

**BAHASA DAN CITRA DALAM RETORIKA EMPAT
GUBERNUR PADA AKUN INSTAGRAM: PENDEKATAN
RETORIKA ARISTOTELES**

SKRIPSI



OLEH:

MEI PUTRI PRIYANTI

A04219010

**PROGRAM STUDI SASRA INDONESIA
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mei Putri Priyanti
NIM : A04219010
Prodi : Sastra Indonesia
Fakultas : Adab dan Humaniora
Universitas : UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika ternyata di kemudian hari skripsi ini terbukti bukan hasil karya sendiri, saya bersedia mendapatkan sanksi berupa pembatalan gelar kesarjanaan yang saya dapatkan.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan



Mei Putri Priyanti

LEMBAR PERSETUJUAN

BAHASA DAN CITRA DALAM RETORIKA EMPAT GUBERNUR PADA
AKUN INSTAGRAM: PENDEKATAN RETORIKA ARISTOTELES

Oleh:

Mei Putri Priyanti

A04219010

Disetujui untuk diujikan oleh Tim Penguji, Program Studi Sastra Indonesia,
Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 4 Januari 2023

Pembimbing Skripsi 1



Prof. Dr. Jauharoti Alfin, S.Pd, M.Si
NIP. 197306062003122005

Pembimbing Skripsi 2



Moh Atikurrahman, M.A
NIP. 198510072019031002

Mengetahui

Ketua Program Studi Sastra Indonesia




Haris Shofiyuddin, M.Fil.I
NIP. 198204182009011012

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini telah diuji dan diterima oleh Tim Penguji, Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Sunan Ampel Surabaya pada 4 Januari 2023.

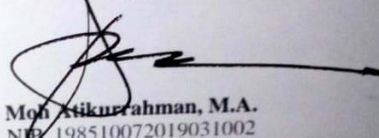
TIM PENGUJI

Penguji 1



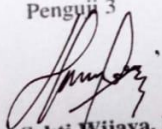
Prof. Dr. Jauharot Alfin, S.Pd, M.Si.
NIP. 197306062003122005

Penguji 2



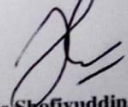
Moh. Atikurrahman, M.A.
NIP. 198510072019031002

Penguji 3



Guntur Sekti Wijaya, M.A.
NIP. 198605242019031004

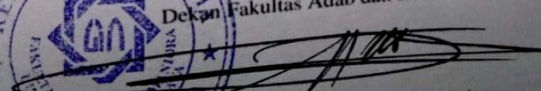
Penguji 4



Haris Shofiyuddin, M.Fil.I.
NIP. 198204182009011012



Mengetahui
Dekan Fakultas Adab dan Humaniora



H. Mohammad Kurjum, M.Ag.
NIP. 196909251994031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mei Putri Priyanti
NIM : A04219010
Fakultas/Jurusan : Adab dan Humaniora/ Sastra Indonesia
E-mail address : meiputripryanti@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

BAHASA DAN CITRA DALAM RETORIKA EMPAT GUBERNUR PADA AKUN
INSTAGRAM: PENDEKATAN RETORIKA ARISTOTELES

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Januari 2023

Penulis

(Mei Putri Priyanti)

ABSTRACT

Priyanti, Mei Putri. (2023). Language and Image In The Rhetoric of the Four Governors on Instagram Accounts: Aristotle's Rhetorical Approach. Indonesian literature. UIN Sunan Ampel Surabaya. Advisor 1: Prof. Dr. Jauharoti Alfin, S.Pd, M.Si. Advisor 2: Moh Atikurrahman, M.A.

This study aims to determine the rhetoric and language construction patterns used by the four Governors in their personal Instagram accounts. the four governors are Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Ridwan Kamil and Khofifah Indar Parawansa. This research will describe several types of rhetoric and language construction patterns used by the four governors.

The approach used in this study is the rhetoric proposed by Aristotle. This research is a qualitative descriptive study using free reading and note-taking techniques so that the writer does not participate in communication activities and only becomes a reader. Furthermore, the results of data analysis will be described in the form of pictures and sentences that describe the object of research in a narrative way.

Based on the results of data analysis, it was found that three types of rhetoric were used by the four Governors, namely deliberative rhetoric, juridical rhetoric and demonstrative rhetoric. The language construction patterns used will refer to the style of language contained in the rhetorical style, namely formal language style, unofficial language style and conversational language style.

Keyword: Rhetoric, Govenors, Personal Branding

ABSTRAK

Priyanti, Mei Putri. (2023). Bahasa dan Citra Dalam Retorika Empat Gubernur Pada Akun Instagram: Pendekatan Retorika Aristoteles. Sastra Indonesia. UIN Sunan Ampel Surabaya. Pembimbing 1: Prof. Dr. Jauharoti Alfin, S.Pd, M.Si. Pembimbing 2: Moh Atikurrahman, M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui retorika dan pola konstruksi bahasa yang digunakan oleh empat Gubernur dalam akun Instagram pribadinya. empat Gubernur tersebut ialah Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Ridwan Kamil dan Khofifah Indar Parawansa. Penelitian ini akan menjabarkan beberapa jenis retorika dan pola konstruksi bahasa yang digunakan oleh keempat Gubernur tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik membaca bebas dan catat sehingga penulis tidak ikut serta dalam kegiatan berkomunikasi dan hanya menjadi pembaca saja. Selanjutnya untuk hasil analisis data akan dijabarkan dalam bentuk gambar dan kalimat yang menggambarkan objek penelitiannya dengan cara naratif.

Berdasarkan hasil analisis data ditemukan tiga jenis retorika yang digunakan oleh empat Gubernur yaitu retorika deliberatif, retorika yuridis dan retorika demonstratif. Adapun pola konstruksi bahasa yang digunakan akan mengacu pada gaya bahasa yang terdapat pada gaya retorika yaitu gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi dan gaya bahasa percakapan.

Kata kunci: Retorika, Gubernur, Personal Branding.

DAFTAR ISI

Sampul	
Sampul Halaman	ii
Pernyataan Keaslian Tulisan	iii
Kata Pengantar	iv
Lembar Persetujuan.....	v
Lembar Pengesahan Tim Penguji	vi
Lembar Publikasi	vii
Abstact.....	viii
Abstrak	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Singkatan.....	xiii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Penelitian Terdahulu	6
Bab II Landasan Teori	
2.1 Retorika	13
2.2 Jenis Retorika	14
2.3 Gaya Bahasa Retorika	15
Bab III Metode Penelitian	
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Pengumpulan Data	18

3.2.1 Data Penelitian	18
3.2.2 Sumber Data	18
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	18
3.3 Analisa Data	19
Bab IV Analisis dan Pembahasan	
4.1 Retorika	21
4.1.1 Retorika Deliberatif	22
4.1.2 Retorika Yuridis	36
4.1.3 Retorika Demonstratif	44
4.2 Gaya Bahasa Retorika	56
Bab V Penutup	
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
Daftar Pustaka	61
Lampiran	64

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 4.1 Data Deliberatif KIP.....	23
Gambar 4.2 Data Deliberatif AB	26
Gambar 4.3 Data Deliberatif GP	30
Gambar 4.4 Data Deliberatif RK	33
Gambar 4.5 Data Yuridis KIP	37
Gambar 4.6 Data Yuridis AB.....	38
Gambar 4.7 Data Yuridis GP	41
Gambar 4.8 Data Yuridis RK.....	43
Gambar 4.9 Data Demonstratif KIP	45
Gambar 4.10 Data Demonstratif AB.....	48
Gambar 4.11 Data Demonstratif GP	51
Gambar 4.12 Data Demonstratif RK.....	54

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR SINGKATAN

- AB : Anies Baswedan
GP : Ganjar Pranowo
RK : Ridwan Kamil
KIP : Khofifah Indar Parawansa
NU : Nahdlatul Ulama
PDRB : Produk Domestik Regional Bruto
UMKM: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
CSR : Corporate Social Responsibility



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Instagram menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak peminat di Indonesia. Berdasarkan *DataIndonesia.Id* Indonesia menduduki peringkat keempat setelah tiga negara besar yaitu India, Amerika Serikat, dan Brazil dengan jumlah 99,9 juta pengguna aktif pada akhir bulan April 2022 (Rizaty, 2022). Hal ini menunjukkan bahwasannya instagram begitu berperan dalam kegiatan masyarakat. Dengan menggunakan Instagram interaksi antar sesama menjadi lebih mudah. Kita dapat berkirim pesan, mengunggah gambar, mengunggah kegiatan sehari-hari dalam bentuk video singkat, dan dapat melakukan siaran langsung, selain itu kita juga dapat melihat kegiatan yang diunggah oleh orang lain (Cahyono, 2016).

Dalam instagram seringkali kita mendengar istilah *followers* (pengikut). Semakin banyak *followers* maka semakin banyak dukungan yang diperoleh dari masyarakat. Seperti halnya yang kita lihat pada akun instagram empat gubernur ini, yaitu Anies Baswedan (AB), Ganjar Pranowo (GP), Ridwan Kamil (RK), dan Khofifah Indar Parawangsa (KIP). Keempat Gubernur tersebut memiliki jumlah *followers* lebih dari satu juta. Empat Gubernur mendulang popularitas karena banyaknya dukungan dari masyarakat (Ni'mah, 2021). Pemilihan empat Gubernur tersebut didasarkan pada salah satu sumber

yang menyebutkan bahwa empat Gubernur ini nantinya akan menyalonkan diri menjadi Presiden pada tahun 2024 mendatang (Sindonews.com, 2022). Selain menjadi calon presiden ditahun mendatang, keempat Gubernur ini merupakan seleb di media sosial. Sehingga banyak masyarakat yang mengenal keempat Gubernur tersebut.

Memiliki *followers* yang banyak dimanfaatkan oleh mereka untuk melakukan *Personal Branding*. Empat Gubernur itu menjadikan Instagram sebagai wadah untuk menunjukkan jati diri mereka kepada masyarakat umum. Karena Instagram dinilai lebih efisien dan sangat cepat dalam mempengaruhi masyarakat karena hampir semua orang memiliki akun Instagram. Selain itu, Instagram juga berfungsi untuk mengetahui bagaimana bahasa yang digunakan empat Gubernur dalam menciptakan citra positif dihadapan publik.

