



## **Analisis Bahasa Persuasi yang Disertai Iming-iming dalam Kasus *Human Trafficking* di Kabupaten Sumba Timur**

**Salmon Pandarangga<sup>1\*</sup>**

**Suryani Kurniawi K.L Kapoe<sup>1</sup>**

**Rambu Hada Indah<sup>1</sup>**

**Aris Umbu Hina Pari<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Kristen Wira Wacana  
Sumba, Waingapu, Nusa Tenggara  
Timur, Indonesia

\*email: salmonp@unkriswina.ac.id

### **Abstrak**

Masalah keuangan menjadi salah satu penyebab utama tingginya kasus perdagangan orang di berbagai daerah di Nusa Tenggara Timur termasuk Sumba Timur. Pelaku biasanya menggunakan kata-kata yang meyakinkan disertai janji-janji manis untuk menipu dan memanfaatkan korban, terutama mereka yang berasal dari keluarga miskin di daerah terpencil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pelaku menggunakan bahasa yang membujuk dengan iming-iming untuk menarik korban. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mewawancarai empat orang informan kunci. Hasilnya menunjukkan bahwa pelaku sering menjanjikan uang banyak, cepat kaya, proses keberangkatan yang mudah, pekerjaan yang layak, dan kiriman uang rutin untuk keluarga. Salah satu cara mencegah masyarakat tertipu adalah melalui edukasi yang berkelanjutan. Dengan edukasi, masyarakat bisa lebih waspada terhadap rayuan yang digunakan pelaku perdagangan orang agar tidak terjebak bekerja secara ilegal. Untuk mengurangi perdagangan orang di NTT, khususnya di Sumba Timur, perlu ada peningkatan edukasi berkelanjutan bagi masyarakat, terutama di daerah miskin dan tertinggal, tentang bahaya perdagangan orang serta cara mengenali bujuk rayu pelaku. Selain itu, penting untuk memperluas akses terhadap peluang ekonomi lokal untuk mengurangi ketergantungan pada tawaran kerja ilegal.

**Kata kunci:** Persuasi; Iming-iming; Bujukan; Edukasi

Masuk: 6 Februari 2025

Diterima: 23 Juni 2025

Terbit: 30 September 2025

**doi:** 10.22236/imajeri.v8i1.18306



© 2025 oleh Penulis. Lisensi Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Uhamka, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.  
(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

### **Abstract**

*Financial issues are one of the main causes of the high incidence of human trafficking in various regions of East Nusa Tenggara, including East Sumba. Traffickers typically use persuasive language combined with sweet promises to deceive and exploit victims, especially those from poor families in remote areas. This study aims to analyze how perpetrators use persuasive language and promises to lure victims. The research employs a descriptive qualitative method, conducting in-depth interviews with four key informants. The findings indicate that perpetrators often promise large amounts of money, quick wealth, easy departure processes, decent jobs, and regular money remittances for the family. One preventive approach to protect the public from falling for such schemes is through continuous education. Through education, the community can become more aware of the manipulative tactics used by traffickers to avoid being tricked into illegal employment. To reduce human trafficking in East Nusa Tenggara, especially in East Sumba, it is essential to enhance ongoing education for the public, particularly in remote areas, about the dangers of human trafficking and how to recognize the persuasive tactics of traffickers. Additionally, it is important to expand access to local economic opportunities to reduce reliance on illegal job offers.*

**Keywords:** Persuasion; Lures; Education



## PENDAHULUAN

Manusia menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi untuk membangun hubungan dan interaksi sehari-hari dengan manusia lain dalam kehidupan bermasyarakat. Bahasa merupakan alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi, ide, dan pendapat, mengekspresikan perasaan, berimajinasi, dan ajakan untuk mengikuti atau melakukan sesuatu (Mailani et al., 2022). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri. Dengan kata lain, bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang memiliki arti atau makna yang berfungsi sebagai alat komunikasi yang penting untuk berkomunikasi dan berinteraksi antara manusia dalam masyarakat.

Menurut Chaer (dalam Rori & Subhan, 2024) bahasa memiliki 5 fungsi dasar sebagai alat komunikasi manusia dalam berinteraksi, yaitu (1) fungsi ekspresi untuk mengungkapkan perasaan atau emosi dalam diri seseorang; (2) fungsi informasi untuk menyampaikan berita atau pesan kepada orang lain; (3) fungsi eksplorasi adalah menjelaskan suatu keadaan, peristiwa, dan informasi; (4) fungsi Entertainment untuk menghibur, menyenangkan, atau memuaskan diri sendiri atau orang lain, dan (5) fungsi persuasi untuk mengajak, mempengaruhi, atau membujuk orang lain. Kelima fungsi dasar bahasa di atas memiliki peranan yang sangat penting dalam berkomunikasi bagi kehidupan manusia bermasyarakat. Selain itu, masyarakat dapat berkomunikasi secara efektif dan jelas serta kesalahpahaman dapat dihindari (Maghfiroh, 2022).

