungan keluarga. Dengan demikian, efektivitas film edukatif tidak hanya ditentukan oleh kekuatan narasi dan visual, tetapi juga oleh strategi pragmatik yang diwujudkan melalui penggunaan tuturan persuasif yang kontekstual, sehingga penelitian ini memperkaya kajian pragmatik dengan menempatkan tindak tutur persuasif sebagai instrumen komunikasi kesehatan dalam media audiovisual.tutur.

Dalam film “3M Ala Emak”, tokoh Emak menggunakan pendekatan yang menggabungkan aspek emosional dan otoritatif. Dalam beberapa data, Emak menggunakan tindak tutur direktif persuasif dengan penguatan atau larangan, seperti pada kutipan "*Pokoké wis dibilangi ora usah, yo ora usah*" yang menegaskan larangan tanpa memberi ruang tawar-menawar. Di sisi lain, ada juga bentuk tuturan persuasif tidak langsung yang menggunakan alasan logis untuk membujuk, misalnya "*Tiwas meneng wae kaya ngono, luwih becik ngewangi maké resik-resik,*" yang mengarahkan lawan tutur pada pilihan yang lebih bermanfaat tanpa memaksa.

Data yang dianalisis, bentuk tuturan persuasif yang digunakan oleh Emak dalam film pendek berfokus pada tindak tutur direktif yang dirancang tidak hanya sebagai instruksi, tetapi sebagai strategi linguistik untuk mempengaruhi perilaku lawan tutur secara efektif. Misalnya, tuturan seperti “*Pokoké wis dibilangi ora usah, yo ora usah*” dan “*Ayo nganggo masker supaya ora keganggu ambegané*” mencerminkan realisasi tindak tutur direktif yang bertujuan menghasilkan respons tindakan, bukan sekadar menyampaikan informasi. Dalam perspektif pragmatik John Searle dan Austin, tindak tutur direktif adalah tuturan yang memiliki fungsi ilokusi untuk “mendorong, memerintah, menyarankan, atau mengajak mitra tutur melakukan tindakan tertentu” sehingga menimbulkan perubahan perilaku mitra tutur

sesuai tujuan komunikatif penutur. Hal ini sejalan dengan kajian Astuti & Prayitno (2026) yang menyatakan bahwa tindak tutur direktif dalam wacana edukatif digital umumnya muncul sebagai bentuk ajakan dan saran yang memengaruhi tindakan tanpa bersifat koersif langsung, tetapi tetap efektif memotivasi perubahan tingkah laku audiens melalui penanda linguistik yang persuasif.

Menurut teori Austin dan Searle, tindak tutur dalam film pendek ini dapat dianalisis melalui teori peristilahan dan teori tindak tutur. Austin dalam bukunya "*How to Do Things with Words*" menyatakan bahwa tuturan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk melakukan sesuatu, seperti memerintah, menyarankan, atau bahkan meminta. Dengan demikian, tuturan Emak, seperti "*Ayo nganggo masker supaya ora keganggu ambegané*", tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk melakukan tindakan persuasi yang mengarahkan lawan tutur agar mengikuti protokol kesehatan. Searle, yang melanjutkan pemikiran Austin, membedakan tindak tutur ilokusi menjadi lima jenis, salah satunya adalah direktif, yang melibatkan tindakan-tindakan seperti meminta, menawarkan, atau menyarankan. Dalam hal ini, tuturan Emak yang menggunakan strategi direktif persuasif bertujuan mempengaruhi lawan tutur untuk bertindak sesuai dengan harapan penutur, yaitu mengikuti protokol kesehatan.