Kejadian ini dipacu oleh setiap unggahan terdapat *caption* yang menyertainya. Sebagai tokoh politik, setiap unggahan yang disertai *caption* ini memiliki tujuan tersendiri. Selain menunjukkan kegiatan sehari-hari, unggahan ini dianggap mampu meningkatkan citra pribadi masing-masing sehingga masyarakat dapat mengetahui sisi-sisi positif dari kepribadian Gubernur. Keadaan ini biasa disebut dengan ‘komunikasi politik’. Komunikasi politik melibatkan beberapa aspek diantaranya pesan-pesan politik, aktor politik, serta pemerintah dan kebijakannya (Husna, 2018).

Setiap Gubernur memiliki gaya yang berbeda dalam menuliskan *caption* di akun Instagramnya. Anies Baswedan menggunakan bahasa formal serta penulisan yang deskriptif sehingga *caption* yang diunggah terkesan lebih panjang. Hal ini disebabkan oleh latarbelakang pendidikannya yang merupakan alumni dari Universitas ternama UGM serta pernah menjabat menjadi rektor termuda di Universitas Paramadina selain itu Anies Baswedan juga pernah menjabat menjadi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia sehingga tata bahasa yang digunakan lebih terstruktur (Kepustakaan, 2022).

Penulisan *Caption* yang dilakukan Ganjar Pranowo lebih singkat dan bahasa yang digunakan lebih sederhana dan merakyat namun menonjolkan image baik di hadapan masyarakat. Unggahan juga didominasi oleh video-video kegiatan yang dilakukan Ganjar dalam melaksanakan tugasnya sebagai tokoh politik. Hal ini didasari oleh lingkup sosialnya yang menciptakan kepribadian Ganjar menjadi sosok yang sederhana serta aktif di berbagai kegiatan politik membuat Ganjar menjadi lihai bagaimana membangun citra yang baik di hadapan masyarakat (Rizki Saputra, 2022). Pada *caption* yang ditulis oleh Ridwan Kamil terlihat lebih terstruktur dengan adanya judul sederhana meskipun tidak menggunakan bahasa baku. Hal ini dikarenakan Ridwan Kamil merupakan lulusan Universitas Luar Negeri serta memiliki sifat humor yang tinggi.

Dalam hal ini, peran bahasa begitu menonjol. Bahasa berfungsi untuk mempersonalisasikan diri pembicaranya. Pada kajian ini nantinya akan berfokus pada kalimat yang tertulis pada *caption Instagram* dimasing-masing laman pribadi empat Gubernur. Penulisan *caption* membutuhkan pemikiran yang mendalam untuk menghasilkan kalimat-kalimat yang persuasif dan masyarakat dapat mempercayainya. Untuk itu, *content writing* sangat berperan. Dalam hal ini seorang *content writer* harus bisa membangun *engagement* atau keterlibatan pembaca dengan pesan-pesan politik yang disampaikan serta mampu membangun citra positif Gubernur dengan penggunaan bahasa yang cenderung lebih halus (Indahningrum et al., 2020).

Akan tetapi sering kali kita melihat bahwa narasi yang diciptakan oleh seorang *content writer* cenderung lebih panjang dan kurang memperhatikan penggunaan kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar. Oleh karena itu, penulis akan menitikberatkan penelitian ini pada jenis retorika pada akun Instagram empat Gubernur serta gaya bahasa retorika yang digunakan untuk membangun citra diri empat Gubernur melalui akun Instagram.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari penjabaran di atas maka permasalahan yang muncul adalah:

- a. Bagaimana retorika yang digunakan oleh empat Gubernur pada akun Instagram?

- b. Bagaimana gaya bahasa retorika yang digunakan oleh empat gubernur dalam akun Intagram?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui retorika yang digunakan oleh empat Gubernur dalam akun Instagram.
- b. Untuk mengetahui gaya bahasa retorika yang digunakan oleh empat Gubernur pada akun Instagram..

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan daya guna bagi pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

- a. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dapat memperluas cara pandang dan pengetahuan berkenaan dengan retorika Gubernur dalam *caption* instagram, serta berharap penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Mahasiswa

Penulis berharap bahwa penelitian ini akan menjadi wadah yang memiliki daya guna yang tinggi dalam

menerapkan pengetahuan penulis tentang retorika Gubernur dalam *caption* instagram. Dengan adanya penelitian ini mahasiswa diharapkan lebih giat dan termotivasi dalam melakukan penelitian.

2) Bagi Jurusan

Penulis berharap bahwa penelitian ini akan menjadi sumber rujukan untuk melakukan kajian-kajian selanjutnya serta dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran tentang retorika Gubernur dalam *caption* instagram.

3) Bagi Fakultas

Penulis berharap bahwa kajian-kajian selanjutnya yang memiliki hubungan dengan retorika akan berpijak pada penelitian ini.

4) Bagi Universitas

Sebagai bahan pemikiran dalam membuat kegiatan perkuliahan serta menetapkan cara dan sarana perkuliahan yang tepat untuk mengembangkan kecakapan analisis kebahasaan mahasiswa-mahasiswinya.

1.5 PENELITIAN TERDAHULU

Hasil penelitian tentang retorika bahasa telah dilakukan oleh banyak peneliti. Di antaranya, Adiwiyanti (2022) dalam *Analisis*

Komunikasi Politik Ganjar Pranowo pada Media Sosial Instagram dalam Menyampaikan Pesan Kepada Masyarakat mengkaji komunikasi politik Ganjar Pranowo. Kajian tersebut menghasilkan (1) komunikasi politik, dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat, Ganjar Pranowo memanfaatkan media sosial *instagram*. Dalam pesannya Ganjar seringkali memberikan selingan humor yang menjadi ciri khasnya sebagai komunikator politik. Ganjar juga sering memberikan balasan terhadap komentar-komentar masyarakat dengan hal ini masyarakat merasa dekat dengan pemimpinnya dan juga aspirasi dari rakyat kecil bisa tersampaikan.

Hal ini merupakan salah satu contoh *personal branding* yang dilakukan oleh Gubernur Jawa Tengah tersebut. (2) pesan dan peran politik, dalam hal ini Ganjar dinilai berhasil karena mampu memosisikan dirinya dengan baik ketika sedang berkomunikasi dengan rakyatnya salah satu contohnya yaitu ketika berkomunikasi dengan anak muda. Sedangkan untuk peran politik, Ganjar juga tanggap dalam menanggapi aduan masyarakat. Ganjar menganggap bahwa dirinya memiliki posisi yang sama dengan masyarakat. Terdapat tiga poin dalam pesan komunikasi politik yaitu: retorika, iklan politik dan propaganda. (3) kampanye politik, kampanye yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo melalui unggahan-unggahan disertai *caption* mengenai kegiatan apa saja yang sedang dilakukannya

bersama masyarakat dan Ganjar membuktikan bahwa komunikasi politiknya berhasil menciptakan *image* yang baik di masyarakat.

Maulina (2020) dalam judul *Citra Politik Prabowo-Sandi dalam Pemilihan Presiden (PILPRES) 2019 Di Akun Media Sosial Instagram* menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis semiotik Charles Peirce. Kajian tersebut menghasilkan, proses *branding* yang dilakukan oleh Prabowo-Sandi terbentuk dari 3 indikator *political branding* yaitu penampilan, kepribadian, pesan kunci politik. Secara umum mereka berdua digambarkan sebagai pribadi yang religius, keras, tegas, berintegritas, cerdas dan dekat dengan masyarakat.

Ni'mah (2021) dalam judul *Retorika Politik Anies Baswedan Dalam Mengomunikasikan Kebijakan Pandemi COVID-19 Di DKI Jakarta* menggunakan metode kualitatif dan paradigma konstruktif dengan teori paradigma naratif dari Walter Fisher. Penelitian ini menghasilkan (1) Anies memiliki retorika yang terstruktur dan tenang, (2) tidak pernah melakukan *overkill* dalam retorika dan komunikasinya yang *high context*. (3) Anies termasuk tipe orator *rhetorically sensitive* namun beliau memiliki kesan yang kurang tegas dan banyak mengandalkan data serta beliau termasuk tipe *administrator maker*.

Husna (2018) dalam *Retorika Simbol Islam Pada Akun Instagram Ridwan Kamil* menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan teori *rhetorical discourse* Aristoteles. Hasil penelitiannya menunjukkan

bahwa setiap unggahan foto yang berisikan simbol keislaman menunjukkan dirinya adalah sosok yang islami. Dan sebagai komunikator politik beliau memanfaatkan simbol islam sebagai media untuk menunjukkan citra baik kepada masyarakat.

Lestari, dkk (2018) dalam *Strategi Kampanye Ridwan Kamil Dalam Media Instagram* menggunakan pendekatan pragmatik kritis. Hasil penelitian ini menghasilkan (1) strategi tindak tutur yang paling banyak digunakan adalah tindak tutur asertif, (2) strategi kesantunan yang banyak digunakan adalah maksim penghargaan dengan mayoritas skala kesantunan untung/rugi dan (3) strategi propaganda yang paling sering digunakan adalah *glitterring generality*. Dengan begitu citra yang ingin dibangun oleh Ridwan Kamil adalah integritas yang tinggi, bijaksana, merakyat dan berkepribadian yang luhur.

Indahningrum (2020) judul *Implementasi Personal Branding Gubernur DKI Jakarta Melalui Instagram Pribadi* menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus instrumental menggunakan teori tindakan beralasan dan 8 konsep pembentukan personal branding milik Peter Montoya. Hasil penelitian meliputi pemanfaatan sosial media sebagai tempat untuk melakukan aktifitas marketing politik. Marketing politik yang dilakukan berupa implementasi pembentukan *personal branding*. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan sebagai instrumen pemasaran politik dirinya di sosial media.

