

Analisis Retorika Pada Akun Instagram @jrxsid

Achirul Satriya A.¹, Jeanette M. Evita²

¹ UPN "Veteran" Jawa Timur
satriyaanugrah10@gmail.com

² UPN "Veteran" Jawa Timur
jeanette129@gmail.com

ABSTRAK

Hadirnya orang-orang yang cukup potensial sebagai influencer tentunya bisa berpengaruh dalam memberikan dampak atau informasi yang segera menyebar ke masyarakat. Beberapa di antaranya dibekali dengan kemampuan retorika yang cukup baik. Retorika sendiri merupakan kemampuan untuk membujuk seseorang melalui pesan ataupun gestur yang diberikan, salah satunya dalam bentuk kampanye. Kemampuan retorika sendiri penting dilakukan oleh seorang komunikator agar pesan atau informasi bisa tersampaikan dengan baik ke audiens. Begitu juga yang terjadi dengan salah seorang anggota band SID (*Superman Is Dead*) yang baru-baru ini menjadi perbincangan karena tindakannya yang menyebarkan pesan melalui akun Instagram pribadinya. Banyak tanggapan yang muncul dari pihak pengguna internet baik pro ataupun kontra. Jerinx, atau yang bernama asli I Gede Ari Astina ini pernah mengunggah pernyataannya mengenai satu kasus terkait pandemic yang tentunya membuat geger masyarakat. Namun, tidak sedikit juga di antara mereka yang berpikir keras tentang pendapat Jerinx yang pernah mengatakan jika rakyat hanya dijadikan semacam percobaan saat pemerintah merencanakan untuk memproduksi vaksin Covid-19. Tentunya postingan yang dibuat Jerinx dalam media digital ini membuat masyarakat lebih aware dan berpikir dua kali mengenai fenomena yang ada di era pandemi dan memilah mana informasi yang sesuai ataupun tidak.

Kata Kunci: retorika, Jerinx, kampanye, Covid-19

ABSTRACT

The presence of people who are quite potential as influencers can certainly have an effect in providing an impact or information that will immediately spread to the community. Some of them are equipped with good rhetoric skills. Rhetoric itself is the ability to persuade someone through a given message or gesture, one of which is in the form of a campaign. The ability to rhetoric itself is important for a communicator to do so that messages or information can be conveyed properly to the audience. Likewise what happened to a member of the band SID (*Superman Is Dead*), who recently became a conversation because of his actions that spread messages through his personal Instagram account. Many responses came from internet users, both pros and cons. Jerinx, or whose real name is I Gede Ari Astina, once uploaded his

statement regarding a case related to a pandemic which certainly caused a commotion to the public. However, not a few of them thought hard about Jerinx's opinion, who said that the people as a kind of experiment when the government plans to produce covid-19 vaccine. Of course, this post made by Jerinx in digital media makes the public more aware and thinks twice about the phenomena that exist in the pandemic era and sort out which information is appropriate or not.

Keywords: rhetoric, Jerinx, campaign, Covid-19

Diterima: 20 November 2020, Direvisi: 10 Januari 2021, Diterbitkan: 26 Maret 2021

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital seperti saat ini terdapat berbagai macam jenis media yang digunakan berbagai pihak untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Media sosial kini dianggap salah satu media yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dalam hal ini Instagram, menurut data dari website napoleoncat.com, yang dikenal sebagai sebuah website untuk mengamati aktivitas pengguna Instagram, Indonesia sendiri pada Agustus 2020 memiliki 77.19 juta (77.190.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan sebelumnya yaitu 73.79 juta (73.790.000) pengguna.

Salah satu pengguna instagram yang memanfaatkan instagram untuk menyuarakan pendapatnya adalah I Gede Ari Astina atau yang biasa dipanggil “Jerinx atau Jrx”. Baru-baru ini Jerinx menggunakan instagram untuk bersuara terkait covid-19. Jerinx menyuarakan pendapatnya tentang covid-19, juga kritik terhadap berbagai pihak seperti WHO, Bill Gates, pemerintah, bahkan IDI (Ikatan Dokter Indonesia).

Dalam penelitian kali ini penulis akan melakukan studi retorika terhadap unggahan Jerinx dalam akun instagram pribadinya *@jrxsid*, yang diunggah pada tanggal 4 hingga 8 agustus 2020 yang lalu. Jerinx melontarkan kritik kepada tiga (3) figur yaitu Eric Thohir, Sri Mulyani, dan Bill Gates melalui beberapa berita dari beberapa media yang berbeda. Selain itu Jerinx juga menyuarakan tentang kebebasan berpendapat yang direnggut oleh mereka yang berkuasa.

