

RETORIKA PERSUASIF DALAM CAPTION POSTINGAN AKUN INSTAGRAM RESMI PRESIDEN JOKO WIDODO

Gitta Dhea Anis Fitria

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
gitta.17020074071@mhs.unesa.ac.id

Dr. Yuniseffendri, M.Pd.

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
yuniseffendri@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan retorika persuasif meliputi teknik, penggunaan diksi, dan tujuan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah *caption* instagram presiden Jokowi dan data penelitian berupa penggalan wacana yang mengandung kalimat retorika persuasif dan diksi yang terkandung di dalamnya. Pengumpulan data menggunakan metode simak dengan teknik catat. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif interpretatif. Hasil penelitian ini: (1) teknik retorika persuasif yang ditemukan yaitu rasionalisasi sebanyak 18 data, identifikasi 14 data, sugesti 50 data, konformitas 7 data, kompensasi 6 data, penggantian 3 data, dan proyeksi 2 data. (2) diksi yang ditemukan yaitu makna denotatif sebanyak 25 data, makna konotatif 15 data, kata umum 7 data, kata khusus 4 data, kata ilmiah 20 data, dan kata populer 29 data. (3) tujuan yang ditemukan yaitu memberikan informasi sebanyak 30 data, menimbulkan inspirasi 5 data, meyakinkan 17 data, menggerakkan atau mengarahkan 48 data. Tidak ditemukan tujuan retorika persuasif menghibur atau menyenangkan. Maka dengan ditemukannya hasil dari masing-masing data berdasarkan teknik, diksi, dan tujuannya dapat membuktikan bahwa sering ditemukan teknik sugesti, diksi kata populer, dan tujuan menggerakkan yang perlu dipahami oleh masyarakat terhadap maksud dari masing-masing tuturan retorika persuasif tersebut.

Kata Kunci: retorika, persuasif, teknik, diksi, tujuan.

Abstract

This study aims to describe persuasive rhetoric including technique, use of diction, and purpose. This research is a descriptive research with a qualitative approach. The source of the data used is the Instagram caption of Jokowi's president and the research data is in the form of fragments of discourse that contain persuasive rhetoric and the diction contained therein. Collecting data using the method of listening to the technique of note. Data analysis used interpretive descriptive analysis techniques. The results of this study: (1) persuasive rhetorical techniques were found, namely rationalization of 18 data, identification of 14 data, suggestion of 50 data, conformity of 7 data, compensation of 6 data, replacement of 3 data, and projection of 2 data. (2) the dictions found were 25 data denotative meanings, 15 data connotative meanings, 7 general words, 4 special words, 20 scientific words, and 29 popular words. (3) the objectives found are to provide information as much as 30 data, inspire 5 data, convince 17 data, move or direct 48 data. Not found the purpose of persuasive rhetoric is entertaining or fun. So by finding the results of each data based on the technique, diction, and purpose, it can be proven that there are often suggestions techniques, popular word diction, and moving objectives that need to be understood by the public regarding the intent of each of these persuasive rhetorical utterances.

Keywords: rhetoric, persuasion, technique, diction, purpose.

PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial, interaksi dengan sesamanya sangat dibutuhkan oleh manusia untuk menyampaikan gagasan dan memenuhi kebutuhannya. Dalam proses interaksi yang dilakukan tentunya terdapat sebuah penghubung yakni bahasa dengan

segala aspeknya. Bahasa merupakan suatu sistem lambang bunyi yang digunakan masyarakat sebagai alat untuk berlangsungnya kegiatan komunikasi. Dalam kehidupan manusia, bahasa merupakan suatu komponen penting. Sebab bahasa diperlukan oleh manusia agar bisa berinteraksi dengan terjadi komunikasi timbal balik dalam masyarakat untuk mencapai tujuan yang

diinginkan. Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Namun bahasa juga memiliki fungsi sebagai unsur pembangun sebuah puisi, buku, novel, naskah drama, cerita pendek hingga penulisan di media sosial.

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2016: 11) media sosial merupakan *platform* media yang fokus memberikan fasilitas terhadap keberadaan pengguna dalam aktivitasnya. Oleh karena itu dengan adanya media sosial, hubungan sosial antar penggunanya akan terjalin lebih kuat. Terdapat beragam jenis media sosial yang hadir sebagai sarana yang digunakan seseorang untuk memudahkan dirinya dalam berkomunikasi. Salah satunya yakni instagram. Menjadi media sosial yang populer tentu saja di dalamnya terdapat berbagai hal yang menarik, seperti fitur *snappgram* atau *instastory*, fitur *highlight*, fitur instagram TV dan sebagainya.

Di era kemajuan teknologi saat ini, instagram mengalami perkembangan yang sangat pesat di kalangan masyarakat hingga berhasil menyentuh sampai pada sektor pemerintahan. Tidak hanya sebagai media komunikasi berbagi foto maupun video, instagram juga digunakan sebagai sarana penghubung langsung antara pejabat publik dengan masyarakat untuk menyebarkan berbagai informasi dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Berbagai instansi pemerintah ataupun politikus tak sedikit pula yang melakukan hal serupa dan menyebarkannya melalui instagram. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar keyakinan masyarakat terhadap suatu instansi atau perorangan meningkat. Salah satu pejabat publik yang juga menggunakan instagram sebagai sarana untuk berkomunikasi, mengedukasi, serta memberikan informasi kepada masyarakat yaitu presiden Republik Indonesia Ir. H. Joko Widodo atau akrab dipanggil Jokowi.

Instagram pribadinya dengan nama akun @Jokowi beliau seringkali mengunggah foto ataupun video yang berisikan informasi dan kebijakan-kebijakan yang telah direalisasikannya maupun yang akan direalisasikan serta berbagai kegiatan selama menjabat sebagai presiden Republik Indonesia. Hal tersebut dilakukan guna keterbukaan informasi dan kebijakan yang bersifat transparansi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap dirinya. Dalam foto maupun video unggahan di instagram pribadinya tersebut, Jokowi juga menuliskan keterangan guna lebih meyakinkan bahwa informasi-informasi yang telah beliau sebarluaskan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Fitur instagram yang berisikan keterangan pada foto atau video yang diunggah disebut fitur *caption*.

Dalam fitur *caption* di instagram pribadinya tersebut, Jokowi secara tersirat menuliskan beberapa informasi, himbauan maupun ajakan untuk menarik pembaca yakni masyarakat Indonesia agar memiliki persamaan persepsi. Penggunaan bahasa serta pemilihan kata yang digunakan Jokowi dalam menyampaikan informasi di unggahan instagramnya tersebut merupakan hal yang menarik untuk dicermati, khususnya dari perspektif retorika. Hal tersebut disebabkan karena bahasa pada *caption* postingan akun instagram Jokowi menggunakan prinsip retorika serta diksi atau pilhan kata dalam penulisannya. Prinsip retorika dan pemilihan kata digunakan oleh Jokowi karena keterangan yang beliau tuliskan dalam fitur *caption* pada unggahan instagram pribadinya mengandung fungsi persuasif.