Budiyono (2015) dengan judul *Fenomena Komunikasi Politik Dalam Media Sosial* menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya adalah media sosial cukup potensial sebagai sarana komunikasi politik akan tetapi banyak pengguna media sosial yang tidak menggunakan etika yang baik dalam berkomunikasi seperti mengejek, menyerang dan merendahkan orang lain dan perilaku destruktif lainnya. Oleh karena itu, diperlukan adanya peningkatan moral dan bahasa yang baik dalam berkomunikasi, termasuk di kancah politik dan dunia maya.

Sadasri (2019) dengan judul *Selebritas Politik Dan Gaya Komunikasi Joko Widodo Di Media Baru* menggunakan metode analisis isi. Hasil penelitiannya meliputi temuan konten di akun *facebook* miliknya. Gaya komunikasi yang dilakukan Presiden Jokowi yang tergambar dalam analisis di atas menunjukkan setidaknya sejumlah tendensi, antara lain dominasi fungsi konten yang mengarah pada *setting the agenda*, yakni mempublikasikan informasi umum pada isu politik dan isu terkini. Sedangkan aspek topik mayoritas ada pada *policy issues* dan temuan lain adalah aspek *register* yang menyangkut *tone* konten. Pada penelitian ini *referensial/neutral tone* mendominasi lebih dari separuh dari isi konten.

Daimah (2022) dengan judul *Analisis Komunikasi Politik Ridwan Kamil Pada Media Sosial Instagram Dalam Strategi Kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Barat* menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitiannya yaitu Ridwan Kamil merupakan salah satu calon Gubernur Jawa Barat yang memiliki elektibilitas cukup tinggi di Jawa Barat. Strategi yang digunakan adalah strategi kesantunan yang paling banyak digunakan adalah maksim reward dengan skala kesantunan untung/rugi mayoritas dan strategi propaganda adalah *gliterring generally*.

Setiawan (2022) dengan judul *Komunikasi Politik Anies Baswedan Dalam New Media* menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik studi pustaka. Hasil dari penelitian tersebut adalah (1) Anies Baswedan mampu melakukan manajemen kesan terhadap aspek penampilan pada ekosistem panggung. Hal ini dilakukan untuk menarik simpati publik, (2) Anies Baswedan mempunyai tujuan dan ambisi tertentu pada suatu hal yang disembunyikan dalam kehidupannya yang tidak terlihat oleh masyarakat umum. Selain itu, peneliti juga menemukan kesenjangan antara ucapan Anies Baswedan saat kampanye dan kehidupan *real life*-nya.

Dapat diketahui bahwa sejauh ini peneliti belum menemukan penelitian terdahulu yang berusaha mengungkapkan retorika bahasa pada akun Instagram Gubernur. Penelitian di atas membuat peneliti menjadi tertarik untuk meneliti lebih dalam perihal retorika bahasa pada akun Instagram Gubernur. Hal ini bertujuan untuk mengetahui jenis retorika pada akun instagram Gubernur. Selain itu, penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya bahasa retorika yang digunakan oleh empat Gubernur pada akun Instagram pribadinya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Retorika

Retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu 'Rhetorica' yang berarti seni berbicara. Aristoteles memperkenalkan dalam karyanya yang disebut dengan retorika. Leech membagi retorika menjadi dua yaitu retorika interpersonal dan retorika tekstual. Retorika interpersonal berfungsi sebagai pengungkap sikap penutur dan sebagai pengaruh pada sikap dan perilaku penutur, sedangkan retorika tekstual menggunakan bahasa sebagai media untuk mengkonstruksi atau menyunung teks (Rahmah, 2020).

Aristoteles juga mengungkapkan bahwa di dalam *rhetorical discourse* praktik mempersuasi orang atau pihak lain membutuhkan pemahaman pada prinsip-prinsip tertentu seperti *ethos*, *pathos* dan *logos*. *Ethos* merupakan karakteristik atau kredibilitas seseorang yang hadir sebagai pribadi yang dapat dipercaya oleh masyarakat umum. *Pathos* merupakan bentuk ajakan kepada orang lain sesuai dengan kerangka *state of mind*, *state of mind* berartikan perasaan seseorang dan efek dari perasaan tersebut dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang, sedangkan *logos* adalah wujud atau bukti yang disampaikan kepada pihak lain dengan ini argumen yang diberikan haruslah bersifat logis (Dahlia, 2005).

2.2 Jenis Retorika

Aristoteles membagi retorika menjadi tiga jenis, diantaranya:

a. Retorika deliberatif

Retorika Deliberatif merupakan retorika yang berfungsi untuk mempersuasi seseorang ke dalam masalah atau kebijakan pemerintah (Aristotle, 2005). Retorika ini diatur untuk mempengaruhi masyarakat ke dalam masalah kebijakan pemerintah dengan menggambarkan keuntungan dan kerugian relatif dari cara-cara alternatif di dalam melakukan suatu hal. Inti dari retorika ini adalah apa yang terjadi di masa yang akan datang jika kebijakan tertentu ditetapkan. Sehingga akan menciptakan dan memodifikasi penantian atas hal-hal yang akan datang (Amanda, 2017).

b. Retorika Forensik atau Yuridis

Retorika ini berfokus pada kejadian di masa lampau sebagai upaya untuk mengungkapkan kebenaran seseorang yang biasanya digunakan dalam proses peradilan (Aristotle, 2005).

Retorika ini juga berhubungan dengan kondisi di mana pembicara mendorong munculnya perasaan bersalah atau tidak dari pihak tertentu dan mengarah pada masa waktu lampau (Rudiansyah, 2016).

c. Retorika Demonstratif

Retorika ini berfungsi untuk memperkuat sifat baik atau bahkan sifat buruk seseorang, suatu lembaga atau gagasan (Aristotle, 2005). Retorika ini merupakan salah satu jenis retorika yang berhubungan dengan wacana yang berkaitan dengan pujian atau tuduhan. Seringkali disebut dengan retorika seremonial. lebih spesifiknya retorika ini bertujuan untuk memuji, menghormati, menyalahkan dan mempermalukan. Retorika ini juga berfokus pada isu-isu sosial yang ada pada masa sekarang (Rudiansyah, 2016),

Aristoteles mengungkapkan bahwa dalam kampanye politik biasanya dominan menggunakan retorika demonstratif. Hal ini dapat dilihat di kehidupan media sosial, dimana para tokoh politik seringkali menggunakan bahasa-bahasa yang indah untuk meningkatkan citra baiknya dihadapan masyarakat umum (Aristotle, 2005).

2.3 Gaya Bahasa Retorika

Gaya bahasa adalah cara seseorang dalam menggunakan bahasa untuk mengungkapkan suatu kalimat. Dari gaya bahasa seseorang dapat dinilai dari berbagai aspek baik dari segi pendidikan, daerah lingkungan maupun sifatnya (Sulistyarini, 2019).

Gaya merupakan sebuah ciri khas yang melekat pada diri seseorang. Sehingga seorang pembeicara haruslah pandai dalam memilih gaya bahasa yang tepat agar dapat menarik perhatian dari audiens. Penggunaan gaya bahasa retorika yang baik membuat nilai seorang pembicara akan semakin baik dihadapan audiensnya (Sulistyarini, 2019).

Gaya bahasa dan kosakata mempunyai hubungan yang saling berkesinambungan. Dalam menggunakan bahasa yang baik maka harus mengandung tiga unsur yaitu kesopanan, kejujuran dan menarik. Gaya bahasa mempunyai beberapa jenis, salah satunya adalah gaya bahasa berdasarkan pilihan kata (Sulistyarini, 2019).

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapat dibedakan menjadi tiga antara lain: gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi dan gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi dan gaya bahasa percakapan. Pada gaya bahasa resmi, bahasa yang digunakan berbentuk baku dengan EYD yang lengkap. Gaya bahasa tidak resmi menggunakan bahasa tidak baku dan EYD yang digunakan tidak lengkap, kalimatnya dominan lebih pendek dan tidak menggunakan kata penghubung.

Sedangkan pada gaya bahasa percakapan menggunakan bahasa tidak baku, sering menggunakan istilah asing, bahasa yang digunakan singkat dan tanda seru lebih banyak digunakan dan

karena gaya bahasa percakapan maka kalimat yang digunakan adalah kalimat langsung (Sulistyarini, 2019) .

Zaman sekarang ini tidak pernah luput dari media sosial. keterampilan retorika seseorang muncul begitu saja, hal ini dapat diketahui melalui unggahan-unggahan yang ada pada akun media sosial media. Seperti yang sering kita lihat bahwa saat ini Instagram begitu fenomenal dikalangan masyarakat. Selain dapat mengunggah foto dan video, pengguna juga dapat menambahkan keterangan (*caption*) pada setiap foto dan video yang diunggah.

Hal tersebut dimanfaatkan oleh beberapa tokoh masyarakat terutama tokoh politik sebagai ajang untuk mempromosikan dirinya. Dapat diketahui bahwa pada *caption* yang di unggah dalam akun Instagram pribadi Gubernur ini memiliki perbedaan dan ciri khas dari masing-masing Gubernur. Bagaimana bentuk atau gaya bahasa yang dipilih dalam mengomunikasikan sesuatu bisa dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya, latar belakang pendidikan, identitas sosial maupun lingkungan sosialnya.

Teori ini dinilai lebih relevan terhadap objek yang dikaji oleh peneliti. Bagaimana setiap foto dan *caption* yang diunggah mengandung retorika deliberatif, retorika yuridis dan retorika demonstratif serta prinsip *ethos*, *pathos* dan *logos* lalu bagaimana pola kontruksi bahasa yang digunakan dalam akun Instagram masing-masing Gubernur.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 RANCANGAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara simak bebas dan catat terhadap beberapa *caption* yang terdapat pada akun instagram pribadi Gubernur. Teknik ini dianggap relevan terhadap objek yang akan dikaji oleh peneliti.

3.2 PENGUMPULAN DATA

3.2.1 DATA PENELITIAN

Data penelitian ini berupa tangkapan layar yang berisi gambar dan kalimat yang terdapat pada *caption* instagram pribadi empat Gubernur. Pengambilan data disesuaikan dengan teori yang digunakan. Data diambil pada rentang bulan Oktober hingga bulan Desember tahun 2022. Hal ini disebabkan oleh data yang diinginkan sesuai dengan teori yang telah dijabarkan. Selain itu, data diambil dari unggahan yang terbaru dari masing-masing akun Instagram.