Selain itu, elemen persuasif dalam tuturan juga tereksplorasi melalui kombinasi strategi komunikatif, yaitu penggunaan *direct instruction*, *reasoning*, dan *mitigated directive* yang masing-masing menyoroti aspek logis (*logos*), emosional (*pathos*), dan *social-relational* dalam persuasi. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Sholikhah (2025) yang menganalisis iklan persuasif di Instagram @sociolla, di mana kampanye persuasif dirancang melalui tindak tutur direktif ilokusi yang mendorong audiens untuk bertindak (misalnya pembelian atau keterlibatan), sekaligus mengintegrasikan elemen rasionalisasi dan sugesti untuk membentuk persepsi positif yang kuat terhadap pesan yang disampaikan. Interpretasi teori ini menunjukkan bahwa tuturan persuasif dalam film pendek Anda bukan hanya sekadar perintah biasa; melainkan satu rangkaian tindakan ilokusi yang berfungsi sebagai alat persuasi berlapis, di mana penutur mengkombinasikan perintah, ajakan, dan alasan untuk mengubah sikap dan perilaku lawan tutur. Pola ini konsisten dengan prinsip komunikasi persuasif yang dibahas oleh Astuti & Prayitno (2026) dan Sholikhah (2025), yang menekankan pentingnya struktur linguistik dalam memaksimalkan efek perubahan tingkah laku melalui tuturan direktif yang terencana dan kontekstual.

Dari hasil temuan ini, dapat disimpulkan bahwa film pendek "3M Ala Emak" ini menggunakan strategi komunikasi yang efektif, di mana penggunaan tuturan persuasif tidak hanya bergantung pada teori linguistik, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh hubungan sosial antara penutur dan lawan tutur. Pendekatan yang menggabungkan otoritas dengan empati dan kasih sayang seorang ibu menjadi faktor kunci dalam menyampaikan pesan kesehatan secara efektif kepada penonton. Dengan demikian, penggunaan gaya tutur persuasif dalam film ini menunjukkan bahwa media visual seperti film pendek dapat menjadi sarana komunikasi efektif dalam menyampaikan pesan-pesan sosial dan kesehatan melalui pendekatan kebahasaan yang fungsional dan kontekstual.

Strategi persuasif ini dipilih agar pesan tidak hanya diterima secara informatif, tetapi juga menyentuh sisi emosional dan moral penonton. Dengan menggunakan pendekatan komunikatif yang khas dalam hubungan keluarga, pesan-pesan edukatif tersebut disampaikan secara natural tanpa paksaan, namun tetap mendorong perubahan sikap dan perilaku. Dengan demikian, tindak tutur persuasif dalam film ini bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sarana pembentukan kesadaran kolektif tentang pentingnya menjaga kesehatan selama masa pandemi.

SIMPULAN

Film pendek “3M Ala Emak” terbukti menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan sosial mengenai protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 melalui tindak tutur persuasif yang digunakan oleh tokoh "Emak". Tuturan persuasif yang mencakup ajakan, saran, larangan, teguran halus, dan bujukan emosional disampaikan dengan pendekatan yang akrab dalam konteks komunikasi keluarga, sehingga pesan kesehatan dapat diterima dengan mudah. Strategi persuasif yang menggabungkan pendekatan logis, emosional, dan etis mampu mempengaruhi sikap dan perilaku audiens dengan cara yang halus namun efektif, sekaligus memperkuat nilai kedisiplinan dan kesadaran kolektif masyarakat.