Berdasarkan penjelasan dan persoalan pada latar belakang yang telah penulis paparkan, berikut rumusan masalah yang akan dianalisis: 1) Bagaimana teknik retorika persuasif dalam *caption* postingan akun instagram resmi presiden Joko Widodo?, 2) Bagaimana penggunaan diksi pada retorika persuasif dalam *caption* postingan akun instagram resmi presiden Joko Widodo?, dan 3) Bagaimana tujuan retorika persuasif dalam *caption* postingan akun instagram resmi presiden Joko Widodo?.

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk: 1) Mendeskripsikan teknik retorika persuasif dalam *caption* postingan akun instagram resmi presiden Joko Widodo, 2) Mendeskripsikan diksi pada retorika persuasif dalam *caption* postingan akun instagram resmi presiden Joko Widodo, dan 3) Mendeskripsikan tujuan retorika persuasif dalam *caption* postingan akun instagram resmi presiden Joko Widodo.

Menurut Keraf (2010: 3), retorika yaitu teknik penggunaan bahasa oleh seseorang baik secara tulisan maupun lisan dengan diimbangi sebuah pengetahuan yang tersusun dengan baik. Retorika juga dapat dimaknai sebagai kreativitas pengungkapan bahasa oleh seseorang dengan melakukan siasat terhadap bahasa sebagai sarana penggunaannya. Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa retorika adalah bentuk pemakaian bahasa sebagai seni oleh seseorang dalam menyampaikan buah pikirannya dengan didasarkan pada tersusunnya sebuah pengetahuan dengan baik dan berbagai gaya serta cara bertutur (Nurgiyantoro, 2015: 396).

Keraf (2007: 118) menyatakan bahwa persuasif adalah seni verbal yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan meyakinkan orang lain agar bersedia melakukan sesuatu hal sesuai dengan kehendak orang yang mempersuasi. Untuk itu, beberapa faktor yang

menentukan kepribadian seseorang harus diketahui terlebih dahulu oleh pembicara guna bisa dengan mudah dalam mencapai tujuannya yakni memengaruhi orang lain (Rakhmat, 2010: 102). Sedangkan Alwi dkk. (2005: 864) juga berpendapat bahwa persuasif merupakan suatu ajakan yang dilakukan oleh seseorang untuk memengaruhi orang lain dengan cara memberikan alasan guna meyakinkannya. Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, persuasif adalah proses memengaruhi sikap, pendapat, dan tindakan seseorang agar seseorang tersebut bertindak seolah-olah seperti kehendaknya sendiri dengan manipulasi psikologis sebagai medianya.

Menurut Keraf (2007: 124) dalam sebuah persuasif terdapat tujuh teknik yang digunakan, antara lain rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian, dan proyeksi. Teknik-teknik tersebut merupakan salah satu komponen penting yang dapat digunakan untuk mengadakan sebuah persuasif. Selain teknik, komponen lainnya yakni tujuan. Tasmara (1997), mengemukakan bahwa terdapat lima tujuan dalam sebuah retorika persuasif, antara lain: 1) memberikan informasi (*to inform*), 2) menimbulkan inspirasi (*to inspire*), 3) meyakinkan (*to convince*), 4) menghibur atau menyenangkan (*to entertain*), dan 5) menggerakkan atau mengarahkan (*to motivate*).

Achmadi (1990: 136) berpendapat bahwa diksi adalah pilihan kata yang digunakan oleh seseorang untuk mengekspresikan perasaan dan ide dalam dirinya. Diksi juga dapat didefinisikan sebagai suatu hal yang didasarkan pada pilihan kata yang tepat untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan seseorang yang dinyatakan dalam suatu kalimat (Enre, 1988: 102). Berdasarkan kedua pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa diksi atau pilihan kata adalah kemampuan dalam membedakan makna dari sebuah gagasan yang ingin disampaikan oleh penulis. Diksi terdiri atas beberapa jenis, antara lain: 1) makna denotatif, 2) makna konotatif, 3) kata umum, 4) kata khusus, 5) kata ilmiah, dan 6) kata populer. Dalam memilih kata, seseorang harus memiliki kosa kata yang luas. Semakin banyak seseorang menguasai kosa kata maka ide atau gagasan yang didapatkan juga semakin bertambah.

METODE

Penelitian mengenai retorika persuasif dalam *caption* instagram presiden Jokowi ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan oleh seorang penutur yang bersumber pada keadaan sebagaimana adanya dengan tujuan memaparkan sebuah permasalahan secara objektif.

Pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang menganalisis peristiwa-peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian dengan menguraikannya berdasarkan teori yang digunakan dan terdiri atas berbagai tahapan di dalamnya. Dengan metode deskriptif kualitatif, peneliti akan menguraikan bagaimana retorika persuasif dalam *caption* postingan instagram presiden Joko Widodo yang akan dianalisis menggunakan tujuh teknik persuasif menurut Gorys Keraf, diksi dalam penggalan wacana, dan tujuan dari wacana retorika persuasif tersebut.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *caption* yang dimuat dalam akun instagram resmi presiden Joko Widodo. Sedangkan data dalam penelitian ini berupa penggalan wacana yang mengandung kalimat retorika persuasif dan diksi pada *caption* postingan akun instagram resmi presiden Joko Widodo.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode simak dengan teknik catat. Metode simak dilakukan oleh peneliti dengan cara menyimak penggunaan bahasa guna memperoleh sebuah data dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini penulis menyimak penggunaan bahasa secara tertulis pada *caption* akun instagram resmi presiden Joko Widodo. Teknik lanjutan yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik catat. Teknik catat dilakukan untuk mencatat data-data yang telah didapatkan dan ditandai sebagai kalimat-kalimat yang mengandung retorika persuasif. Kemudian data-data tersebut diklasifikasikan oleh peneliti berdasarkan makna yang diungkapkan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif interpretatif, yang mana teknik tersebut dilakukan dengan menguraikan data yang akan diteliti berdasarkan teori-teori terkait. Teknik analisis data tersebut dilakukan dengan langkah-langkah: 1) reduksi data, 2) penyajian data, dan 3) penarikan simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, ditemukan sejumlah 100 data yang mengandung retorika persuasif. Data tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan teknik, penggunaan diksi, dan fungsinya. Berikut pembahasannya.

1. Teknik Retorika Persuasif

Pengelompokan data retorika persuasif berdasarkan teknik yang ditemukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Teknik Retorika Persuasif

No.	Teknik Retorika Persuasif	Jumlah
-----	---------------------------	--------

1.	Rasionalisasi	18
2.	Identifikasi	14
3.	Sugesti	50
4.	Konformitas	7
5.	Kompensasi	6
6.	Penggantian	3
7.	Proyeksi	2

Dari hasil tabel di atas, ditemukan 100 data yang mengandung teknik retorika persuasif. Teknik yang dominan yaitu teknik sugesti sebanyak 50 data.

a) Rasionalisasi

Rasionalisasi merupakan suatu proses penggunaan akal yang dilakukan oleh seorang pembicara guna memberikan dasar kepercayaan dan pembenaran terhadap sebuah permasalahan, yang mana pembenaran tersebut bukan merupakan alasan langsung dari masalah yang ada. Berikut pembahasan mengenai teknik rasionalisasi dalam penelitian ini.