3.2.2 SUMBER DATA PENELITIAN

Sumber penelitian ini adalah akun instagram pribadi Gubernur, diantaranya: @aniesbaswedan, @ganjar_pranowo, @ridwankamil, dan @khofifah.ip. Hal ini dikarenakan oleh keempat Gubernur merupakan aktor politik yang aktif di sosial media. Banyak bursa-bursa yang memperuntungkan keempat Gubernur tersebut untuk pencalonan presiden di tahun 2024 mendatang.

3.2.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

a. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan teknik membaca bebas dan catat serta *capture* (tangkapan layar). Dilakukan dengan cara membaca dan memahami bagaimana retorika yang digunakan dalam akun Instagram pribadinya. Sedangkan teknik *capture* (tangkapan layar) merupakan teknik yang digunakan untuk mengambil data-data yang ditemukan dalam bentuk gambar.

b. Pengelompokkan Data

Pada tahap ini data yang sudah dikumpulkan kemudian dikelompokkan berdasarkan pada tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yaitu bagaimana retorika empat Gubernur dalam *caption* Instagram serta bagaimana pola konstruksi bahasa yang digunakan dalam membangun citra diri sebagai pejabat publik.

3.3 ANALISA DATA

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis mencoba untuk mengembangkan menjadi beberapa pengelompokan kemudian penulis akan melakukan analisa data sesuai dengan teori yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana retorika dan pola konstruksi bahasa yang digunakan oleh empat

Gubernur yaitu Ridwan Kamil, Ganjar Pranowo, Anies Baswedan dan Khofifah Indar Parawansa.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menampilkan hasil analisis dan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yaitu retorika empat Gubernur dan pola konstruksi bahasa pada akun Instagram. Analisis dilaksanakan berdasarkan gambar dan *caption* Instagram yang diunggah oleh masing-masing Gubernur pada akun Instagram yang diambil antara bulan Oktober hingga bulan Desember tahun 2022.

Data yang diperoleh selanjutnya akan dianalisis ke dalam beberapa jenis retorika dan unsur yang menyertainya serta bagaimana pola konstruksi bahasa yang digunakan oleh empat Gubernur tersebut. Berdasarkan pendapat Aristoteles, penulis akan mengelompokkan ke dalam tiga jenis retorika dan tiga unsur yang menyertainya serta pola konstruksi bahasa yang digunakan oleh empat Gubernur yang akan di deskripsikan sebagai berikut.

4.1 Retorika

Retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu 'Rhetorica' yang berarti seni berbicara. Aristoteles memperkenalkan dalam karyanya yang disebut dengan retorika. Leech membagi retorika menjadi dua yaitu retorika interpersonal dan retorika tekstual. Retorika interpersonal berfungsi sebagai pengungkap sikap penutur dan sebagai pengaruh pada sikap dan perilaku penutur, sedangkan retorika tekstual menggunakan bahasa sebagai media untuk mengkonstruksi atau menyusun teks (Rahmah,

2020). Dalam bukunya Aristoteles membagi retorika mejadi tiga jenis diantaranya: retorika deliberatif, retorika yuridis atau forensik dan retorika demonstratif.

4.1.1. Retorika Deliberatif

Retorika deliberatif merupakan retorika yang berfungsi untuk mempersuasi masyarakat ke dalam masalah atau kebijakan pemerintah. Dalam hal ini pemerintah akan memberikan gambaran mengenai keuntungan dan kerugian dalam kebijakan yang akan diterapkan. Sama seperti yang dilakukan oleh empat Gubernur yaitu AB, GP, RK dan KIP. Keempat Gubernur tersebut melakukan kebijakan di setiap wilayah yang dipimpinnya. Kebijakan tersebut disampaikan melalui media sosial pribadinya yaitu Instagram baik secara keseluruhan ataupun tidak. Dalam penyampaian kebijakan tersebut, keempat Gubernur memiliki gaya dan ciri khasnya masing-masing.

Dalam hal ini KIP sering kali memanfaatkan momen-momen penting untuk menyampaikan kebijakannya. Dapat dilihat pada akun Instagramnya @khofifah.ip, seringkali mengunggah foto atau video yang berupa kegiatan yang dilakukan selama menjalani profesi sebagai Gubernur Jawa Timur. Banyak sekali unggahan yang menunjukkan bahwa KIP sering melakukan perjalanan dinas untuk meninjau bagaimana

kondisi terkini di setiap wilayah Jawa Timur. Selain itu, KIP juga sering mengunggah poster-poster mengenai peringatan hari besar yang diperingati di Indonesia.

Tentunya setiap foto atau video yang diunggah disertai dengan keterangan mengenai maksud dan tujuannya. Selain memberikan keterangan, *caption* biasanya diberikan sisipan kalimat yang dapat memengaruhi pembaca untuk mengikuti jejak KIP tersebut. Dalam mempersuasi pembaca KIP menggunakan bahasa yang ringan dan halus, pembahasaannya juga tidak bertele-tele sehingga pembaca mudah untuk memahami apa yang dimaksudkan dari *caption* tersebut. Akan tetapi dalam penulisan *caption* tersebut banyak ditemukan kesalahan-kesalahan kecil yang sering dilakukan oleh KIP. Seperti penulisan akronim yang tidak diberikan keterangan sehingga banyak dari mereka yang tidak memahaminya, kemudian kesalahan dalam meletakkan tanda baca, selanjutnya ada beberapa kalimat yang dianggap kurang efektif.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan foto pada akun Instagram @khofifah.id yang diunggah pada tanggal 11 November 2022.



Disukai oleh danissdaniel dan lainnya

khofifah.ip Usai upacara Hari Pahlawan, Kamis (10/11) semua peserta dan pendukung upacara baik yang di halaman Tugu Pahlawan maupun yang bergabung secara virtual melakukan aksi minum jamu beras kencur yang dilakukan serentak dengan melibatkan 20.770 peserta .

Total yang bergabung secara virtual tercatat 570 akun. Sementara yang hadir di lapangan tugu pahlawan dan jembatan Suramadu tercatat 4951 orang. Aksi ini dicatat MURI sebagai pemecah rekor minum beras kencur dengan peserta terbanyak di dunia.

Semoga hal ini menjadi simbol bangkitnya UMKM Jawa Timur. Sebab beras kencur adalah produk minuman tradisional yang banyak diproduksi oleh UMKM Jawa Timur.

Saat ini UMKM Jatim memberikan kontribusi sebesar 57,81% terhadap PDRB Jatim. Sehingga UMKM harus terus didorong agar tumbuh dan semakin berkembang.

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

Gambar 4.1 Data Deliberatif KIP

Pada unggahan tersebut, terdapat gambar Gubernur KIP yang duduk bersama para jajarannya sambil minum jamu beras kencur. Aksi minum jamu beras kencur dilakukan usai melakukan upacara peringatan Hari Pahlawan yang diikuti oleh lebih dari 20.770 peserta, baik yang hadir di lapangan maupun yang hadir secara virtual.

Aksi tersebut dicatat oleh MURI sebagai pemecah rekor minum jamu beras kencur dengan peserta terbanyak di dunia. Kemudian Gubernur KIP menyatakan bahwa “*saat ini UMKM Jatim memeberikan sebesar 57,81% terhadap PDRB Jatim, sehingga UMKM harus terus didorong agar tumbuh dan berkembang*”. Retorika deliberatif dari KIP dapat dilihat dari kalimat di atas. Apabila kebijakan tersebut terus diberlangsungkan maka akan berpengaruh pada UMKM yang ada di wilayah Jawa Timur baik dari segi regulasi maupun pendanaan.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa UMKM Jatim saat ini telah menyumbangkan sebanyak 57,81% terhadap PDRB Jatim. PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu daerah dalam periode tertentu. Sehingga apabila UMKM semakin bertumbuh dan semakin maju maka kondisi ekonomi daerah tersebut akan semakin membaik.

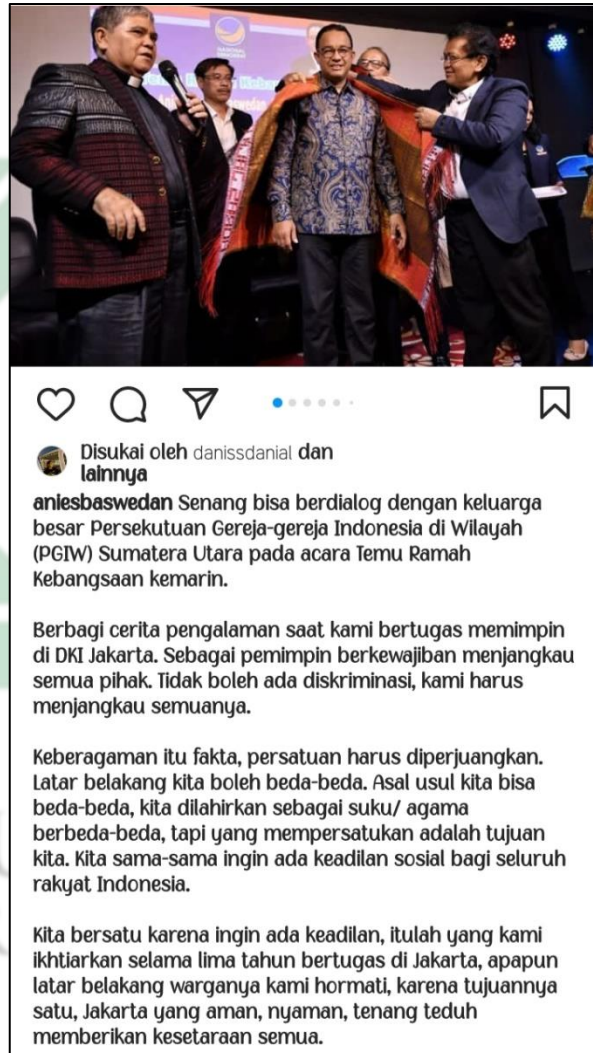
Dengan adanya dukungan langsung dari pemerintah, maka masyarakat akan terus berusaha untuk mengembangkan usaha dan terus mencari inovasi-inovasi terbaru agar usaha terus maju dan berkembang. Oleh karena itu, setiap tokoh pemerintah khususnya Gubernur akan memberikan himbauan

kepada masyarakatnya mengenai kebijakan-kebijakan apa saja yang harus dilakukan sebagai salah satu usaha untuk menyukseskan daerah pimpinannya.