Sebagai alat komunikasi yang efektif, bahasa merupakan media utama yang memiliki peranan yang sangat penting untuk menyampaikan informasi, ide, ajakan, dan bujukan pada orang lain. Dengan kata lain, bahasa dapat mempengaruhi seseorang untuk tidak hanya mendengar namun mengikuti atau melakukan apa yang dikehendaki orang lain melalui perintah, himbauan, permintaan yang biasanya disertai rayuan atau bujukan (Rori & Subhan, 2024). Permintaan dengan menggunakan kata-kata yang menarik yang disertai rayuan atau bujukan disebut sebagai bahasa persuasi.

Menurut Sukarno et al. (2021) bahasa persuasi merupakan bahasa permintaan yang disertai bujukan atau rayuan merupakan suatu ajakan yang umumnya tidak bersifat memaksa, namun seseorang akan memanfaatkan pendekatan persuasif dengan tujuan agar orang yang diajak atau didekati memutuskan untuk ikut ajakan menjadi bagian dari kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan oleh orang yang mengajak. Pada prinsipnya, persuasi adalah upaya untuk memengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain. Naingolan & Kartini (2024) menyatakan bahwa persuasi merupakan seni meyakinkan orang lain melalui gagasan atau informasi yang disampaikan menggunakan bahasa persuasif. Dengan kata lain, persuasi merupakan bahasa ajakan yang bersifat halus tanpa ada paksaan atau kekerasan dan biasanya disertai dengan 'iming-iming'.

Kata 'iming-iming' dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memperlihatkan atau menjanjikan sesuatu untuk membujuk, membayang-bayangkan sesuatu yang baik untuk memikat. Bahasa persuasi yang disertai iming-iming dapat berarti membujuk atau merayu



seseorang dengan cara yang halus untuk melakukan sesuatu dengan imbalan sesuatu yang lebih baik atau lebih menarik. Biasanya bahasa iming-iming disertai dengan kata-kata yang memikat disertai janji yang menggoda dan bahasa yang tidak formal dengan penekanan pada emosi. Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan strategi bahasa persuasi yang biasanya disertai dengan iming-iming tertentu, antara lain yang dilakukan oleh [Yuliani & Meliza \(2024\)](#) dalam pemasaran produk pinjaman dana kepada konsumen; [Safiaji & Aggasi \(2023\)](#) dalam dakwah yang berhubungan dengan agama; [Farhan et al. \(2024\)](#) yang meneliti penggunaan bahasa persuasi dalam iklan reklame kampanye politik. Namun, sejauh ini belum ada penelitian yang menganalisis tentang penggunaan bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming yang berkaitan dengan perdagangan orang di Indonesia.

Perdagangan orang merupakan bentuk kejahatan terhadap kemanusiaan yang semakin meningkat di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Perdagangan orang termasuk kategori kejahatan *transnational crime* atau tindakan kriminal yang melibatkan organisasi kriminal internasional di berbagai negara ([Mbiri & Fahik, 2024](#)). Isu kemanusiaan ini menjadi hal yang sangat memprihatinkan karena adanya pelanggaran HAM seperti perbudakan, eksploitasi, kekerasan fisik dan verbal, diskriminasi dan berbagai kejahatan mengerikan lainnya (laporan [BBC Indonesia, 2023](#)) yang diperparah minimnya kemampuan hukum terhadap pencegahan perdagangan orang termasuk lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku tindak pidana perdagangan orang ([Ayunita, 2024](#)). Isu perdagangan orang menjadi isu nasional yang terjadi di hampir seluruh provinsi di Indonesia termasuk provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT).

Provinsi NTT merupakan provinsi termiskin ketiga sekaligus memiliki kasus perdagangan orang yang sangat tinggi dibandingkan provinsi-provinsi yang ada di Indonesia ([Aminullah, 2024](#)). Presiden Jokowi menegaskan bahwa, menurut laporan RRI 2024, NTT merupakan “*zona merah darurat human trafficking*” di Indonesia. Fakta yang memprihatinkan ini merupakan akibat dari kemiskinan yang melahirkan berbagai dampak sosial yang sangat beresiko untuk terjebak dalam kejahatan, intimidasi, dan eksploitasi praktik perdagangan orang ([Everd et al., 2023](#)).

