

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terkait analisis tindak tutur pada *caption* akun instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye, dapat disimpulkan bahwa terdapat 82 data tindak tutur ilokusi, 1 data tindak tutur perlokusi, dan 12 fungsi tindak tutur, serta 93 data faktor sosial pada *caption* akun instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye. Terdapat 5 jenis tindak tutur ilokusi yang ditemukan dalam *caption* akun instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye, yaitu tindak tutur ilokusi asertif, tindak tutur ilokusi direktif, tindak tutur ilokusi komisif, tindak tutur ilokusi ekspresif, dan tindak tutur ilokusi deklaratif.

Adapun rincian dari masing-masing jenis tindak tutur ilokusi adalah sebagai berikut : tindak tutur asertif berjumlah 5 data dengan subjenis: (a) ‘menyatakan’ sebanyak 3 data, (b) ‘melaporkan’ sebanyak 2 data ; tindak tutur direktif berjumlah 2 data, dengan subjenis : (a) ‘memerintah’ sebanyak 1 data, (b) ‘memohon’ sebanyak 1 data ; tindak tutur komisif berjumlah 53 data, dengan subjenis : (a) ‘berjanji’ sebanyak 53 data ; tindak tutur ekspresif berjumlah 21 data, dengan subjenis : (a) ‘mengucapkan terima kasih’ sebanyak 16 data, (b) ‘memberi selamat’ sebanyak 3 data, (c) ‘memuji’ sebanyak 1 data, (d) ‘mengucapkan belasungkawa’ sebanyak 1 data ; tindak tutur deklaratif berjumlah 1 data, dengan subjenis : (a) ‘memutuskan’ sebanyak 1 data.

Fungsi tindak tutur ilokusi yang dianalisis dari tindak tutur ilokusi pada *caption* akun instagram Anies Baswedan berjumlah 12 data. Berikut rincian fungsi tindak tutur ilokusi yang ditemukan adalah sebagai berikut : fungsi kompetitif, dengan subjenis : (a) ‘meminta’ sebanyak 1 data ; fungsi konvival berjumlah 11 data, dengan subjenis : (a) ‘menawarkan’ sebanyak 2 data, (b) ‘mengajak’ sebanyak 6 data, (c) ‘mengucapkan terima kasih’ sebanyak 2 data, (d) ‘mengucapkan selamat’ sebanyak 1 data. Jadi hanya fungsi tindak tutur ilokusi jenis kompetitif dan konvival yang ditemukan pada *caption* akun instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye. Tidak ditemukan fungsi tindak tutur ilokusi jenis kolaboratif dan konfliktif. Kemudian tindak tutur perlokusi yang ditemukan pada *caption* akun instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye terdapat 1 data.

Dari kelima jenis tindak tutur ilokusi yang ditemukan, jenis tindak tutur ilokusi terbanyak yang ditemukan adalah tindak tutur ilokusi komisif yang berjumlah 53 data. Tindak tutur ilokusi komisif menjadi tindak tutur ilokusi terbanyak yang ditemukan, karena dalam masa kampanye Anies banyak memberikan janji-janji yang bertujuan untuk meyakinkan para pemilih mengenai komitmen dan keseriusannya dalam mewujudkan berbagai program yang ia janjikan. Kemudian, tindak tutur ilokusi ekspresif menjadi tindak tutur ilokusi kedua terbanyak yang ditemukan karena dalam kampanye yang ia lakukan di berbagai kota, ia sering kali mengucapkan terima kasih kepada masyarakat yang hadir dalam acara kampanye tersebut. Kandidat ini selalu menghargai kehadiran dan

dukungan mereka sehingga sering menyampaikan ucapan terima kasih sebagai bentuk rasa syukur.