Selain KIP, AB juga salah satu Gubernur yang aktif dalam bermain media sosial. Dapat diketahui dalam akun instagram pribadinya @aniesbaswedan, AB sering kali mengunggah foto atau video mengenai kegiatannya selama menjabat menjadi Gubernur DKI Jakarta. Dapat diketahui bahwa di dalam akun Instagram AB sering sekali mengunggah kegiatan-kegiatan formal. AB sering melakukan kunjungan dan melakukan berbagai kerjasama.

Dalam menuliskan *caption* AB memiliki gaya penulisan tersendiri. Dalam penulisannya AB menunjukkan kredibilitasnya sebagai Gubernur. Dalam hal ini aspek *ethos* begitu menonjol dan akan berpengaruh dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari struktur kalimat dan pemilihan katanya yang tersusun rapi dan indah. Dalam mempersuasi masyarakat AB menyusun kalimat dengan bahasa yang baku namun mudah untuk dipahami. Namun dibandingkan dengan KIP, penulisan *caption* pada akun Instagram AB hampir tidak ada kesalahan pengetikan (*typo*), akan tetapi masih ada sedikit kesalahan dalam penggunaan tanda baca.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan foto pada akun instagram @aniesbaswedan yang diunggah pada tanggal 6 November 2022.



Gambar 4.2 Data Deliberatif AB

Pada unggahan di atas, terdapat gambar Gubernur AB bersama dengan keluarga besar Persekutuan Gereja-gereja Indonesia di wilayah (PGIW) Sumatera Utara. Pada gambar

tersebut menunjukkan bahwa Gubernur AB diberikan selempang kain tenun oleh pimpinan PGIW sebagai simbol kekerabatan.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagai warga yang hidup di negara yang menjunjung tinggi ke-bhinekaan maka sepatutnya kita juga saling menghormati dan menghargai terhadap perbedaan yang ada, meninggikan toleransi serta menghindari segala bentuk tindakan yang mengarah pada deskriminasi. Kemudian Gubernur AB menyatakan bahwa *“kita bersatu karena ingin ada keadilan, itulah yang kami ikhtiarkan selama lima tahun bertugas di Jakarta, apapun latar belakang warganya kami hormati, karena tujuannya satu, Jakarta aman, nyaman, tenang teduh memberikan kesetaraan semua”*. Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa dengan adanya hubungan kekerabatan tersebut telah memberikan pengajaran kepada masyarakat bahwa sebagai negara yang memiliki keberagaman memang memiliki tantangan tersendiri untuk tetap menjadi negara yang satu, aman dan tentram. Akan tetapi jika pemerintah sudah memberikan contoh yang baik maka masyarakat secara perlahan juga akan mengikuti.

Dengan adanya dukungan langsung dari pemerintah, maka masyarakat senantiasa menerapkan kebijakan-kebijakan

untuk saling menghormati, menghargai, saling toleransi dan tidak melakukan deskriminasi terhadap perbedaan yang ada di lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, setiap tokoh pemerintah khususnya Gubernur akan memberikan himbauan kepada masyarakatnya mengenai kebijakan-kebijakan apa saja yang harus dilakukan sebagai salah satu usaha untuk menyukseskan daerah pimpinannya. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk retorika deliberatif yang digunakan oleh Gubernur AB. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan citra baiknya sebagai tokoh politik, dengan melakukan pembaharuan maka *image* yang terbangun di masyarakat akan baik.

Hal tersebut juga dilakukan oleh Gubernur GP, dalam akun Instagramnya @ganjarpranowo kita dapat melihat dan menilai bagaimana retorika deliberatif yang dibangun untuk memberikan citra yang baik untuk dirinya. Pada akun Instagramnya kita dapat melihat banyak sekali unggahan yang menyantumkan *caption* mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Gubernur GP, dan unggahan pada akun Instagram Gubernur GP dominan berbentuk video pendek atau biasa disebut dengan *reels* yang dibuat dengan *template* yang menarik, selain itu juga terdapat judul dan keterangan mengenai isi dari video tersebut.

Dari sekian banyak gambar/video dan *caption* yang diunggah, kita dapat mengetahui ciri khas atau gaya retorika dari Gubernur GP diantaranya, sering menyelipkan humor, pembawaannya santai, bahasanya ringan dan tidak terlalu formal. Dalam menuliskan *caption* tersebut GP menunjukkan kredibilitasnya sebagai pemimpin, dalam hal ini aspek *ethos* begitu menonjol, seperti yang telah diketahui bahwa *ethos* merupakan sebuah karakteristik atau kredibilitas seseorang yang hadir sebagai pribadi yang dapat dipercaya oleh masyarakat umum. selain itu juga terdapat aspek *logos* dalam unggahan di akun Instagram GP. *Logos* merupakan wujud atau bukti yang disampaikan kepada pihak lain dan argumen yang diberikan haruslah bersifat logis. Tentu dengan unggahan yang berisikan video singkat (reels) mampu memberikan bukti nyata kepada masyarakat bahwa apa yang di ucapkan atau dijanjikan oleh GP bukanlah suatu omong kosong. Dengan begitu maka masyarakat akan lebih menerima. Hal ini merupakan salah satu cara GP untuk mempersuasi masyarakat dan berupaya untuk menciptakan *image* yang baik.

Jika dibandingkan dengan KIP dan AB, penulisan *caption* pada akun Instagram GP sedikit ada kesalahan mengenai kesalahan penulisan (typo), struktur kalimat yang

dinilai kurang efektif dan penggunaan tanda baca yang kurang tepat.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan potongan video singkat (*reels*) pada akun Instagram @ganjar_pranowo yang diunggah pada tanggal 15 Desember 2022.



Gambar 4.3 Data Deliberatif GP

Pada unggahan tersebut, terdapat gambar dari cuplikan video singkat yang bertuliskan ‘namanya Hetero Space’. Gambar tersebut merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Gubernur GP untuk mempromosikan sebuah

tempat yang tidak hanya digunakan untuk nongkrong saja melainkan juga bisa untuk bekerja.

Hal ini menunjukkan bahwa GP mencoba untuk memberikan fasilitas kepada masyarakat khususnya warga Semarang, Solo dan Purwokerto untuk bisa menyalurkan kreatifitasnya dan mengembangkan usahanya. Dengan melihat peluang bahwa sekarang zaman sudah modern dan pastinya teknologi juga semakin canggih maka konsep yang diusung dalam 'Hetero Space' ini adalah anak muda, sehingga yang mengelola anak muda, dengan teknik yang biasa digunakan oleh anak muda dan sesuai dengan selera anak muda zaman sekarang. Dengan adanya tempat ini maka terbuka lapangan pekerjaan dimana anak muda memiliki tempat untuk menyalurkan kreatifitasnya.

GP juga menyatakan bahwa *“di sinilah kita mengoptimalkan seluruh UMKM yang ada di Jawa Tengah. Selain peningkatan kualitas, Hetero Space juga membuka ruang-ruang coworking space serta ruang kreasi untuk start up agar naik kelas. Semua dikelola oleh pemuda, pakai caranya pemuda dengan selera pemuda”*.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dengan adanya fasilitas yang diberikan oleh GP kepada masyarakat Jawa Tengah membuktikan bahwa GP telah melakukan upaya

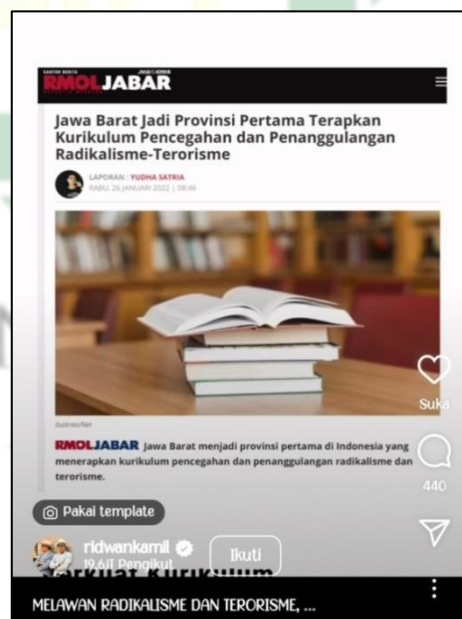
untuk mendapatkan *image* baik sebagai pimpinan yang dapat dipercaya oleh masyarakat serta sebagai bentuk deliberatif yang diterapkan dalam masa kepemimpinannya. Dengan masuk ke ranah pemuda, GP dinilai sigap dalam mengambil peluang. Karena saat ini banyak sekali pemuda yang sulit mendapatkan pekerjaan sehingga jumlah pengangguran semakin meningkat. Namun dengan adanya tempat usaha ini, selain bisa mengembangkan UMKM, masalah pengangguran juga mendapatkan solusi.

Selain KIP, AB dan GP, RK juga salah satu Gubernur yang aktif dalam bermain media sosial. Dapat diketahui dalam akun Instagram pribadinya @ridwankamil seringkali mengunggah foto atau video mengenai kegiatannya selama menjabat menjadi Gubernur Jawa Barat. Dapat diketahui bahwa di dalam akun Instagram RK selalu mengunggah kegiatan-kegiatan kedinasan. Akan tetapi, RK juga sering mengunggah tentang kehidupan pribadinya bersama keluarga.

Dalam menuliskan *caption* RK memiliki gaya penulisan tersendiri. Dalam penulisannya RK menunjukkan kredibilitasnya sebagai Gubernur. Dalam hal ini aspek *ethos* begitu menonjol dan akan berpengaruh dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari struktur kalimat dan pemilihan kata yang tersusun rapi dan indah.