Pada umumnya, perdagangan orang yang marak terjadi di berbagai wilayah NTT. Salah satu faktor yang menyebabkan kasus perdagangan orang yang cukup tinggi adalah akibat janji manis yang menggunakan bahasa persuasi yang disertai iming-iming. Contoh, bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming “*kalau kamu kerja di negara ini kamu akan mendapat gaji yang sangat besar dan kamu akan dalam waktu dalam 2 tahun kerja di sana. Jadi kamu harus kerja disana kalo mau kaya*”.

Menurut Cialdini (2006) menjelaskan bahwa secara psikologis, perilaku manusia dapat diubah atau berubah melalui pengaruh dengan penggunaan bahasa persuasi yang berupa bujukan atau rayuan yang biasanya disertai iming-iming terhadap orang lain. [Cialdini \(2006\)](#) melanjutkan bahwa orang yang dipengaruhi dengan bujukan atau rayuan cenderung mengiyakan atau mengikuti apa yang disampaikan oleh orang lain. Pada prinsipnya, sebagaimana digambarkan oleh [Pellegrino \(2024\)](#), penggunaan bahasa persuasi yang disertai iming-iming dapat mempengaruhi orang lain untuk mengambil keputusan. Banyak penelitian yang telah meneliti penggunaan bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming dalam



bidang pemasaran, kampanye politik, dakwah, namun penelitian secara spesifik tentang penggunaan bahasa persuasi dalam konteks perdagangan orang di Indonesia masih jarang bahkan belum ada. Penelitian perdagangan orang lebih fokus pada faktor kriminal, ekonomi, sosial dan komersial, sementara faktor penggunaan bahasa dalam perdagangan orang, terutama di daerah tertinggal dan miskin seperti NTT, belum banyak diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan penelitian penggunaan bahasa dengan menganalisis bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming digunakan oleh pelaku perdagangan orang di Kabupaten Sumba Timur.

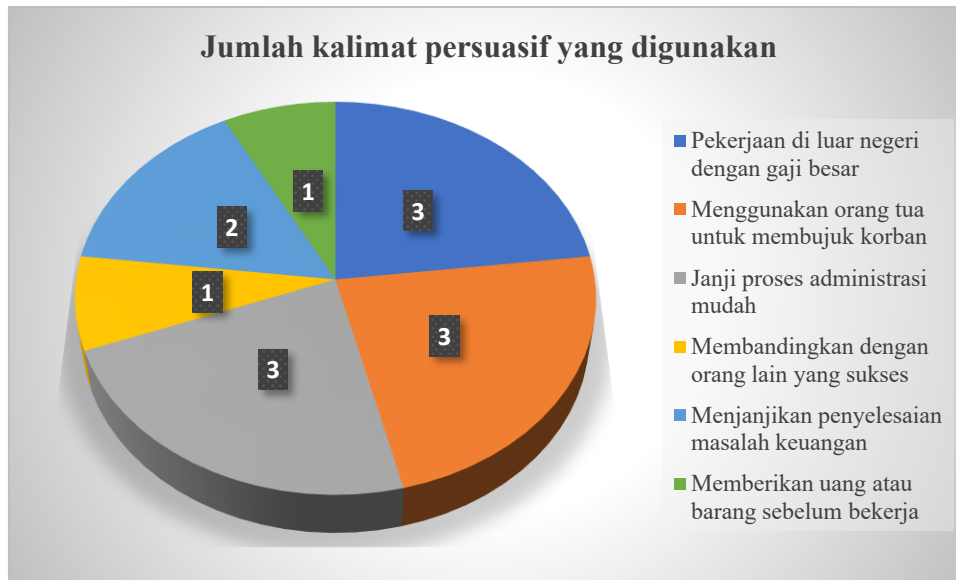
## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang didapatkan melalui teknik: (1) Wawancara *key-informan*: data utama dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan individu-individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman relevan tentang topik yang diteliti. *Key-informan* dalam penelitian ini antara lain tokoh LSM yang mendampingi korban perdagangan orang, akademisi hukum dari perguruan tinggi, tokoh masyarakat, dan aparat pemerintah yang menangani kasus perdagangan orang. (2) Observasi: melakukan observasi terhadap situasi atau perilaku yang relevan dengan topik penelitian. Observasi ini berguna untuk melihat secara langsung bagaimana interaksi sosial dan penggunaan bahasa terjadi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks yang berkaitan dengan perdagangan orang di daerah yang diteliti. (3) Studi Pustaka: data sekunder dikumpulkan melalui kajian literatur dari berbagai sumber yang relevan, seperti jurnal, buku, laporan, dan artikel yang membahas tentang perdagangan orang, bahasa persuasi, dan iming-iming dalam konteks sosial yang terjadi dimasyarakat. Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan pemahaman serta mendukung analisis temuan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti (Talkah et al., 2025). Menurut Sina (2024) metode kualitatif deskriptif lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah yang akan diteliti dimana seseorang meminta individu atau sekelompok individu untuk menceritakan kembali peristiwa atau pengalaman yang dialami. Dengan kata lain, metode ini berusaha untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan apa yang telah diceritakan oleh individu atau sekelompok individu melalui wawancara mendalam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan keempat *key-informan*, teridentifikasi sejumlah kalimat-kalimat bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming yang digunakan pelaku untuk membujuk korban perdagangan orang agar mau bekerja di luar negeri. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekumpulan kalimat yang merupakan hasil modifikasi rangkuman dari keempat narasumber. Artinya kalimat-kalimat yang disampaikan oleh *key-informan* sama atau hampir sama, maka kalimat-kalimat tersebut dirangkum tanpa menghilangkan makna dari kalimat-kalimat yang dimaksud. Adapun kalimat-kalimat bahasa