- (1) "... kunci dari pemulihan ekonomi tergantung pada kemampuan kita mengatasi pandemi."
- (2) "Tetap berjuang di tengah pandemi. Di luar tantangan dan kesulitan yang datang bersama pandemi Covid-19, selalu ada peluang-peluang baru. Hanya mereka yang peduli, kreatif, dan tak henti berinovasi, yang akan bertahan dan menjadi pemenang."

Kalimat-kalimat pada data yang telah disebutkan di atas bermaksud untuk memengaruhi pikiran pembaca, yang akhirnya akan menyetujui pendapat pembicara. Data nomor (1) menunjukkan bahwa pemulihan ekonomi bangsa Indonesia untuk tumbuh positif tergantung pada kemampuan seluruh masyarakat Indonesia dalam mengatasi pandemi. Hal tersebut merupakan sebuah pemikiran logis jika seluruh masyarakat Indonesia dapat bersatu dan bergerak bersama dalam mengatasi pandemi, maka upaya-upaya yang dilakukan guna pemulihan ekonomi nasional akan menjadi semakin efektif.

Selanjutnya dalam kalimat yang terdapat pada data (2) dapat disambungkan dengan sebuah realita yang ada, bahwa meskipun saat ini bangsa kita sedang mengalami kesulitan akibat pandemi, namun di luar kesulitan tersebut tentu selalu ada peluang-peluang baru bagi masyarakat dalam menjalani kehidupan dengan terus berkreasi dan berinovasi. Di era pandemi seperti saat ini, masyarakat bisa mulai memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mengembangkan usaha-usahanya.

b) Identifikasi

Dalam teknik identifikasi, seorang pembicara harus mampu menganalisa seluruh situasi dan hadirin yang hadir dengan seksama, dengan tujuan menghindari adanya pertikaian dan keraguan terhadap pembicara. Dengan begitu maka pembicara akan dapat dengan mudah mengidentifikasi atau menyamakan kedudukan dirinya dengan objek yang dituju. Berikut pembahasan mengenai teknik identifikasi dalam penelitian ini.

- (1) "Kita sama-sama merindukan suasana yang normal, berkegiatan seperti sediakala, dan kehidupan yang tidak dicekam ketakutan. Mari kita berjuang untuk mengakhiri pandemi ini dengan disiplin ketat menjalankan protokol kesehatan."
- (2) "Semangat pantang surut. Saya memahami kesulitan yang tengah dihadapi para pelaku usaha mikro, kecil, menengah, bahkan usaha besar di tengah pandemi ini. Omzet yang jauh menurun, penghasilan yang berkurang, dan ketidakpastian yang masih menjadi tantangan. Karena itu, pemerintah meluncurkan berbagai stimulus ekonomi dan bantuan kepada rakyat ..."

Pada data (1) menunjukkan analisa Jokowi sebagai penutur mengenai suatu hal yang sedang dirasakan oleh mitra tuturnya yaitu seluruh rakyat Indonesia. Jokowi berusaha mengidentifikasi bahwa beliau juga merasakan dampak dari adanya pandemi Covid-19 seperti halnya yang dirasakan oleh seluruh rakyatnya. Begitu juga dengan data (2). Jokowi juga berusaha menganalisa apa yang sedang dirasakan oleh para pelaku usaha yang mengalami penurunan omzet dan berkurangnya penghasilan akibat pandemi Covid-19. Oleh karena itu, beliau memberikan berbagai stimulus ekonomi dan bantuan kepada rakyatnya agar tetap bisa bangkit dan semangat meskipun dalam kesulitan seperti saat ini.

c) Sugesti

Sugesti adalah usaha memengaruhi orang lain yang dilakukan oleh seorang pembicara yang melibatkan kekuatan emosional dengan tujuan sebuah keyakinan tanpa dasar kepercayaan yang diutarakan dapat diterima oleh orang tersebut. Berikut pembahasannya.

- (1) "Target kita bukan hanya lepas dari pandemi, bukan hanya keluar dari krisis. Langkah kita adalah melakukan lompatan besar memanfaatkan momentum krisis yang saat ini sedang terjadi."
- (2) "Mari bekerja lebih keras, sembari tetap disiplin mematuhi protokol kesehatan."
- (3) "Di tengah peperangan ini, kehidupan tetap harus berjalan. Perekonomian harus terselamatkan."

Data (1) merupakan kalimat yang menggunakan teknik sugesti. Dari kalimat pada data tersebut Jokowi berusaha mensugesti seluruh masyarakat Indonesia

bahwa usaha yang beliau dan seluruh masyarakat lakukan bukan semata-mata hanya untuk terlepas dari pandemi, namun situasi seperti ini sebaiknya dimanfaatkan untuk melakukan sebuah lompatan besar yang nantinya akan membawa Indonesia menjadi negara maju. Seperti halnya data (2), maksud utama yang terkandung dalam sebuah sugesti yaitu untuk mempengaruhi. Hal tersebut terlihat dalam rangkaian kalimat pada data (2) yang mana Jokowi mensugesti seluruh masyarakat Indonesia untuk tidak terpuruk dan menyerah di situasi pandemi ini dengan bekerja lebih keras serta tetap mematuhi protokol kesehatan.

Data (3) juga mengandung maksud bahwa Jokowi seolah memengaruhi masyarakat Indonesia seraya menunggu vaksin, aktivitas tetap berjalan seperti biasa dengan tetap mematuhi protokol kesehatan terutama bidang perekonomian Indonesia agar jangan sampai terhenti dan membawa dampak buruk terhadap bangsa Indonesia.

d) Konformitas

Konformitas merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk membuat diri sama atau serupa dengan sesuatu yang diinginkan. Berikut pembahasan mengenai teknik konformitas dalam penelitian ini.

- (1) “Saya menanam sebatang pohon pulai (*Alstonia scholaris*) setinggi kurang lebih tiga meter, serentak bersama masyarakat di kawasan Taman Nasional Gunung Merapi (TNGM) Jurang Jero di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, hari ini.”
- (2) “Hari ini, saya datang dan berkunjung ke sana saat banjir belum lagi surut. Saya ingin memantau keadaan lapangan, melihat langsung sarana publik yang perlu segera diperbaiki, juga memastikan ketersediaan logistik yang dibutuhkan para pengungsi.”

Data (1) merupakan kalimat yang mengandung teknik konformitas. Dalam rangkaian kalimat tersebut Jokowi berusaha menyesuaikan dirinya dengan orang yang dipersuasi. Beliau membuktikan bahwa dirinya mampu berbuat seperti rakyat lainnya, yaitu menanam pohon pulai bersama dengan masyarakat di kawasan Taman Nasional Gunung Merapi.