Dalam mempersuasi masyarakat, RK menyusun kalimatnya dengan bahasa yang puitis sehingga pembaca seringkali merasa baper, namun demikian informasi yang diberikan mudah untuk dipahami. Dibandingkan dengan KIP, AB dan GP, penulisan *caption* pada akun Instagram RK memiliki gaya penulisan yang unik, karena setiap menuliskan *caption*, RK selalu memberi judul tentang topik apa yang ingin disampaikan kepada pembaca atau masyarakat.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan foto dari cuplikan video singkat yang diunggah pada tanggal 8 Desember 2022.



ridwankamil MELAWAN RADIKALISME DAN TERORISME,

adalah tugas mulia semua anak bangsa. Dalam hidup ini, ada dua jenis kelompok dalam mendefinisikan perbedaan. Satu kelompok melihat perbedaan sebagai rahmat dan kekayaan. Satu kelompok melihat perbedaan sebagai sumber kebencian. Yang terakhir ini harus dilawan.

Kita sepakat berhimpun dalam satu rumah besar bernama Indonesia dengan dengan takdir asal-usul yang berbeda-beda suku bangsa, budaya dan kayakinannya.

Karenanya para pendiri bangsa paham betul potensi luar biasa persatuan bangsa ini, namun juga paham potensi besar perpecahan jika tidak disatukan dalam perjanjian agung.

Perjanjian agung itu bernama Pancasila. Dan itu sudah final.

Karenanya jika ada pihak yang ingin menggerus dan menggantikan Pancasila wajib kita lawan. Sekali kita patah, maka rumah besar Indonesia itu bisa runtuh perlahan.

Menyadari dinamika ini, apalagi di era digital di mana informasi yang baik maupun sesat bisa dikonsumsi dengan cepat, maka kami awal tahun 2022 ini memulai sebuah penguatan benteng ideologi Pancasila.

Penguatan benteng itu berupa hadirnya kurikulum lokal anti radikalisme dan terorisme di level SMA/SMK di Jawa Barat.

Berbagi tugas dengan BNPT/Densus 88 yang berada di ranah penegakkan hukum melawan terorisme. Kami berada di ranah pendidikan, mencoba menyiapkan generasi baru yang lebih tangguh dan lebih kokoh kepancasilaannya.

Gambar 4.4 Data Deliberatif RK

Pada unggahan di atas, terdapat gambar tangkapan layar dari sebuah berita yang memberitahukan tentang kurikulum lokal yang akan diterapkan pada jenjang SMA/SMK di wilayah Jawa Barat mengenai pencegahan dan penanggulangan radikalisme-terorisme.

Pada gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagai warga yang hidup di negara dengan berbagai macam keberagaman, maka peluang adanya terorisme semakin banyak, oleh karena itu perlu adanya antisipasi dari berbagai pihak, salah satunya yaitu dunia pendidikan. Hal ini dilakukan untuk menghindari

sesuatu hal yang tidak diinginkan seperti perpecahan dan konflik antar suku, ras maupun agama. Selain itu, wacana akan penerapan kurikulum ini bertujuan untuk menjaga Negara agar tetap aman dan tidak terpecah belah oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab.

Kemudian Gubernur RK juga menyatakan bahwa *“menyadari dinamika ini, apalagi di era digital di masa informasi yang baik maupun sesat bisa di konsumsi dengan cepat, maka kami awal tahun 2022 ini memulai sebuah penguatan benteng ideologi pancasila. Penguatan benteng itu berupa hadirnya kurikulum lokal antiradikalisme dan terorisme level SMA/SMK di Jawa Barat”*.

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa dengan adanya penerapan Kurikulum baru ini maka pemerintah daerah Jawa Barat menginginkan adanya kemajuan dalam hal pendidikan, pertahanan dan keamanan. Dengan adanya kurikulum tersebut diharapkan mampu menciptakan lingkungan yang aman, nyaman, dan tentram.

4.1.2. Retorika Yuridis

Retorika Yuridis merupakan retorika yang berfokus pada kejadian di masa lampau sebagai upaya untuk mengungkapkan kebenaran seseorang yang biasanya digunakan dalam proses

peradilan. Retorika ini nantinya akan berhubungan dengan kondisi dimana pembicara mendorong munculnya perasaan bersalah atau tidak dari pihak tertentu dan mengarah pada masa waktu lampau.

Seperti yang dilakukan oleh empat Gubernur yaitu AB, GP, RK dan KIP. Keempat Gubernur tersebut melakukan tugas di setiap wilayah yang dipimpinnya dengan menganut tokoh yang dianggap berpengaruh di dalam perjalanan karirnya. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana cara keempat Gubernur ini memimpin di masing-masing daerah. Tentunya keempat Gubernur tersebut memiliki gaya dan ciri khasnya masing-masing.

Dalam hal ini KIP seringkali memanfaatkan momen-momen penting untuk menunjukkan keikutsertaannya sebagai tokoh politik. Dapat dilihat dari akun Instagram pribadinya @khofifah.ip seringkali mengunggah foto atau video yang berupa kegiatan yang dilakukan selama menjalani profesi sebagai Gubernur Jawa Timur. Banyak sekali unggahan yang menunjukkan bahwa KIP sering melakukan kunjungan kepada santri-santri atau hal-hal yang berhubungan dengan keagamaan. Besar kemungkinan hal ini terjadi karena KIP merupakan seseorang yang termotivasi gaya kepemimpinannya Gus Dur, kemudian KIP lahir dari salah satu partai yang berhubungan

langsung dengan Nahdlatul Ulama, sehingga sisi keagamaannya begitu kental dan menonjol.

Tentunya setiap foto atau video yang diunggah disertai dengan keterangan mengenai maksud dan tujuannya. Selain memberikan keterangan, penulisan *caption* biasanya memberikan corak bagaimana sosok di balik pemilik *caption* tersebut. Dalam mempersonalisasikan sosok panutannya, KIP menggunakan bahasa yang santun, tidak terlalu menonjolkan nilai dirinya, sederhana tetapi tetap profesional.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan foto pada akun Instagram @khofifah.ip yang diunggah pada tanggal 10 November 2022.



Gambar 4.5 Data Yuridis KIP

Pada unggahan di atas, dapat diketahui bahwa KIP menghadiri acara sholat bersama dengan Habib Syech bin Abu Bakar Assegaf di Surabaya pada Kamis, 10 November 2022. Hal ini menunjukkan bahwa acara tersebut identik dengan budaya jamaah NU, secara politik KIP besar dari partai yang juga kental akan budaya NU bahkan bisa disebut partai yang lahir dari persyarikatan NU. Antara KIP, NU dan partai yang menaunginya saling berkaitan sehingga berpengaruh pada cara kepemimpinannya dan demonstrasinya.

Lain halnya dengan AB, gaya kepemimpinan AB terlihat begitu tegas dan tidak terlalu memihak pada salah satu kelompok saja. Dalam beberapa kesempatan AB melakukan kunjungan ke kota Makassar. Hubungan kekerabatan yang dibangun atas dasar perbedaan tidak membuat Bangsa Indonesia terpecah. Dengan demikian dapat diketahui bahwa rasa toleransi dan persatuan antar masyarakat begitu kuat. Saling mendukung satu sama lain dan bersikap netral akan menjaga keutuhan Bangsa.



Gambar 4.6 Data Yuridis AB

Gaya kepemimpinan AB ini diduga mengikuti jejak seorang Presiden Soekarno, hal ini dikarenakan oleh hubungan karib antara AR Baswedan dengan Soekarno yang sering berdiskusi tentang bangsa ini. Pada masa kepemimpinannya menjadi Gubernur DKI Jakarta AB menolak adanya reklamasi yang nantinya akan memecahkan antara kalangan bawah dan kalangan atas. Hal ini juga pernah diterapkan pada masa Presiden Soekarno.

Selanjutnya gaya kepemimpinan GP yang dinilai unik karena mengikuti perkembangan zaman atau milenial. Selain

milenial, GP juga dianggap tanggap dengan perkembangan terkini. GP seringkali masuk ke lingkup anak muda dan sering mendengarkan aspirasinya. Dengan pembawaan diri yang sederhana serta suka merakyat GP menjadi idola banyak orang. Gaya tersebut dapat dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya, baik lingkungan sosial maupun politik. Partai politik menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi gaya kepemimpinan masing-masing tokoh.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan yang diunggah pada tanggal 17 November 2022.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.7 Data Yuridis GP

Sebagai salah satu tokoh politik dari ‘partai merah’, GP sedikit banyak akan mengikuti jejak para tokoh terdahulu seperti Soekarno, Megawati, Puan, Jokowi dan lain sebagainya. Karena ketika melihat jejak dari keempat tokoh tersebut gaya kepemimpinannya hampir sama, yaitu santai, sederhana dan

merakyat sehingga banyak masyarakat yang merasa menjadi bagian dari para pemimpinnya.

Sedangkan pada gaya kepemimpinan RK, terinspirasi dari sosok Soekarno, hal ini didasari oleh latar belakang pendidikan yang sama yaitu lulusan Institut Teknologi Bandung dari sarjana Teknik Arsitektur. Saat memimpin RK menerapkan sifat keteladanan dan akhlak. Hal ini karena RK ingin memberikan contoh yang baik kepada masyarakat, RK juga berusaha untuk bisa merepresentasikan wajah kota Bandung yang mencerminkan perilaku yang positif. Selain itu beliau juga menekankan pada kebijaksanaan dalam mengambil keputusan. Hal tersebut dapat dilihat dari unggahan pada tanggal 30 November 2022 berikut ini.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.8 Data Yuridis RK

4.1.3. Retorika Demonstratif

Retorika demonstratif merupakan retorika yang berfungsi untuk memperkuat sifat baik atau bahkan sifat buruk seseorang, suatu lembaga atau gagasan. Retorika ini merupakan salah satu jenis retorika yang berhubungan dengan wacana yang berkaitan dengan pujian atau tuduhan. Retorika ini bertujuan untuk memuji, menghormati, menyalahkan dan memperlakukan.

Retorika ini juga berfokus pada isu-isu sosial yang ada pada masa sekarang.