persuasi yang disertai dengan iming-iming dimodifikasi dan disesuaikan dengan apa yang disampaikan oleh para *key-informan* tanpa mengurangi makna dari informasi yang disampaikan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1 yaitu jumlah kalimat iming-iming yang digunakan oleh pelaku perdagangan orang.



Gambar 1. Jumlah kalimat persuasif yang digunakan oleh pelaku perdagangan orang

### ***Pekerjaan di luar negeri dengan gaji yang sangat besar***

Pelaku menjanjikan pekerjaan di luar dengan iming-iming gaji yang sangat besar jika korban mau dan bersedia bekerja di luar negeri. Adapun kalimat-kalimat iming-iming yang digunakan adalah:

“Ini ada pekerjaan yang sangat bagus yang sangat menjanjikan.”

“Nanti kau dapat gaji yang lebih besar daripada kau kerja disini yang gaji kecil”.

“Ayo, kau terima saja karena ini kerjaan yang bagus dan dapat upah yang besar”.

Data di atas menunjukkan bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming terlihat pada kalimat-kalimat di atas. Penggunaan kata “sangat bagus” dan “sangat menjanjikan” dengan penekanan pada kata “sangat” pada kalimat pertama menunjukkan bahwa jika bekerja di luar negeri maka pekerjaan yang didapat adalah pekerjaan yang paling baik dibandingkan jika bekerja dalam negeri (daerah asal). Pada kalimat kedua, penggunaan kata-kata “gaji yang lebih besar” dan “gaji kecil” menunjukkan bahwa jika bekerja di luar negeri akan mendapat uang yang lebih banyak dibandingkan jika bekerja di dalam negeri dengan uang yang sedikit. Pada kalimat ketiga, kata-kata “Ayo, kau terima saja”...menunjukkan bahwa jika mau dapat uang banyak atau hidup yang lebih baik maka pekerjaan yang ditawarkan harus diterima.

Menurut [Junginger & Ismed \(2024\)](#) pelaku mengiming-imingi gaji yang lebih tinggi jika bekerja di luar Indonesia merupakan salah satu strategi untuk membujuk korban untuk mau menerima pekerjaan yang ditawarkan. Biasanya korban karena faktor ekonomi dan kemiskinan



tidak punya pilihan lain selain percaya apa yang disampaikan oleh pelaku (Mbiri & Fahik, 2024).

Menurut Pellegrino (2024) orang yang tidak memahami suatu situasi, cerita, atau kejadian yang sebenarnya cenderung percaya informasi yang didengar dan bahkan mengikuti tindakan atau keputusan yang diambil orang lain apalagi jika cerita atau informasi yang disampaikan disertai dengan bujukan iming-iming. Apalagi, tambah Pellegrino (2024) orang-orang biasanya akan cenderung mendengarkan dan melakukan apa yang disampaikan oleh orang yang mempunyai pengalaman atau informasi tentang pekerjaan yang ditawarkan. Contohnya, korban yang mendengar cerita atau informasi tentang pekerjaan di luar negeri dengan iming-iming tempat kerja yang nyaman dan gaji yang besar akan terbujuk untuk bekerja di sana padahal korban sendiri belum pernah keluar daerah apalagi ke luar negeri (Ayunita, 2024).

### ***Menggunakan orang tua untuk membujuk korban***

Orang tua korban dijadikan sebagai alasan agar membujuk korban mau bekerja di luar negeri. Adapun kalimat-kalimat yang digunakan adalah:

“ Dengan kerja disana dengan upah yang besar, bukti bahwa kau anak yang mengabdikan pada orang tua dan perhatian pada orang tua”.

“Bapak-mama kasih ijin sudah dia untuk pergi kerja di luar yang gaji lebih besar”.