Teknik konformitas selanjutnya juga ditunjukkan oleh data (2). Dalam rangkaian kalimat pada data tersebut Jokowi berusaha menunjukkan bahwa dahulu dirinya juga berasal dari keluarga sederhana. Dengan begitu beliau peduli kepada seluruh rakyatnya sehingga bersedia turun langsung ke lapangan meskipun banjir masih belum surut. Hal tersebut sebagai bentuk kepedulian beliau dengan memperbaiki sarana publik yang rusak akibat banjir dan memastikan rakyatnya tidak kekurangan bahan pangan.

e) Kompensasi

Kompensasi merupakan teknik dari sebuah persuasif yang berusaha untuk menggantikan suatu hal yang tidak dapat dipertahankan keberadaannya. Berikut pembahasan teknik kompensasi yang ditemukan dalam penelitian ini.

- (1) “Dalam situasi pandemi ini, bukan investasi yang kita harapkan untuk menggerakkan perekonomian, tapi belanja pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.”
- (2) “Tak hanya bersemangat dalam memperoleh ilmu agama, para santri muda NU juga bersemangat menjadi wirausaha untuk memajukan umat dan sesama. Bahkan, tak sedikit santri di pesantren-pesantren yang menjadi pelopor teknologi informasi ...”

Data (1) merupakan kalimat yang menggunakan teknik kompensasi, yaitu sebuah tindakan untuk menggantikan sesuatu hal yang tidak dapat diterima di situasi pandemi seperti saat ini guna menggerakkan perekonomian bangsa Indonesia. Investasi dirasa kurang mampu untuk menggerakkan perekonomian, untuk itu Jokowi mengutarakan bahwa di situasi pandemi saat ini mempercepat belanja daerahlah yang bisa memperbaiki dan menggerakkan perekonomian bangsa Indonesia.

Seperti halnya data (2), yang juga merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh para santri saat ikut serta memajukan pemberdayaan ekonomi di masa pandemi tidak hanya dengan belajar. Para santri muda tersebut mencari kemampuan lain yang dapat dilakukan yaitu dengan menjadi seorang wirausaha dan pelopor teknologi informasi. Dengan begitu maka mereka berharap akan membawa manfaat nyata bagi bangsa Indonesia terutama di bidang ekonomi.

f) Penggantian

Teknik penggantian merupakan teknik yang bertujuan menggantikan maksud yang mengalami rintangan dengan maksud lain. Berikut pembahasan mengenai teknik penggantian yang ada dalam penelitian ini.

- (1) “Mau tidak mau, pandemi ini telah mengubah cara kerja, beraktivitas, belajar, hingga cara bertransaksi kita, dari sebelumnya melalui kontak fisik (*offline*) menjadi lebih banyak secara daring (*online*).”
- (2) “Saya juga meminta mereka untuk mulai memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mengembangkan usaha, masuk ke *online*. Apa pun barangnya ...”

Uraian kalimat pada data (1) menunjukkan penggantian aktivitas kontak fisik (*offline*) menjadi daring (*online*). Hal tersebut bertujuan memutus rantai

penyebaran Covid-19 yang dapat menular ke siapapun membuat semua orang harus waspada dan senantiasa menjaga kesehatan dirinya masing-masing agar terhindar dan tidak terpapar virus Covid-19. Sehingga tidak memungkinkan apabila beraktivitas terutama bekerja dan belajar dilakukan secara *offline*, maka dari itu dilakukan penggantian yaitu menjadi secara daring (*online*). Begitu pula dengan data (2), yang juga menunjukkan penggantian yang dilakukan oleh pelaku usaha yang semula memasarkan dagangannya secara langsung, kini mulai memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memasarkan dagangannya melalui situs jual beli *online*. Bahkan kini pasar daring lebih sering dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

g) Proyeksi

Terdapat kemiripan antara teknik proyeksi dengan teknik penggantian. Dalam teknik proyeksi, ketika seseorang diminta mendeskripsikan orang lain yang tidak disenangi, maka ia akan membicarakan hal-hal positif tentang dirinya sehingga membuat ia lebih unggul dari orang tersebut. Berikut pembahasannya.

- (1) "... saya perlu menegaskan bahwa tak ada satupun tempat di Tanah Air bagi tindak terorisme. Tindakan yang biadab itu jelas bertujuan untuk menciptakan provokasi dan teror di tengah masyarakat yang ingin merusak persatuan dan kerukunan di antara warga bangsa. Saya telah memerintahkan kepada Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia untuk mengusut tuntas jaringan pelaku teror itu hingga ke akar-akarnya."
- (2) "Saya selalu menerima permintaan agar pemerintah membangun bendungan di provinsi ini. Dan itu betul, karena kunci kemakmuran NTT ini adalah air. Begitu ada air, semua bisa ditanam. Begitulah. Tidak tanggung-tanggung, tujuh bendungan kita bangun di berbagai lokasi di NTT, tiga diantaranya telah selesai."

Data (1) memproyeksikan suatu kerukunan dan persatuan yang akan diperoleh bangsa Indonesia jika Jokowi bertindak tegas mengutuk dan tidak memberikan tempat satupun bagi tindak terorisme yang ingin merusak persatuan Indonesia. Beliau juga meminta Kapolri mengusut tuntas tindak terorisme di Indonesia hingga ke akar-akarnya. Hal tersebut bermaksud memberikan kesan baik terhadap Jokowi sebagai presiden Republik Indonesia.

Begitu pula dengan kalimat pada data (2). Dalam uraian kalimat tersebut memberikan kesan baik terhadap kinerja Jokowi sebagai presiden. Hal tersebut dibuktikan dengan terealisasinya permintaan masyarakat provinsi Nusa Tenggara Timur untuk dibangun sebuah

bendungan. Tak tanggung-tanggung, tujuh bendungan telah dibangun oleh pemerintah di berbagai lokasi di provinsi Nusa Tenggara Timur.

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai teknik retorika persuasif tersebut, teknik sugesti merupakan teknik yang unik dan paling sering digunakan. Tidak hanya dalam *caption* instagram presiden Jokowi, namun dalam kehidupan sehari-hari sebagian besar masyarakat juga menggunakan teknik sugesi saat berinteraksi dengan masyarakat lainnya. Hal tersebut dikarenakan dengan menggunakan teknik sugesti memungkinkan seseorang untuk dirinya memengaruhi orang lain yang diajak berbicara lebih mudah. Terlebih jika orang yang akan dipengaruhi memiliki kemampuan berbahasa yang kurang, maka biasanya ia akan lebih mudah dikuasai melalui teknik sugesti tersebut. Begitu pula sebagai orang yang menduduki jabatan tertinggi di Indonesia, Jokowi akan lebih dipercaya oleh masyarakat karena dianggap memiliki beberapa keunggulan dan reputasi baik, sehingga yang beliau katakan akan memiliki daya sugesi yang ampuh dan membuat orang cenderung menerima keyakinan yang diberikan olehnya.