Sama seperti yang dilakukan oleh empat Gubernur yaitu AB, GP, RK dan KIP. Keempat Gubernur tersebut melakukan suatu apresiasi atau memuji terhadap individu, lembaga maupun organisasi. Selain apresiasi, keempat Gubernur tersebut juga saling menonjolkan hasil kinerjanya. Tentunya keempat Gubernur tersebut memiliki gaya dan ciri khasnya masing-masing.

Dalam hal ini KIP seringkali memanfaatkan momen-momen penting untuk menunjukkan bentuk apresiasinya. Dapat diketahui dari akun Instagramnya @khofifah.ip seringkali mengunggah foto atau bahkan video yang berupa ungkapan syukur dan rasa bangganya terhadap suatu lembaga. Banyak sekali unggahan yang menunjukkan bahwa KIP sering melakukan apresiasi terhadap semua pihak terkait. Selain itu, KIP juga sering mengunggah poster tentang beberapa pencapaian yang kemudian dilengkapi dengan *caption* yang mengandung pujian terhadap pihak yang bersangkutan.

Dalam memberikan pujian dan penghormatan kepada pihak yang bersangkutan, KIP menggunakan bahasa yang santun dan halus, pembahasannya tidak bertele-tele sehingga tujuan dari unggahan tersebut dapat dimengerti oleh pembaca/ masyarakat.

Akan tetapi dalam penulisan *caption* tersebut banyak ditemukan kesalahan-kesalahan kecil yang sering dilakukan oleh KIP seperti pola penyusunan kalimatnya kurang tepat sehingga kalimatnya menjadi tidak efektif.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan foto pada akun Instagram @khofifah.ip yang diunggah pada tanggal 17 Desember 2022.



Gambar 4.9 Data Demonstratif KIP

Pada gambar tersebut, terdapat gambar sekelompok orcestra dari SMA NU Gresik yang sedang memainkan alat musik pada acara SMA Awards yang diadakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur di Surabaya pada hari Jumat tanggal 16 Desember 2022 kemarin.

Pada unggahan tersebut Gubernur KIP menyatakan rasa terima kasihnya kepada tim orchestra SMA NU Gresik karena telah memberikan dukungan kepada para pelajar. KIP merasa bahwa dengan hadirnya tim orchestra tersebut membuat acaranya semakin meriah dan luar biasa.

Dalam hal ini retorika demonstratif diterapkan dalam penulisan *caption* Instagram KIP. hal tersebut memiliki tujuan untuk menciptakan semangat dan rasa percaya diri pada diri seseorang. Karena dengan pujian tersebut seseorang merasa bahwa perjuangannya dihargai.

Selain KIP, AB juga salah satu tokoh politik yang aktif dalam bermedia sosial. Dapat diketahui dalam akun Instagram pribadinya @aniesbaswedan, AB seringkali menunggah foto dan video mengenai kegiatannya selama menjabat menjadi Gubernur DKI Jakarta. Dapat diketahui bahwa di dala akun Instagram, AB sering melakukan kunjungan dan melakukan berbagai kerjasama.

Dalam menuliskan *caption*, AB memiliki gaya penulisan tersendiri. Dalam penulisannya AB menunjukkan kredibilitasnya sebagai Gubernur. Dalam hal ini aspek *ethos* begitu menonjol, *ethos* berfungsi sebagai magnet untuk melakukan demonstrasi kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari pola kalimat, pemilihan kata serta penentuan foto

yang diunggah. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana hasil kerja atau progres yang dilakukan oleh AB selama menjabat menjadi Gubernur DKI Jakarta. Namun jika dibandingkan dengan KIP, penulisan *caption* pada akun Instagram AB hampir tidak ada kesalahan, tetapi dalam menyusun kalimat sedikit tidak terstruktur.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan foto pada akun Instagram @aniesbaswedan yang diunggah pada tanggal 18 Desember 2022.



Gambar 4.10 Data Demonstratif AB

Pada unggahan di atas, terdapat gambar Gubernur AB yang sedang meninjau sebuah fasilitas publik EsGe Park. EsGe Park merupakan taman kreasi atau skatepark pertama yang dibangun di Jayapura Papua. Hal ini menunjukkan bahwa AB telah menciptakan suatu moment yang bertujuan untuk menunjukkan kepada publik bahwa dirinya telah memberikan suatu perubahan dan mengalami kemajuan dengan dibangunnya fasilitas tersebut.

Dengan hadirnya fasilitas tersebut diharapkan mampu memberikan ruang kepada anak muda untuk menyalurkan bakatnya. Dengan begitu masyarakat marginal merasa diperhatikan dan merasa menjadi bagian dari kota. AB menyatakan bahwa *“selalu senang melihat warga utamanya anak muda, mengisi ruang-ruang publik yang dibangun pemerintah, dengan kegiatan yang membuat mereka merasa bagian dari kota”*. Pernyataan tersebut merupakan salah satu bentuk retorika demonstratif yang dilakukan oleh AB. Dalam hal ini yang menjadi sasarannya adalah anak muda di daerah terpencil. Untuk mendapatkan suara, AB harus menciptakan *branding* yang baik, salah satunya dengan membangun sarana prasana sebagai fasilitas di ruang publik. Dengan begitu

masyarakat merasa diperhatikan dan menilai bahwa AB adalah pemimpin yang bertanggung jawab.

Berbeda dengan KIP dan AB, GP merupakan sosok yang aktif di media sosial dan kerap kali melakukan blusukan ke masyarakat kecil. Dalam akun Instagramnya GP sering mengunggah moment-moment dimana ia bersama dengan masyarakatnya. Hal ini juga salah satu cara untuk melakukan demonstrasi kepada masyarakat. Unggahan pada akun Instagram GP dominan berbentuk video pendek (reels) dengan template yang menarik, selain itu juga terdapat judul dan keterangan mengenai isi dari video singkat tersebut.

Dari sekian banyak gambar/video dan *caption* yang diunggah, kita dapat mengetahui ciri khas atau gaya retorika dari Gubernur GP diantaranya, adanya selipan humor, pembawaan dan bahasanya santai, ringan dan tidak terlalu formal di beberapa waktu tertentu. Dalam unggahan GP di Instagram terlihat aspek *ethos* dan *logos* yang menonjol. Dalam Instagramnya, kredibilitas seorang GP begitu terlihat dan identik sekali. Lalu untuk *logos* terlihat pada unggahan yang berbentuk video, video tersebut disebut sebagai wujud atau bukti yang disampaikan kepada pihak lain dan disertai argumen yang bersifat logis. Hal ini mampu memberikan bukti nyata

kepada masyarakat bahwa apa yang dijanjikan tidak hanya omong kosong belaka.

Hal ini merupakan salah satu cara GP untuk menunjukkan nilai dirinya kepada masyarakat. Jika dibandingkan dengan KIP dan AB, penulisan *caption* pada akun Instagram GP sedikit ada kesalahan mengenai pola kalimat yang tidak terstruktur dan penulisan singkatan yang tidak disertai dengan penjelasan. Berikut merupakan salah satu contoh unggahan dari potongan video singkat (reel) pada akun Instagram @ganjar_pranowo yang diunggah pada tanggal 20 Desember 2022.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.11 Data Demonstratif GP

Pada unggahan tersebut terdapat gambar dari cuplikan video singkat yang bertuliskan ‘sehingga ini semua bisa pada ujungnya nanti masuk’. Gambar tersebut merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh GP untuk menunjukkan *brandingnya* mengenai perusahaan-perusahaan di Jawa Tengah yang begitu aktif sehingga sudah terkumpul sebanyak Rp. 86 Miliar dari CSR-nya. CSR (Corporate Social Responsibility) merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan di dunia usaha

sebagai rasa tanggung jawab yang ditujukan kepada sosial dan lingkungan disekitarnya.

Hal ini menunjukkan GP mencoba untuk membuktikan bahwa dengan kebijakannya, perusahaan-perusahaan yang ada di Jawa Tengah mampu memberikan dana sebanyak Rp. 86 Miliar dalam jangka waktu satu tahun. Dengan begitu lingkungan sosialnya tidak hanya merasakan dampak negatifnya saja.

GP menyatakan bahwa *“saya sangat bersyukur perusahaan-perusahaan di Jawa Tengah selama ini cukup aktif. Buktinya dalam satu tahun Rp. 86 Miliar terkumpul dari CSR-nya. dan mestinya tahun depan bisa semakin banyak lagi”*. Pernyataan tersebut merupakan salah satu dari bentuk retorika demonstratif yang dilakukan oleh GP. Dalam hal ini yang menjadi sasarannya adalah para pelaku usaha. Untuk mendapatkan *image* yang baik, maka GP berusaha untuk memperoleh keuntungan yang nantinya akan dimanfaatkan untuk kebutuhan masyarakat. Dengan adanya CSR dari perusahaan maka pendapatan daerah juga meningkat. Hal ini nantinya akan berpengaruh pada operasional daerah yang dapat berjalan dengan lancar, selain itu lapangan pekerjaan juga semakin banyak.

Hal yang sama juga dilakukan oleh RK, RK memanfaatkan Instagram sebagai salah satu medium untuk melakukan

demonstrasi kepada masyarakat. RK seringkali disebut sebagai salah satu Gubernur yang romantis. Dalam menuliskan *caption* RK memiliki gaya tersendiri. Dalam penulisannya RK menunjukkan kredibilitasnya dengan gaya penulisan yang puitis dan indah. Hal ini dapat dilihat dari unggahan di akun Instagram pribadinya @ridwankamil yang seringkali mengunggah foto atau video mengenai kegiatannya selama menjabat menjadi Gubernur Jawa Barat.

Dalam penulisan *caption* RK menonjolkan aspek *ethos*, dimana *ethos* merupakan karakteristik atau kredibilitas seseorang yang hadir sebagai pribadi yang dapat dipercaya orang lain. Ini sebagai upaya untuk memperlihatkan kualitas dirinya dalam memimpin daerah Jawa Barat.

Dalam hal ini *ethos* juga termasuk ke dalam salah satu aspek dari retorika demonstratif. Dan seperti yang sebelumnya, dalam menulis *caption* terlihat seperti penyajian berita karena RK selalu memberikan judul sebelum memberikan deskripsi mengenai gambar yang di unggah. Ciri khas seperti itu juga salah satu bentuk retorika untuk menarik perhatian masyarakat atau pembaca.