“ Nanti kalo anak kerja disana, bapa mama punya hutang akan lunas dibayar”.

Data menunjukkan penggunaan bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming dengan menggunakan orang tua sebagai “alat” untuk membujuk korban (anak) agar mau menerima pekerjaan yang ditawarkan. Pada kalimat pertama terdapat kata-kata “upah yang besar”, “anak yang mengabdikan” dan “perhatian pada orang tua” menunjukkan bahwa korban dibujuk agar mau menerima pekerjaan dengan gaji yang besar sebagai bentuk berbakti dan kasih sayang seorang anak kepada orang tua.

Korban dibujuk untuk membuktikan diri sebagai “anak yang mengabdikan” kepada orang tua dengan menerima pekerjaan berupah besar dan mengirim sebagian upah yang diterima kepada orang tua sebagai wujud “perhatian”. Pada kalimat kedua terdapat kata-kata “kasih ijin sudah dia” dan “gaji yang lebih besar” menunjukkan orang tua dibujuk untuk memberikan ijin kepada anaknya untuk bekerja di luar negeri jika mau dapat uang banyak. Tidak hanya dibujuk, menurut (Junginger & Ismed, 2024), orang tua korban juga ditipu, dijebak, dan dieksploitasi bahkan dengan cara kekerasan agar korban mau bekerja di luar negeri. Dalam beberapa kasus, orang tua kadang-kadang memaksa anaknya untuk mau menerima pekerjaan ke luar negeri (Susanti et al., 2020).

Mendapatkan persetujuan berupa ijin dari orang tua merupakan hal yang sangat penting agar korban dapat bekerja di luar negeri. Pada kalimat ketiga, ada kata-kata “hutang akan lunas dibayar” menunjukan bahwa jika orang tua mengizinkan anaknya kerja di luar negeri, maka segala hutang yang dimiliki akan dengan mudah dapat dilunasi. Pelaku biasanya telah menggali atau mendapatkan informasi tentang situasi keuangan orang tua korban dan menggunakan situasi keuangan tersebut sebagai iming-iming untuk mengatasi finansial yang dihadapi. Dalam situasi seperti ini, lanjut Aminullah (2024) menyatakan bahwa orang tua biasanya tidak





mempunyai pilihan lain selain mengizinkan anaknya untuk bekerja di luar untuk membantu melunasi hutang yang mereka miliki. Disisi lain, si anak juga merasa bahwa pekerjaan yang ditawarkan merupakan solusi untuk mengatasi situasi keuangan yang dihadapi orang tuanya sekaligus menunjukkan sikap kepedulian serta kepatuhan kepada orang tua.

Menurut [Pellegrino \(2024\)](#) orang memiliki kecenderungan untuk dipengaruhi untuk mengikuti atau melakukan apa yang disampaikan oleh seseorang yang mempunyai kekuasaan, pengaruh, dan pengalaman. Contohnya pelaku akan membujuk orang tua agar anaknya mau bekerja di luar negeri karena pelaku tahu orang tua mempunyai kuasa dan pengaruh yang kuat terhadap anaknya. Biasanya anak akan mendengar dan melakukan apa yang diminta atau diperintah oleh orang tua.

### ***Memberikan janji bahwa proses administrasi gampang***

“Nanti tidak usah ribet-ribet urus administrasi, nanti langsung kerja di luar negeri”.

“Nanti kau tidak perlu keluar uang untuk urus administrasi karena perusahaan yang tanggung”.

“Kalo masalah ktp atau administrasi nanti gampang diatur”.

Data menunjukkan penggunaan bahasa persuasi yang disertai dengan iming-iming bahwa segala proses urusan administrasi akan mudah karena akan diurus oleh “perusahaan” tempat pelaku bekerja. Pada kalimat pertama, terdapat kata-kata “tidak usah ribet-ribet urus administrasi”, “langsung kerja di luar” merupakan upaya pelaku untuk membujuk serta meyakinkan korban bahwa segala proses pengurusan administrasi tidak ribet dan bahkan langsung kerja di luar negeri. Artinya korban tidak perlu repot untuk memikirkan segala urusan yang berkaitan dengan administrasi karena korban akan langsung berangkat untuk bekerja di luar negeri. Pada kalimat kedua, terdapat kata-kata “tidak perlu keluar uang” dan “perusahaan yang tanggung” merupakan upaya pelaku untuk membujuk korban agar mau menerima tawaran bekerja. Pelaku mengiming-imingi korban dengan mengatakan bahwa semua urusan administrasi yang berkaitan dengan pekerjaan adalah gratis. Artinya korban dan orang tua korban tidak perlu mengeluarkan uang karena segala biaya administrasi telah ditanggung perusahaan. Pada kalimat ketiga, terdapat kata-kata “masalah ktp... gampang diatur” adalah upaya dari pelaku untuk meyakinkan korban bahwa tidak perlu kuatir dengan masalah ktp karena akan dengan mudah untuk dibuat.