2. Penggunaan Diksi

Diksi yang ditemukan pada data yang mengandung retorika persuasif dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. Penggunaan Diksi

No.	Diksi	Jumlah
1.	Makna Denotatif	25
2.	Makna Konotatif	15
3.	Kata Umum	7
4.	Kata Khusus	4
5.	Kata Ilmiah	20
6.	Kata Populer	29

Berdasarkan dari hasil tabel di atas, diksi yang dominan ditemukan dalam *caption* akun instagram Jokowi adalah kata populer.

a) Makna Denotatif

Makna denotatif adalah makna yang memiliki arti sebenarnya dan tidak terkandung maksud atau arti lain dari arti kata sebenarnya. Ditemukan 25 data yang menggunakan makna denotatif dalam penelitian ini. Berikut penjelasannya.

- (1) "Kita boleh khawatir atas virus korona, tapi tidak perlu **panik**. Kita bisa melewatinya dengan bersatu ..."
- (2) "... industri pertambangan nasional yang bergeser dari pengekspor bahan mentah menjadi barang jadi

atau setengah jadi (hiliriasi industri) harus **konsisten** dijalankan.”

Kata *panik* dalam rangkaian kalimat pada data (1) merupakan kata yang bermakna denotatif. Arti sebenarnya dari kata panik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu rasa takut atau cemas yang dirasakan oleh seseorang secara tiba-tiba sehingga tidak bisa berpikir mengenai solusi dan jalan keluar dengan tenang. Kata panik dalam data (1) tersebut sudah tepat digunakan karena dengan kata tersebut Jokowi bermaksud ingin memberitahukan bahwa untuk menghadapi situasi pandemi saat ini sebaiknya seluruh masyarakat Indonesia tidak panik dan tetap tenang.

Begitu juga dengan kata *konsisten* pada data (2). Kata *konsisten* termasuk kata bermakna denotatif. Kata *konsisten* dalam kalimat tersebut membuat pembaca tidak akan salah dalam menafsirkan karena maknanya sudah jelas. Arti sebenarnya dari kata *konsisten* yaitu tetap dan tidak berubah-ubah.

b) Makna Konotatif

Makna konotatif merupakan makna yang tumbuh akibat pikiran atau perasaan seseorang terhadap sesuatu hal yang diucapkan maupun didengar. Berikut pembahasan mengenai teknik konotatif.

- (1) “Perintah ini saya kira tidak usah saya ulang-ulang lagi. seluruh kementerian yang berkaitan dengan banjir saya minta benar-benar **terjun ke bawah**.”
- (2) “Seperti yang pernah saya ingatkan, bahwa meluruskan berita hoaks seperti **mengumpulkan kembali beling-beling dari cawan yang pecah**. Takkan kembali utuh ...”

Frasa *terjun ke bawah* dalam data (1) di atas termasuk dalam kalimat bermakna konotatif. Kata *terjun* memiliki makna sebenarnya melompat turun ke tempat yang lebih rendah. Namun pada kalimat tersebut, makna dari frasa *terjun ke bawah* yaitu melakukan penanganan secara langsung ke lapangan yaitu tempat-tempat yang sedang terkena musibah banjir.

Selain frasa tersebut, kalimat pada data (2) juga termasuk dalam kalimat konotatif. Kalimat tersebut bukan mengandung arti sebenarnya menyatukan pecahan-pecahan kaca dari gelas yang pecah agar kembali menyatu, namun makna dari kalimat tersebut yaitu sesuatu hal yang sudah terpecah belah apabila kembali dipersatukan maka tidak akan bisa kembali utuh. Sama halnya dengan berita hoaks, berita tersebut biasanya merupakan sebuah berita yang utuh namun sebagian atau setengah dari isinya dimanipulasi untuk ditambah maupun dikurangi sehingga berita tersebut menjadi berita yang mengandung informasi tidak sebenarnya.

c) Kata Umum

Kata umum merupakan sebuah kata yang menunjuk pada keseluruhan dan memiliki ruang lingkup yang cakupannya luas. Dalam penelitian ini ditemukan 7 data yang menggunakan kata umum. Berikut penjelasannya.

- (1) “Uang PKH boleh untuk membayar keperluan sekolah, beli buku, tas atau sepatu sekolah. Boleh untuk perbaikan gizi anak-anak seperti **lauk-pauk daging, sayur, dan buah**. Yang tidak boleh untuk, misalnya, beli pulsa telepon.”
- (2) “Sembilan **bulan** dalam pandemi adalah sembilan bulan ujian bagi kesabaran dan kekuatan kita sebagai bangsa. Jangan pernah lalai, jangan pernah kendur, dan jangan patah semangat. Lindungi diri sendiri dan orang-orang tersayang.”

Data (1) terdapat kata umum yaitu *daging, sayur, dan buah*. Kata *daging, sayur, dan buah* memiliki acuan yang lebih luas dan jenis yang beragam. Sedangkan kata khusus dari kata *daging, sayur, dan buah* yaitu sebagai berikut.

- Daging : ayam, sapi, kambing, dll.
- Sayur : bayam, kol, sawi, kangkung, dll.
- Buah : durian, manggis, mangga, jeruk, dll.

Seperti halnya dengan data (2). Dalam uraian kalimat data (2) terdapat kata umum *bulan*. *Bulan* juga memiliki acuan yang lebih luas. Berdasarkan makna yang terkandung dalam kalimat pada data (2) di atas, kata khusus dari kata umum *bulan* yaitu.

- Bulan : Januari, Februari, Maret, April, dll.

Berdasarkan hal tersebut, *bulan* merupakan kata yang lebih luas acuannya maka disebut dengan kata umum. Sedangkan Januari, Februari, Maret, April, dan sebagainya memiliki acuan yang lebih khusus, maka disebut dengan kata khusus.

d) Kata Khusus

Kata khusus merupakan kata yang cakupan ruang lingkungannya lebih sempit. Berikut pembahasan mengenai kata khusus yang terdapat dalam penelitian ini.

- (1) “Kita harus meyakinkan bahwa **Indonesia** telah mempersiapkan protokol kesehatan yang ketat sehingga aman untuk dikunjungi ...”

Pada kalimat pada data di atas terdapat kata *Indonesia*. *Indonesia* termasuk dalam kata khusus karena acuannya lebih sempit/khusus. Sedangkan kata umumnya yaitu negara.

e) Kata Ilmiah

Kata ilmiah merupakan kata yang menggunakan tulisan ilmiah dalam penulisannya. Biasanya hanya bisa dipahami oleh kaum dari kalangan atas sehingga sulit dipahami oleh masyarakat biasa. Berikut penjelasannya.

- (1) “Saya sungguh-sungguh memahami bahwa keuntungan dari **omzet** para pelaku usaha mengalami penurunan di tengah pandemi saat ini. Namun, semangat jangan mengendur. Kita tidak menghadapi situasi yang sulit ini sendirian.”
- (2) “Promosikan Indonesia di masyarakat internasional untuk berwisata dan **berinvestasi** di Indonesia ...”

Pada data (1) dan data (2) terdapat kata ilmiah *omzet* dan *investasi*. Berikut penjabaran dari kata ilmiah tersebut.