Berikut merupakan salah satu contoh unggahan foto dari cuplikan video singkat tentang Muktamar Muhammadiyah yang diunggah pada tanggal 19 November 2022.



Gambar 4.12 Data Demonstratif RK

Pada unggahan di atas, terdapat gambar sekelompok orang yang saling menjabat juga terdapat kalimat ‘dengan dukungan keluarga besar Muhammadiyah dan Aisyiyah’. Gambar tersebut di ambil pada acara Muktamar Muhammadiyah dan Aisyiyah ke-48 di Solo yang dibuka langsung oleh Presiden Jokowi.

Seperti yang diketahui oleh masyarakat bahwa Muhammadiyah merupakan salah satu persyarikatan islam

terbesar yang ada di Indonesia. Muhammadiyah tidak hanya persyarikatan islam biasa, melainkan menjadi salah satu pejuang kemerdekaan Indonesia pada masa itu hingga saat ini Muhammadiyah menjadi salah satu pelopor kemajuan di Indonesia.

Dengan ini RK mencoba masuk menjadi bagian dari persyarikatan tersebut untuk memberikan dukungan dan juga mengapresiasi Muhammadiyah karena telah memberikan semangat yang bernuansakan islam dalam pembaruan dan kemajuan dan berharap akan terus kebersamai bangsa Indonesia dengan semangat Sang Surya.

4.2. Gaya Bahasa Retorika

Pola konstruksi bahasa merupakan suatu susunan dan hubungan kata dalam kalimat atau kelompok kata, makna suatu kata dapat ditentukan oleh konstruksi dalam kalimat atau kelompok kata. Konstruksi bahasa yang digunakan dalam konteks ini akan mengacu pada gaya retorika dimana gaya retorika memuat gaya bahasa, gaya suara dan juga gaya gerak tubuh. Namun yang dominan digunakan adalah gaya bahasa karena objek kajiannya berbentuk naratif.

Untuk mengetahui bagaimana pola konstruksi bahasa yang digunakan oleh keempat Gubernur maka akan menggunakan salah satu macam gaya bahasa yaitu gaya bahasa berdasarkan pilihan kata. Dalam

gaya bahasa tersebut terdapat gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi dan gaya bahasa percakapan.

Berdasarkan pada gambar 4.1 di atas dapat diketahui bahwa konstruksi bahasa yang digunakan oleh KIP adalah gaya bahasa resmi, hal ini dikarenakan dalam penulisan *caption* menggunakan bahasa baku yang sesuai dengan EYD. KIP menuliskan *caption* dengan bahasa yang formal karena pada gambar yang diunggah menampilkan acara yang formal yaitu upacara peringatan Hari Pahlawan. Akan tetapi dalam penulisan, KIP sering melakukan kesalahan baik dalam menyusun kalimat maupun kesalahan pengetikan serta pada penulisan singkatan sering tidak diberi penjelasan sehingga bagi masyarakat yang awam akan mengalami kesulitan dalam memahami maksud dan tujuannya.

Kemudian pada gambar 4.10 dapat diketahui bahwa konstruksi bahasa yang digunakan oleh AB adalah gaya bahasa tidak resmi, hal ini dikarenakan dalam penulisan *caption* menggunakan bahasa tidak baku yang tidak sesuai dengan EYD. Selain itu pada penulisan *caption* yang dilakukan oleh AB tidak menggunakan kata hubung serta kalimatnya cenderung lebih pendek dan strukturnya sedikit tidak berpola.

Pada gambar 4.11 dapat diketahui bahwa konstruksi bahasa yang digunakan oleh GP adalah gaya bahasa tidak resmi, hal ini dikarenakan dalam penulisan *caption* menggunakan bahasa yang tidak baku serta

tidak sesuai dengan EYD. Pada penulisan *caption* yang dilakukan oleh GP tidak menggunakan kata hubung serta kalimatnya cenderung lebih pendek. Akan tetapi terdapat beberapa kesalahan diantaranya pola penyusunan kalimat yang kurang sesuai serta penulisan singkatan yang tidak disertai dengan penjelasan, sehingga masyarakat akan mengalami kesulitan dalam memahami maksudnya.

Sedangkan pada gambar 4.12 dapat diketahui bahwa bahasa yang digunakan oleh RK adalah gaya bahasa resmi, hal ini dikarenakan dalam penulisan *caption* menggunakan bahasa baku sesuai dengan EYD. RK menuliskan *caption* dengan bahasa formal karena pada gambar yang diunggah menampilkan acara yang formal yaitu Mukhtamar Muhammadiyah ke-48. Akan tetapi dalam penulisannya masih ada sedikit kesalahan yaitu ada beberapa penggunaan kalimat yang kurang tepat. Seperti kalimat *dimana saya* pada *caption* tersebut berfungsi sebagai kalimat deklaratif sedangkan kalimat tersebut sebenarnya adalah salah satu kalimat tanya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Dari pembahasan di atas mengenai bahasa, citra, dan kuasa: retorika empat Gubernur dalam akun Instagram dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, ditemukan adanya tiga jenis retorika pada akun Instagram empat Gubernur yaitu retorika deliberatif, retorika yuridis dan retorika demonstratif. Pada retorika Deliberatif, keempat gubernur menunjukkan bagaimana keuntungan dari setiap kebijakannya. Lalu pada retorika yuridis, keempat Gubernur mampu mempersonalisasikan sosok panutannya dengan menjadi pribadi yang profesional dan tanggung jawab. Sedangkan pada retorika demonstratif, keempat Gubernur berhasil menonjolkan sisi baik dirinya dihadapan publik.

Adanya dua aspek yang muncul dalam retorika empat Gubernur yaitu aspek *Ethos* dan aspek *Logos*. *Ethos* merupakan sebuah karakteristik atau kredibilitas seseorang yang hadir sebagai pribadi yang dapat dipercaya oleh masyarakat umum. Sedangkan *logos* adalah wujud atau bukti yang disampaikan kepada pihak lain dan argumen yang diberikan haruslah bersifat logis. Adapun pola kontruksi bahasa yang digunakan keempat Gubernur tersebut adalah gaya bahasa resmi dan gaya bahasa tidak resmi.

5.2 SARAN

1. Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumber rujukan untuk pembaca di berbagai golongan.
2. Penelitian jauh dari kata sempurna dan lingkup pembahasannya masih sangat terbatas. Sehingga memberikan ruang kepada kajian selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai retorika khususnya mengenai retorika Gubernur dalam melakukan kampanye atau personal branding.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Pustaka

- Adiwiyanti, A. S. (2022). *Analisis Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Pada Media Sosial Instagram Analisis Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Pada Media Sosial Instagram Dalam Menyampaikan Pesan Kepada Masyarakat yang tidak dimiliki media konvensional*. (April), 0–4.
- Amanda, K. (2017). Apakah yang Dimaksud Retorika Deliberatif? Retrieved from <https://www.dictio.id/t/apakah-yang-dimaksud-retorika-deliberatif/4593>
- Aristotle. (2005). *Rhetoric* (W. Rhys Roberts, Trans.). 184.
- Budiyono. (2015). Fenomena Komunikasi Politik dalam Media Sosial Political Communication Phenomenon in Social Media. *Fenomena Komunikasi Politik Dalam Media Sosial Political Communication Phenomenon in Social Media*, 17(2), 143-. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/227984-fenomena-komunikasi-politik-dalam-media-468e2387.pdf>
- Cahyono, A. S. (2016). Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 140–157.
- Dahlia, D. (2005). Sejarah dan perkembangan retorika. *Humaniora*, 17(2), 142–153.
- Daima, D. (2022). *Analisis komunikasi politik ridwan kamil pada media sosial instagram dalam stragtegi kampanye pemilihan gubernur jawa barat*. (April).
- Husna, F. (2018). Retorika Simbol Islam pada Akun Instagram Ridwan Kamil. *Jurnal Komunikasi Global*, 7(1), 12–26. <https://doi.org/10.24815/jkg.v7i1.10521>
- Indahningrum, R. putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E. L., & Hernández. (2020). Implementasi Personal Branding Gubernur DKI Jakarta Melalui Akun Instagram Pribadi. In *Applied Microbiology and*

Biotechnology (Vol. 2507). Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027><https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>

Kepustakaan, P. (2022). *Pejabat Menteri*. Retrieved from <https://keputusan-presiden.perpusnas.go.id/>

Lestari, F. J., Pebrianti, S., & Syaifullah, A. R. (2018). Strategi Kampanye Ridwan Kamil Dalam Media Instagram. *FON: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 13(2). <https://doi.org/10.25134/fjpbsi.v13i2.1548>

Maulina, P., & Muttaqin, M. (2020). Citra Politik Prabowo-Sandi Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 Di Akun Media Sosial Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 40–50. <https://doi.org/10.14710/interaksi.9.1.40-50>

Ni'mah, M. (2021). Retorika Politik Anies Baswedan Dalam Mengomunikasikan Kebijakan Pandemi Covid-19 Di Dki Jakarta. In *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Rahmah, S. F. (2020). *Retorika Tekstual Dalam Novel Konspirasi Alam Semesta Karya Fiersa Besari*.

Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/>

Rizki Saputra, R. (2022). *Profil Ganjar Pranowo Gubernur Jateng, Pernah Bantu Orang Tua Jual Bensin Eceran*.

Rudiansyah. (2016). *Pemahaman Retorika*. Retrieved from <https://kajianbudayablog.wordpress.com/2016/12/03/pemahaman-retorika/>

Sadasri, L. M. (2019). Political Celebrity and Communication Style Joko Widodo on New Media. *Journal Pekommas*, 4(1), 75. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040108>

Setiawan, A. (2022). Komunikasi politik anies baswedan dalam new media. *Research Gate*, (April), 3–9.

Sindonews.com. (2022). *BERITA TERKINI-CALON PRESIDEN 2024*. Retrieved from <https://www.sindonews.com/topic/47206/calon-presiden-2024>

Sulistyarini, D. dkk. (2019). *Buku Ajar Retorika*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A