Terlihat bahwa pelaku menggampangkan segala aturan administrasi yang ada termasuk pemalsuan identitas. Ada kasus yang menunjukkan umur, nama, dan bahkan alamat korban berbeda dengan informasi yang tertera pada Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), atau akta kelahiran sebagai upaya untuk meloloskan korban secara administrasi agar dapat bekerja di luar negeri ([Aminullah, 2024](#)). Menurut [Aminullah \(2024\)](#) kebanyakan korban pemalsuan data adalah anak-anak yang akan direkrut untuk bekerja di luar negeri.

Selain itu, budaya membaca hal-hal yang berkaitan dengan dokumen administrasi dan kontrak kerja yang sangat rendah membuat para korban dengan mudah ditipu oleh pelaku sehingga seolah-olah segala persiapan yang berkaitan dengan administrasi telah dipersiapkan dengan baik sebelum keberangkatan untuk bekerja ke luar negeri ([Ayunita, 2024](#)). Pendidikan



yang rendah juga memberikan kontribusi yang tinggi terjadinya perdagangan orang karena para korban tidak memahami bahaya dan risiko memiliki dokumen palsu (Mbiri & Fahik, 2024). Junginger & Ismed (2024) menambahkan bahwa korban perdagangan orang biasanya masyarakat SDM rendah yang berasal dari daerah tertinggal dan terisolir sehingga para korban mudah untuk dimanipulasi agar mau menerima pekerjaan yang ditawarkan.

### ***Membandingkan dengan orang lain yang sukses bekerja di luar negeri***

“Coba lihat mereka. Mereka pulang membawa pulang uang yang banyak untuk bekerja bangun rumah dan beli mobil”

Data menunjukkan penggunaan bahasa persuasi yang digunakan dengan membandingkan orang lain yang telah sukses dan mempunyai uang yang banyak untuk membangun rumah serta membeli mobil setelah bekerja di luar negeri. Pada kalimat pertama, terdapat kata-kata “lihat mereka”, “uang yang banyak”, “bangun rumah” dan “beli mobil” yang menunjukkan bahwa orang-orang yang bekerja di luar negeri yang telah berhasil membawa uang yang banyak, membangun rumah, membeli mobil dan lain-lain. Untuk lebih meyakinkan korban, pelaku memberikan contoh nyata orang dengan mengatakan “lihat mereka” yang telah berhasil bekerja di luar negeri dan membawa pulang uang yang banyak. Pelaku juga mau menunjukkan kepada korban bahwa jika ingin kaya serta mampu membangun rumah, membeli mobil, dan barang mewah lainnya, maka korban harus bekerja di luar negeri agar (Fauziah, 2023). Ada stigma, menurut Setiyono (2023), di masyarakat bahwa kesuksesan seseorang diukur dari mobil dan rumah mewah serta tanah yang dimiliki membuat para korban mau bekerja di luar negeri secara ilegal. Selain itu, meniru kesuksesan tetangga atau saudara yang pulang dari luar negeri menjadi motivasi korban untuk menerima pekerjaan yang ditawarkan (Nusi et al., 2023).

### ***Menjanjikan bahwa masalah akan terselesaikan.***

“Kalo masalah utang, atau bayar uang sekolah, itu gampang untuk dibayar, yang penting mau kerja diluar negeri...gampang....gampang itu”.

“Nanti kalo anak kerja disana, bapa-mama punya hutang akan lunas dibayar”.

Data menunjukkan penggunaan bahasa persuasi yang digunakan adalah bahwa jika bekerja di luar negeri maka segala masalah yang ada termasuk masalah keuangan akan terselesaikan dengan mudah. Pada kalimat pertama, terdapat kata-kata “masalah utang”, “uang sekolah”, “gampang untuk dibayar” yang menunjukkan pelaku membujuk dengan menjanjikan kepada korban bahwa segala masalah yang dihadapi, seperti masalah hutang atau pembayaran apa pun, dapat dengan mudah terselesaikan asalkan mau menerima pekerjaan yang ditawarkan. Contohnya, pelaku mengatakan “bayar uang sekolah, itu gampang untuk dibayar, yang penting mau kerja di luar negeri” kepada korban.