- Omzet : uang hasil penjualan
- Investasi : penanaman modal

Berdasarkan kedua data di atas, dapat diketahui bahwa, kata *omzet* dan *investasi* termasuk dalam kata ilmiah. Kedua kata tersebut biasanya hanya dipahami oleh kaum kalangan atas. Kata *omzet* merupakan kata ilmiah dari kata *uang hasil penjualan* sebagai kata populernya, sedangkan kata *investasi* merupakan kata ilmiah dari kata *penanaman modal* sebagai kata populernya.

f) Kata Populer

Lain halnya dengan kata ilmiah, kata populer lebih sering digunakan oleh semua lapisan masyarakat untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini ditemukan 29 data yang menggunakan kata populer. Berikut penjelasannya.

- (1) “Kita akan melewati masa-masa sulit ini dan bangkit menuju Indonesia yang **maju** dan kita cita-citakan.”
- (2) “Di balik setiap tantangan yang muncul selalu ada **peluang** yang harus kita hadapi dan kita raih.”

Kata *maju* pada data (1) merupakan kata populer dari kata *modern* sebagai kata ilmiahnya. Kata *maju* lebih sering digunakan oleh masyarakat saat berkomunikasi. Begitu juga dengan kata *peluang* pada data (2). Kata *peluang* memiliki arti ruang gerak yang memberikan kesempatan bagi sebuah kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Kata *peluang* juga lebih dikenal dan sering digunakan oleh masyarakat saat berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil analisis mengenai penggunaan diksi dalam *caption* instagram presiden Jokowi, jenis diksi yang paling unik digunakan yaitu kata ilmiah. Hal tersebut dikarenakan dengan seseorang menggunakan diksi kata ilmiah saat ber retorika di hadapan orang lain terutama masyarakat kalangan bawah maka masyarakat akan mendapatkan kosakata baru yang mungkin belum mereka ketahui maknanya. Dengan begitu, mereka yang belum mengetahui makna dari kata ilmiah tersebut akan mencari tahu dengan bertanya kepada orang lain ataupun mencari arti kata tersebut dalam kamus.

Sehingga akan membuat orang yang semula merasa asing dan tidak tahu menjadi tahu. Hal tersebut juga dapat menambah wawasan kosakata seseorang. Begitu pula apabila kata ilmiah sering digunakan, maka lambat laun akan sering terdengar sehingga perlahan dapat dimengerti maknanya bahkan digunakan oleh masyarakat kalangan bawah ketika mereka berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut bisa merubah statusnya yang semula kata ilmiah menjadi kata populer.

3. Tujuan Retorika Persuasif

Tujuan retorika persuasif yang terdapat dalam penelitian ini yaitu: *to inform*, *to inspire*, *to convince*, dan *to ectuate*. Pengelompokan data retorika persuasif berdasarkan tujuannya dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. Tujuan Retorika Persuasif

No.	Fungsi Retorika Persuasif	Jumlah
1.	Memberikan informasi (<i>to inform</i>)	30
2.	Menimbulkan inspirasi (<i>to inspire</i>)	5
3.	Meyakinkan (<i>to convince</i>)	17
4.	Menghibur atau menyenangkan (<i>to entertain</i>)	0
5.	Menggerakkan atau mengarahkan (<i>to ectuate</i>)	48

Berdasarkan hasil tabel di atas, tujuan yang dominan ditemukan yaitu menggerakkan atau mengarahkan (*to ectuate*), dan dari 100 data yang dianalisis peneliti tidak menemukan tujuan menghibur atau menyenangkan (*to entertain*).

a) Memberikan informasi (*to inform*)

Memberikan informasi (*to inform*), merupakan tujuan retorika persuasif untuk memberikan penerangan kepada massa dengan maksud menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya. Berikut penjelasannya.

- (1) “Tak ada gelar griya (*open house*), mudik, atau salat ied di lapangan pada hari Lebaran tahun ini ...”
- (2) “Selama vaksin dan obatnya belum ada, perisai paling ampuh untuk menghindar dari virus Covid-19 adalah mengenakan masker, menjaga jarak, dan menghindari kerumunan.”

Data (1) berisi uraian kalimat yang mengandung tujuan retorika persuasif memberikan informasi (*to inform*). Dalam kalimat tersebut Jokowi memberikan

informasi kepada seluruh masyarakat Indonesia bahwa saat ini bangsa Indonesia sedang berduka akibat adanya Covid-19. Untuk itu, sebagai upaya pencegahan penularan yang semakin menyebar luas, Jokowi menghimbau agar Lebaran tahun 2020 seluruh masyarakat yang berada di perantauan tidak mudik ke kampung halaman, tidak melakukan salat id di lapangan, dan tidak ada gelar griya.

Sedangkan pada data (2) terlihat bahwa Jokowi memberikan informasi kepada seluruh masyarakat bahwa sembari menunggu datangnya vaksin, protokol kesehatan adalah satu-satunya perisai paling ampuh untuk melindungi diri agar terhindar dari virus Covid-19.

b) Mmenimbulkan inspirasi (to inspire)

Menimbulkan inspirasi (*to inspire*), yaitu tujuan retorika persuasif untuk menumbuhkan inspirasi kepada seseorang dengan teknik penyampaian yang baik. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan 5 data yang mengandung tujuan menimbulkan inspirasi (*to inspire*). Berikut pembahasannya.

- (1) "Hidup sehat dan berolahraga di era pandemi sangat penting, agar imunitas tubuh terjaga. Saya rutin bersepeda untuk menjaga kebugaran."
- (2) "Kita memang sedang menghadapi masa-masa sulit karena pandemi, tetapi di balik setiap tantangan yang muncul selalu ada peluang yang harus kita hadapi dan kita raih."

Uraian kalimat pada data (1) dan (2) mengandung tujuan retorika persuasif menimbulkan inspirasi (*to inspire*). Yang mana pada data (1) menunjukkan bahwa Jokowi rutin bersepeda karena dengan bersepeda di era pandemi seperti saat ini, imunitas tubuh akan terjaga. Hal tersebut ia maksudkan untuk membuat seluruh masyarakat Indonesia menjadi terinspirasi dan mau melaksanakan hidup sehat seperti yang telah beliau lakukan. Sedangkan data (2) berisikan kalimat yang menginspirasi seluruh masyarakat bahwa di tengah pandemi selalu ada peluang-peluang baru yang mampu membawa kita semua untuk bangkit dari musibah dan tantangan.

c) Meyakinkan (to convince)

Meyakinkan (*to convince*), yaitu tujuan retorika persuasif untuk meyakinkan massa terkait pendapat yang disampaikan agar bersedia merubah dan mengikuti pandangannya. Berikut penjelasannya.

- (1) "Percayalah, kita bangsa besar, bangsa petarung, bangsa pejuang. Insya'Allah kita mampu melewati tantangan global yang berat sekarang ini."
- (2) "Testing, tracing, dan treatment berupa pengujian yang semakin banyak, penelusuran kasus, serta perawatan pasien kita laksanakan serentak, sembari

terus-menerus mengimbuu pelaksanaan protokol kesehatan di masyarakat. Dan kita tidak sendiri. Dengan menghadapi pandemi ini bersama-sama, kita akan keluar dari masa-masa sulit ini."