Peneliti menarik kesimpulan bahwa tuturan yang lebih berpengaruh secara langsung dalam *caption* akun instagram Anies Baswedan adalah tuturan dengan jenis tindak tutur ilokusi komisif ‘berjanji’. Janji-janji tersebut disampaikan melalui *caption* di instagram Anies Baswedan. Pada masa kampanye Anies sering menyampaikan janji-janji yang menarik perhatian, seperti peningkatan kualitas pendidikan, perbaikan infrastruktur, penanggulangan kemiskinan, dan kesejahteraan yang dapat dirasakan semua masyarakat Indonesia. Dengan janji tersebut Anies berusaha meyakinkan masyarakat bahwa dirinya mempunyai komitmen yang kuat untuk membawa perubahan, sehingga masyarakat merasa yakin dan terdorong untuk memberikan dukungan kepadanya dalam pemilihan presiden 2024 yang mengantarkan ia dapat terpilih menjadi presiden berkat janji-janji yang ia tuturkan.

Faktor sosial yang dianalisis dari *caption* akun instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye berjumlah 93 data. Berikut rincian faktor sosial pada *caption* akun instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye adalah sebagai berikut : faktor sosial ‘skala status sosial’ berjumlah 92 data dan faktor sosial ‘skala status dan jarak sosial’ berjumlah 1 data. Dari kedua faktor sosial yang ditemukan, faktor sosial terbanyak yang ditemukan adalah faktor status sosial yang berjumlah 92 data. Faktor status sosial menjadi terbanyak yang ditemukan, karena dalam

masa kampanye Anies lebih menunjukkan posisi atau kedudukannya sebagai calon presiden, bukan ada hubungan kekeluargaan. Tidak ditemukan ‘skala peringkat tindak tutur’ karena dalam *caption* di instagram Anies Baswedan tidak melibatkan interaksi langsung atau percakapan, melainkan data yang digunakan berupa tulisan.

Peneliti menarik kesimpulan bahwa , faktor status sosial dalam *caption* akun instagram Anies Baswedan ini untuk membangun citra sebagai pemimpin yang terdidik, berpengalaman, dan peduli. Dengan menyebutkan pengalaman dan pencapaiannya dalam dunia politik, ia menampilkan dirinya sebagai pemimpin yang kompeten dan kredibel, serta meyakinkan publik bahwa ia adalah kandidat yang layak untuk posisi presiden. Selain itu, latar belakang pendidikan tinggi yang dimiliki Anies Baswedan menunjukkan bahwa ia memiliki pengetahuan dan kemampuan analitis yang dibutuhkan untuk memimpin negara..

Kemudian Implikatur pada *caption* akun Instagram Anies Baswedan dalam masa kampanye, peneliti menarik kesimpulan bahwa tuturan ilokusi cenderung mengandung kekaburan, sehingga perlu dilakukan kajian lebih lanjut terhadap implikatur-implikatur yang terdapat di dalamnya, guna memastikan bahwa makna dan interpretasi yang tersirat dapat dipahami oleh pembaca.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan implikasi teoritis, tuturan ilokusi yang ditemukan dalam *caption* akun Instagram Anies Baswedan selama masa kampanye tidak dapat sepenuhnya dipahami dengan tepat hanya melalui interpretasi peneliti. Keterbatasan ini timbul karena bahasa yang digunakan dalam tuturan ilokusi dapat mengandung makna yang lebih dalam, sehingga apa yang diucapkan tidak selalu sesuai dengan maksud yang sebenarnya ingin disampaikan.

Pada implikasi praktis, hasil penelitian ini digunakan sebagai acuan bagi pembaca untuk lebih mendalami analisis sosiopragmatik dalam *caption* akun Instagram Anies Baswedan selama masa kampanye sebagai studi kasus yang relevan. Selain itu, dalam konteks perkembangan sosial dan bahasa yang terjadi di kemudian hari, penelitian ini dapat menjadi referensi dan menjadi bahan pertimbangan bagi pembaca. Terdapat juga potensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dari perspektif lain terhadap *caption* akun Instagram Anies Baswedan, seperti analisis pada teori praanggapan atau teori analisis wacana.