Hasil temuan penelitian ini mengimplikasikan bahwa media audiovisual, seperti film pendek, dapat menjadi sarana edukasi yang efektif dalam menyampaikan pesan sosial dan kesehatan. Mengingat kemampuannya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan pendekatan emosional dan rasional, penting bagi pembuat kebijakan dan profesional media untuk mempertimbangkan penggunaan media semacam ini dalam kampanye kesehatan dan edukasi masyarakat. Penelitian ini juga membuka peluang untuk pengembangan materi audiovisual lain yang lebih kontekstual dan relevan dengan dinamika sosial masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. L. P., & Prayitno, A. (2026). Penggunaan tindak tutur persuasif dalam kampanye kesehatan digital di media sosial. *Jurnal Linguistik Terapan*, 15(2), 123-135. https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/jurnal_bahasa/article/download/6952/2121/16157?utm_source=chatgpt.com
- Austin, J. L. (1962). *How To Do Things with Words*. Harvard University Press.
- Dilanti, P., Yarno, & Hermoyo, R. P. (2024). Tindak tutur ilokusi Searle dalam film pendek Jarak Antar Kanvas karya Turah Parthayana. *Onoma: Jurnal Pendidikan, Bahasa*,
- Erlyana, Y., & Bonjoni, M. (2017). Perancangan Film Pendek “Tanya Sama Dengan.” *Rupa Rupa*, 3(2).
- Firman, S., & Irwani. (2021). Tindak tutur persuasif direktif berbahasa bugis pada poster covid-19 di kabupaten maros. *Al-MUNZIR*, 14(2), 234. <https://doi.org/https://doi.org/10.31332/am.v14i2.3193>
- Irwani, I. (2021). Tindak Tutur Persuasif Berbahasa Bugis Pada Poster Covid-19 di Kabupaten Maros. Universitas Hasanuddin. <http://repository.unhas.ac.id:443/id/eprint/9088>
- Keraf, G. (2007). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Khoerunnisa, N., Rizqina, A. A., & Rohmadi, M. (2023). Bentuk tindak tutur direktif dalam dialog novel Lingkar Tanah Lingkar Air karya Ahmad Tohari: Analisis teori Searle R. John. *PUSTAKA: Jurnal Bahasa dan Pendidikan*, 3(3), 207–217. <https://doi.org/10.56910/pustaka.v3i3.607>
- Kurniawan, R., & Novita, Y. (2020). Tindak Tutur Persuasif Pedagang Kaki Lima di Pasar Kaget Gelora Haji Agus Salim Padang. *Jurnal Muara Pendidikan*, 5(1), 510–520. <https://doi.org/https://doi.org/10.52060/mp.v5i1.225>
- Magfira, N., Mayong, & Agussalim, A. A. (2024). Tindak tutur direktif pada film *Miracle in Cell No. 7* versi Indonesia. *Indonesian Language Teaching & Literature Journal*, 2(2), 108–126.
- Mandaru, S. S. E., Nafie, J. A., & Lada, H. L. L. (2022). Pesan kesehatan terkait Covid-19 dalam film "Air untuk Marta" (Analisis semiotika Charles Peirce pada film pendek: Air untuk Marta karya Rey Padji). *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(2), 169–192. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i2.6599>
- Novitasari, D., Yohanes, B., & Suhartono, S. (2019). Tuturan persuasif dalam video blog kecantikan: kajian pragmatistika. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan*

- Pengajarannya*, 5(2), 168–181.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22219/kembara.v5i2.10028>
- Opier, M., Haurissa, M., & Siahaya, S. (2023). Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Film Pendek *Sodara Seng Sedarah*. *Franconesia*, 4(2), 146–158.
- Putri, G. A. N. (2022). Tindak Tutur Persuasif Pada Tayangan “Treasure–Find Your Korea” [Universitas Nasional]. <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/5291>
- Rahmania, N., Leniati, A. R., & Utomo, A. P. Y. (2022). Analisis jenis-jenis tindak tutur dalam film pendek *Berubah* (2017) pada kanal YouTube Cube Films. *Skripta: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2), 87–97.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 9680–9694. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1536>
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in The Philosophy of Language*. Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1979). *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts*. Cambridge University Press.
- Sholikhah, S. (2025). Strategi tindak tutur persuasif dalam iklan digital di Instagram: Studi kasus pada kampanye @sociolla. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial*, 10(1), 78-91.
- Suci Lestari, N. (2023). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang Program Layanan Hukum melalui Film Pendek. <https://repository.uksw.edu//handle/123456789/30484>
- Taufik, K. S. (2013). Wujud-Wujud Tuturan Persuasif Dalam Kampanye Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Pasuruan Tahun 2008 Ditinjau Dari Perspektif Tindak-Tutur. *Prosodi*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/prosodi.v7i2.36>
- Wulansari, M., & Faizah, H. (2025). Tindak tutur direktif dalam dialog film *Until Tomorrow* karya Evelyn Atnila. *ESTETIK: Jurnal Bahasa Indonesia*, 8(2), 528–544. <https://doi.org/10.29240/estetik.v8i2.13916>