Dalam kalimat pada data (1), Jokowi berusaha meyakinkan seluruh masyarakat Indonesia bahwa bangsa Indonesia adalah bangsa besar yang seluruh rakyatnya pasti mampu untuk berjuang maju melawati pandemi Covid-19 ini. Sedangkan pada data (2), Jokowi meyakinkan seluruh masyarakat dengan opini bahwa saat ini pengujian, penelusuran, dan pengobatan semakin banyak dilakukan. Maka dengan kebersamaan dalam menghadapi pandemi Covid-19, bangsa Indonesia akan segera keluar dari ancaman.

d) Menggerakkan atau mengarahkan (to ectuate)

Tujuan retorika persuasif menggerakkan atau mengarahkan (*to ectuate*), yaitu memengaruhi dan mengarahkan seseorang melaksanakan ide yang telah disampaikan oleh penutur. Berikut penjelasannya.

- (1) "Saya mengajak semua pihak untuk tetap bersemangat, menggaungkan optimisme, dan menjadikan tahun 2021 sebagai momentum untuk bangkit dan bergerak menuju negara maju ..."
- (2) "Mari kita buktikan bahwa pertumbuhan ekonomi kita di tahun 2021 ini lebih tinggi dari yang telah diperkirakan serta lapangan kerja terbuka dan kesejahteraan rakyat meningkat."

Data (1) menunjukkan bahwa Jokowi menggerakkan seluruh masyarakat Indonesia memanfaatkan peluang-peluang di masa pandemi tahun 2021 ini untuk terus bersemangat menjadikan Indonesia bangkit dari ketertinggalan sehingga menuju negara maju. Tidak jauh berbeda dari data sebelumnya, data (2) juga menunjukkan pengaruh yang dilakukan oleh Jokowi untuk menggerakkan masyarakat Indonesia terutama para ekonom dan pelaku usaha untuk bersama-sama memformulasikan kebijakan ekonomi dengan maksud membuktikan kepada dunia bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2021 meskipun di era pandemi akan tumbuh tinggi dan berkembang pesat.

Berdasarkan hasil analisis tujuan retorika persuasif, tujuan yang paling unik digunakan yakni menggerakkan atau mengarahkan (*to ectuate*). Hal tersebut dikarenakan sesuai dengan hakikat retorika persuasif, maka tujuan menggerakkanlah yang sering dicapai oleh seseorang ketika melakukan sebuah retorika persuasif. Tujuan menggerakkan dimaksudkan agar orang yang dipengaruhi bersedia melakukan sesuatu hal sesuai dengan ide yang telah disampaikan.

Dapat diketahui bahwa retorika persuasif memiliki teknik dan fungsi yang beragam dengan mengandung

berbagai diksi dalam setiap kalimat yang digunakan. Dalam kehidupan, masyarakat sering melibatkan retorika saat bertutur. Selama seseorang melakukan tindak dan usaha dalam kegiatan bertuturnya dengan dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain, selama itu pula seseorang tersebut terlibat dengan retorika.

Implementasi ilmu retorika, terutama retorika persuasif paling sering ditemukan di dalam bidang pendidikan. Penggunaan retorika persuasif tersebut memiliki maksud dan tujuan untuk mencapai keberhasilan dalam pembelajaran. Penggunaan retorika persuasif secara terarah tampak menonjol dalam pembelajaran antara pengajar dengan peserta didik di kelas.

Dalam kegiatan pembelajaran di kelas, para pengajar menerapkan prinsip-prinsip pendidikan yang sebelumnya telah dipelajari dengan memanfaatkan retorika persuasif yang didasarkan atas beberapa faktor antara lain: keadaan sekolah tempat mengajar, kondisi peserta didik yang dihadapi, jenis materi pembelajaran yang akan disajikan, dan faktor-faktor lainnya. Berbagai usaha dilakukan oleh pengajar untuk menarik minat siswanya, salah satunya dengan tuturan dan tindakan yang produktif serta menyenangkan bagi peserta didik. Berkaitan dengan hal tersebut, dapat dipahami bahwa pendidikan merupakan proses penerapan retorika.

Implementasi retorika persuasif dalam dunia pendidikan yang sering digunakan adalah teknik retorika persuasif sugesti dan rasionalisasi dengan fungsi menggerakkan atau mengarahkan (*to ectuate*). Penggunaan teknik sugesti yang diterapkan oleh guru kepada peserta didik saat pembelajaran bermaksud untuk membujuk atau mempengaruhi peserta didik menerima keyakinan atas penjelasan yang disampaikan. Contoh tuturan guru yang menunjukkan teknik retorika persuasif sugesti saat pembelajaran.

- (1) “Kalian yang berprestasi di sekolah, kelak akan menjadi generasi penerus yang sukses di masa depan”.

Contoh tuturan tersebut menunjukkan bahwa guru berusaha mensugesti peserta didik untuk rajin belajar agar menjadi siswa yang berprestasi di sekolah. Guru juga memberikan keyakinan bahwa siswa yang berprestasi akan sukses di masa depan.

Selain sugesti, pada saat pembelajaran juga sering ditemukan teknik rasionalisasi. Yang mana teknik tersebut diterapkan oleh guru kepada peserta didik untuk memberikan pembenaran terhadap suatu permasalahan. Berikut contoh tuturan guru yang menunjukkan teknik rasionalisasi.

- (1) “Meskipun tidak bisa bertemu secara tatap muka akibat pandemi, namun ujian sekolah akan tetap dilaksanakan. Soal-soal yang saya berikan sesuai

dengan materi pembelajaran yang telah saya sampaikan. Hanya siswa yang tidak mengikuti dan menyimak pembelajaran dengan baik yang akan merasa kesulitan saat ujian.”

Tuturan tersebut menunjukkan sebuah pemikiran logis bahwa peserta didik yang tidak menyimak dengan baik saat berlangsungnya pembelajaran secara daring maka akan kesulitan saat mengerjakan soal ujian yang diberikan.

Saat berlangsungnya kegiatan pembelajaran, pengajar sering menggunakan retorika persuasif yang berfungsi menggerakkan atau mengarahkan (*to ectuate*). Penggunaan retorika persuasif dengan fungsi tersebut dalam pembelajaran dimaksudkan pengajar untuk memengaruhi peserta didik melaksanakan ide atau gagasan yang disampaikan. Seperti saat pengajar bertutur untuk mempengaruhi dengan tujuan menggerakkan seluruh peserta didik agar ikut berpartisipasi mensukseskan saat akan ada penilaian sekolah adiwiyata. Berikut pembahasannya.

- (1) “Murid-murid, minggu depan sekolah kita akan ada penilaian sekolah adiwiyata. Maka, ibu mengajak semua siswa untuk menjaga kebersihan, melakukan penanaman pohon, dan tidak merusak tanaman-tanaman di lingkungan sekolah. Mari bersama kita buktikan bahwa sekolah kita ini layak mendapatkan penghargaan sebagai sekolah adiwiyata.”