Pelaku sepertinya menggampangkan penyelesaian masalah-masalah yang dihadapi korban dengan tujuan agar korban mau menerima pekerjaan yang ditawarkan. Korban yang mempunyai masalah finansial biasanya akan menerima pekerjaan yang ditawarkan karena tidak punya pilihan lain. Pada kalimat kedua, terdapat kata-kata “kerja di sana”, “hutang akan lunas bayar” merupakan bujukan yang dijanjikan bahwa segala masalah hutang yang dimiliki korban





dan keluarganya akan terbayarkan asalkan mau menerima pekerjaan yang ditawarkan (Aminullah, 2024). Contohnya, terlihat jelas bujukan bahwa “bapa-mama punya hutang akan lunas dibayar” atau hutang yang dimiliki oleh orang tua korban akan terbayarkan asalkan mau bekerja di luar negeri.

### ***Memberikan sejumlah uang atau barang agar korban tertarik***

“Belum apa-apa perusahaan sudah kasih uang banyak apalagi kalo anaknya bapak mama kerja disana, pasti akan dapat uang yang lebih banyak”.

Data menunjukkan penggunaan bahasa persuasi yang digunakan dengan membujuk korban atau orang tua korban dengan iming-iming sejumlah uang sebelum bekerja luar negeri. Pada kalimat tersebut, terdapat kata-kata “belum apa-apa perusahaan sudah kasih uang” yang artinya bahwa perusahaan memberikan sejumlah uang kepada korban atau orang tua korban walaupun korban belum bekerja di luar negeri. Hal ini merupakan strategi dari pelaku untuk meyakinkan korban terutama orang tua korban bahwa jika korban mau bekerja di luar negeri, maka akan mendapat uang yang lebih banyak (Cialdini, 2006). Bujukan yang disertai dengan pemberian sejumlah uang sebelum bekerja membuat korban dan orang tua korban percaya dan yakin bahwa “belum apa-apa perusahaan sudah kasih uang yang banyak” apalagi jika bekerja di luar negeri. Menurut Aminullah (2024) biasanya uang yang diberikan oleh pelaku sebagai “uang sirih pinang”.

### ***Membujuk dengan memberikan jaminan kiriman uang tiap bulan***

“Nanti anaknya bapak mama akan dapat tempat kerja yang baik supaya bapa mama punya anak bisa kirim uang tiap bulan.”

Data menunjukkan penggunaan bahasa persuasi yang digunakan dengan mengiming-imingi bahwa korban akan mendapat kerja dan tempat kerja yang baik serta orang tua korban dijamin akan mendapat kiriman uang setiap bulan. Pada kalimat di atas, terdapat kata-kata “dapat tempat kerja yang baik” dan “anak bisa kirim uang tiap bulan” yang artinya korban akan mendapat tempat kerja yang baik dengan gaji yang besar sehingga dapat mengirim setiap bulan sebagian uang kepada orang tua. Biasanya korban dan orang tua korban yang percaya akan menyetujui untuk bekerja karena ada jaminan (iming-iming) bahwa “anak bisa kirim uang tiap bulan” untuk orang tuanya. Uang yang dikirim biasanya untuk memenuhi kebutuhan atau membayar hutang orang tua ataupun keluarga (Dewandaru et al., 2019).

## **KESIMPULAN**

Perdagangan orang (*human trafficking*) adalah kejahatan kemanusiaan yang melibatkan kekerasan, eksploitasi, dan diskriminasi. Pelaku sering kali membujuk korban dengan iming-iming seperti gaji besar, pekerjaan nyaman, dan pengurusan administrasi yang mudah agar korban percaya dan mau bekerja di luar negeri secara ilegal. Faktor-faktor seperti hidup dalam kemiskinan, berpendidikan rendah, dan berasal dari daerah miskin dan terisolasi menjadi penyebab utama terjeraknya korban dalam perdagangan orang. Bahasa persuasi yang disertai iming-iming digunakan pelaku untuk memanipulasi korban, yang sering kali kurang