Tuturan tersebut menunjukkan bahwa pengajar menggerakkan peserta didik untuk memanfaatkan peluang penilaian sekolah adiwiyata guna menjadikan sekolah mereka bangkit dan membuktikan bahwa sekolah mereka memang layak mendapatkan penghargaan adiwiyata.

Dapat disimpulkan, implementasi retorika persuasif yang diterapkan oleh seorang pengajar dalam bidang pendidikan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan proses belajar mengajar. Melalui tuturan yang baik, maka akan tercipta kegiatan belajar mengajar yang menyenangkan, begitu pula sebaliknya kurangnya penggunaan retorika dengan baik maka juga akan memengaruhi minat peserta didik untuk aktif mengikuti pembelajaran yang selalu diajarkan. Pengajar yang cakap akan memanfaatkan retorika dengan baik untuk menguasai pembelajaran di kelas. Oleh karena itu, dalam bidang pendidikan sangat diperlukan tuturan yang diharapkan dapat mencapai tujuan pendidikan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai retorika persuasif di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Teknik retorika persuasif yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu teknik rasionalisasi sebanyak 18 data, teknik identifikasi 14 data, teknik sugesti sebanyak 50 data, teknik konformitas 7 data, teknik kompensasi 6 data, teknik penggantian 3 data, dan teknik proyeksi sebanyak 2 data. Dari hasil masing-masing data berdasarkan teknik dalam penelitian tersebut membuktikan bahwa teknik yang paling dominan ditemukan yaitu teknik retorika persuasif sugesti dan paling sedikit ditemukan yaitu teknik penggantian. Hal tersebut dikarenakan presiden Jokowi lebih cenderung menggunakan teknik yang bersifat memengaruhi pendapat maupun sikap orang lain yang akan dipersuasi. Sehingga dengan ditemukannya jumlah data tersebut, semua orang terutama masyarakat Indonesia perlu memahami maksud dari tuturan presiden Jokowi terutama kalimat yang mengandung teknik sugesti dengan seksama. Dalam teknik sugesti, pembicara akan berusaha meyakinkan orang lain dengan memberikan sebuah keyakinan penuh kepada pendengar. Oleh karena itu usaha untuk mempersuasi orang lain akan lebih mudah dilakukan dengan teknik sugesi tersebut.
2. Aspek penggunaan diksi yang ditemukan sebanyak enam jenis, antara lain: makna denotatif sebanyak 25 data, makna konotatif 15 data, kata umum 7 data, kata khusus 4 data, kata ilmiah 20 data, dan kata populer sebanyak 29 data. Hasil dari masing-masing data berdasarkan diksi yang digunakan dapat diketahui bahwa yang paling banyak ditemukan yaitu diksi kata populer dan yang sedikit ditemukan yaitu kata khusus. Hal tersebut dikarenakan diksi kata populer akan lebih dapat diterima dan dipahami oleh semua orang dari masyarakat kalangan atas hingga kalangan bawah. Sebab, kata populer merupakan kata yang sering digunakan oleh seluruh masyarakat saat berkomunikasi dengan orang lain dalam kehidupannya sehari-hari. Oleh karena itu, dengan ditemukannya jumlah data yang menyatakan diksi kata populer lebih banyak ditemukan maka kebermanfaatannya yaitu agar seluruh masyarakat Indonesia dapat memahami dengan mudah tuturan retorika persuasif yang disampaikan oleh presiden Jokowi.
3. Tujuan retorika persuasif yang ditemukan yaitu memberikan informasi (*to inform*) sebanyak 30 data, menimbulkan inspirasi (*to inspire*) sebanyak 5 data, meyakinkan (*to convince*) sebanyak 17 data, menggerakkan atau mengarahkan (*to ectuate*) sebanyak 48 data. Hasil yang ditemukan pada masing-masing data menunjukkan tujuan yang paling sering ditemukan yaitu menggerakkan atau

mengarahkan (*to ectuate*), namun dalam penelitian ini tidak ditemukan tujuan menghibur atau menyenangkan (*to entertain*) dalam penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan pilihan kata dan penggunaan bahasa oleh Jokowi dalam menyampaikan informasi di unggahan instagramnya tersebut, lebih dominan bertujuan menggerakkan seluruh masyarakat Indonesia untuk menjadikan Indonesia bangkit menyusul ketertinggalan dan menuju negara maju terutama di masa pandemi seperti saat ini. Oleh karena itu, dengan ditemukannya hasil dari masing-masing data berdasarkan tujuannya, dapat membuktikan bahwa retorika persuasif yang disampaikan presiden Jokowi lebih banyak bertujuan agar seluruh masyarakat Indonesia melakukan tindakan perubahan demi terciptanya kemakmuran dan kesejahteraan bangsa.

Saran

Berkenaan dengan hasil dan pembahasan mengenai retorika persuasif dalam *caption* postingan akun instagram Jokowi, peneliti berharap adanya penelitian baru yang mampu mengembangkan penelitian yang lebih luas dan mendalam terkait retorika persuasif. Atau juga bisa meneliti dengan fokus penelitian yang sama, namun pembahasannya lebih dirinci. Hal tersebut dirasa perlu dilakukan oleh peneliti selanjutnya dengan tujuan agar bisa memberikan manfaat bagi pengembangan teori kebahasaan, serta memberikan dampak dalam memahami dan mendalami kemampuan berbicara di era modern seperti saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal. 2013. *Pengantar Retorika*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Aristoteles. 2018. *Retorika: Seni Berbicara*. Yogyakarta: BASABASI.
- Keraf, Gorys. 2007. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Laila, Ida. 2019. *Retorika Pengisi Suara dalam Acara Redaksiana dan Pemanfaatannya sebagai Alternatif Materi Pembelajaran Teks Berita di SMP*. Skripsi. Universitas Jember. (<https://repository.unej.ac.id>), diakses pada 27 Desember 2020.
- Mahsun. 2012. *Metode Analisis Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Mawaddah, Safriki Munfi'atil. 2018. *Retorika Iklan Minuman di Youtube dan Pemanfaatannya sebagai Alternatif Materi Pembelajaran Menulis Teks Iklan di SMP*. Skripsi. Universitas Jember. (<https://repository.unej.ac.id>), diakses pada 27 Desember 2020.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mozefani, Fadel. dkk. 2020. *Retorika Politik Susilo Bambang Yudhoyono: Pendekatan Analisis Wacana Kritis*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume III, No.1, Februari 2020, hlm 45-68. (<https://jurnal-umbuton.ac.id>), diakses pada 17 Januari 2021.
- Nugroho, Angga. 2015. *Analisis Variasi Kalimat dan Penggunaan Teknik Persuasif dalam Spanduk Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 di Kota Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. (<https://eprints.uny.ac.id>), diakses pada 8 Januari 2021.
- Nurgiyantoro, Burhan. 1998. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rendi. 2020. *Studi Retorika Prabowo Subianto Analisis Video (Pidato Kebangsaan Prabowo Subianto)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang. (<https://repository.radenfatah.ac.id>), diakses pada 28 Desember 2020.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