pengetahuan tentang pekerjaan luar negeri. Agar korban tidak terjebak, edukasi dan literasi tentang bahaya iming-iming ini sangat penting, terutama di daerah dengan angka kasus perdagangan orang tinggi. Edukasi ini dapat membantu masyarakat mengenali dan menolak tawaran yang merugikan. Adapun kekurangan dari penelitian ini adalah keterbatasan jumlah informan dan tidak ada perspektif dari pelaku dan korban perdagangan orang yang dapat memperkaya pemahaman analisa bahasa iming-iming yang digunakan. Dengan demikian, potensi penelitian selanjutnya adalah perlu dikaji lebih mendalam dengan menambah jumlah responden yang melibatkan pelaku dan korban perdagangan orang dalam penggunaan bahasa persuasif yang disertai dengan iming-iming.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan limpah terima kasih kepada Universitas Kristen Sumba melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) yang telah membiayai penuh penelitian dosen dengan Skema Penelitian Kompetitif Tahun 2024.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aminullah, F. (2024). Protection Of Indonesian Migrant Workers From International Crime Syndicates Through The Maritime Control System. *Jurnal Pertahanan: Media Informasi Tentang Kajian Dan Strategi Pertahanan Yang Mengedepankan Identity, Nasionalism Dan Integrity*, 10(3).
- Ayunita, P. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Warga Negara Indonesia Korban Penyelundupan Migran di Luar Negeri English Title: Legal Protection for Indonesian Citizens Victims of Migrant Smuggling Abroad. In *Ethics and Law Journal: Business and Notary (ELJBN)* (Vol. 2, Issue 1). <http://journals.ldpb.org/index.php/eljbn>.
- BBC News Indonesia (2023). Mafia perdagangan pekerja migran NTT: Mengungkap modus 'rayuan surgawi' hingga jalur 'kejahatan mengerikan' <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-64363357>.
- Cialdini, R. (2006). *The Psychology of Persuasion*. USA: Harper Collins.
- Dewandaru, B., Rahmadi, A. N., & Syaâ, E. H. (2019). Pemanfaatan remitansi pekerja migran Indonesia serta peran usaha pekerja migran Indonesia purna untuk pembangunan desa asal. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 2(2), 44–50.
- Everd, O., Daniel, S. R., Mulyana, N., & Wibhawa, B. (2023). *Human Trafficking Di Nusa Tenggara Timur*. <http://www.soroptimist.org/trafficking/faq.html>,
- Farhan, F. B., Revita, I., & Oktavianus, O. (2024). Persuasive languages on political billboard of the 2024 Indonesian General Election in Padang City West Sumatra, Indonesia. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 2325679.
- Fauziah, N. (2023). Flexing dalam masyarakat tontonan: Dari tabu menjadi sebuah strategi. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 4(1), 62–76.
- Junginger, A. A., & Ismed, M. (2024). Kebijakan Pemerintah terhadap Perlindungan Hukum bagi Korban Tindak Pidana Perdagangan Orang di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(12).



- Maghfiroh, N. (2022). Bahasa Indonesia Sebagai Alat Komunikasi Masyarakat Dalam Kehidupan Sehari-Hari. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02).
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1–10.
- Mbiri, A. L. C. B., & Fahik, Y. (2024). Collaboration in Handling Human Trafficking in The Border Area of NKRI-RDTL: Case Study of North Central Timor Regency. *The Sunan Ampel Review of Political and Social Sciences*, 3(2), 162–175.
- Naingolan, A. E., & Kartini, K. (2024). Istilah etika, pengertian etika komunikasi, dan etika komunikasi persuasif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5004–5013.
- Nusi, J., Metboki, Y., & Marpaung, T. (2023). Designing Of A Digital Video For Basic English Teaching To Migrant Maid Candidates From East Nusa Tenggara Province. *Journal on Language, Education, Literature, and Culture*, 1(1), 15–26.
- Pellegrino, A. (2024). Online Persuasive Communication and Its Applications. In *Decoding Digital Consumer Behavior: Bridging Theory and Practice* (pp. 95–112). Springer.
- Rori, M. A. S., & Subhan, R. (2024). Peranan filsafat dan bahasa sebagai media komunikasi: Filsafat dan bahasa. *Kampret Journal*, 3(3), 107–116.
- RRI (2024). Komnas HAM: NTT Darurat Human Trafficking. <https://www.rri.co.id/daerah/798994/komnas-ham-ntt-darurat-human-trafficking>.
- Safiaji, A., & Aggasi, A. (2023). *Komunikasi Persuasif Habib Husein Ja'far Dalam Memanfaatkan Media Baru Sebagai Alat Penyebaran Pesan Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Konten #LogIndiCloseTheDoor Episode 17)*. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA>
- Setiyono, B. (2023). *Birokrasi dalam perspektif politik dan administrasi*. Nuansa Cendekia.
- Sina, I. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Untuk Ilmu Sains*.
- Sukarno, S., Nurdianto, A., & Setiari, A. D. (2021). Strategi dan teknik persuasi perekrutan calon anggota baru (Studi kasus kebahasaan pada bisnis multi level marketing bodong). *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7(2), 406–423.
- Susanti, V., Kosandi, M., Subono, N. I., & Kartini, E. (2020). Criminological study on criminal activities human trafficking in the Nusa Tenggara Timur region (NTT), Indonesia. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9, 182–191.
- Talkah, I. K., Asiani, G., & Zaman, C. (2025). Analisis Pengajuan Klaim Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan di Rumah Sakit. *Jurnal'Aisyiyah Medika*, 10(1).
- Yuliani, M., & Meliza, D. (2024). Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pegadaian Upc Teluk Kuantan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 153–164.