Dalam unggahan pada tanggal 8 agustus 2020 terdapat berita yang menunjukkan bahwa ia dipolisikan. Unggahan ini berjudul “*JRX SID Ngaku Tak Akan Berhenti Mengkritik*”. Dalam caption unggahan tersebut, Jerinx menambahkan bahwa Eric Thorir, Sri Mulyani, dan Bill Gates bukanlah seorang dokter namun mereka bebas berbicara seputar kesehatan, ia merasa tukang parkir di Indonesia juga memiliki hak yang sama karena sama-sama bukan dokter.

Bahasa merupakan sistem tanda bunyi ujaran yang bersifat arbitrer atau sewenang-wenang Subroto. Sejalan dengan pendapat tersebut, bahwa bahasa merupakan sistem lambang bunyi arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri (Muhammad, 2011:40). Dapat disimpulkan

bahwa bahasa adalah alat untuk berkomunikasi, serta mengekspresikan jati diri manusia.

Bahasa berperan penting untuk berkomunikasi. Terkadang orang menggunakan bahasa yang cukup panjang dan rumit, namun ada juga yang menggunakannya dengan kosakata terbatas. Tidak menutup kemungkinan bahwa bahasa sangat berperan dalam kegiatan komunikasi masyarakat untuk bisa menyampaikan informasi.

Terdapat tiga variasi pandangan informasi. Pertama, informasi digunakan untuk menunjukkan data atau fakta yang dapat diperoleh selama tindakan komunikasi berlangsung. Kedua, informasi digunakan untuk menunjukkan makna data. Ketiga, konsep informasi menurut teori informasi, adalah seagai jumlah ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksikan sejumlah alternatif pilihan yang tersedia Fisher dalam (Moerdijati, 2012:104-106).

Dalam penyampaian informasi kemampuan retorika seseorang sangatlah penting dan dianggap sangat berpengaruh, namun menurut Campbell, retorika haruslah diarahkan kepada upaya "mencerahkan pemahaman, menyenangkan imajinasi, menggerakkan perasaan, dan mempengaruhi kemauan". Melakukan teknik retorika dengan baik dan benar dapat mempengaruhi dan membujuk audience untuk percaya dengan apa yang di sampaikan.

Menurut (Ardiansyah, 2017), mengatakan bahwa teknik retorika yang efektif mulai dikembangkan di Yunani oleh Aristoteles (384-322 SM). Aristoteles adalah seorang murid filsuf besar Yunani yakni Plato (427-347), dalam pemikirannya, Plato mengembangkan teknik dengan melakukan retorika secara lebih efektif. Plato sendiri adalah murid dari "bapak filsuf dunia" yakni Socrates (469-399 SM) Dari sumber pengajaran Socrates inilah kemudian kita mengenal teori **Lima Hukum Retorika** (*The Five Canons of Rhetoric*) yang digagas oleh Aristoteles. Sehingga Aristoteles dan ahli retorika klasik (Socrates dan Plato) memperoleh lima tahap penyusunan pidato sebagai lima hukum retorika *The Five Canons of Rhetoric* yaitu *inventio* (Penemuan), *dispositio* (Penyusunan), *elocutio* (Gaya), *memoria* (Memori), dan *pronuntitio* (Penyampaian).

Berdasarkan hal tersebut di atas, peneliti tertarik menggunakan unggahan instagram Jerinx sebagai objek penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk menggambarkan pemahaman mengenai bagaimana peristiwa sosial terjadi. Unggahan instagram yang akan digunakan adalah unggahan pada tanggal 4 hingga 8 Agustus 2020 yang mana pada unggahan tersebut Jerinx secara terang-terangan akan tetap mengkritik meskipun sebelumnya telah dipolisikan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya pada tanggal 4 sampai 8 agustus 2020
 - a. Bagaimana *Inventio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya.
 - b. Bagaimana *Dispositio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya.
 - c. Bagaimana *Elocutio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya.

- d. Bagaimana *Memoria* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya.
- e. Bagaimana *Pronountitio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan:

- *Inventio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya
- *Dispositio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya
- *Elocutio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya
- *Memoria* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya
- *Pronountitio* dalam retorika Jerinx dalam unggahan instagram pribadinya

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi baik untuk kepentingan teoritis ataupun praktis.

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan menjadi bahan kajian penelitian bagi peneliti lain, baik penelitian yang berkaitan dengan penelitian retorika lanjutan yang bersifat mengembangkan maupun penelitian sejenis yang bersifat memperluas sebagai pelengkap dalam landasan teori.

Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. **Manfaat bagi mahasiswa**

Mahasiswa yang mengambil jurusan ilmu komunikasi dapat mendalami serta memahami retorika, kemampuan dan seni dalam berbicara. Seperti diketahui retorika termasuk dalam satu diantara kemampuan berkomunikasi

2. **Manfaat bagi dosen**

Bagi dosen, dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk memperluas dan meningkatkan kajian terkait reotirika itu sendiri

3. **Manfaat bagi peneliti lain**

Dapat menjadi suatu gagasan dalam membangun paradigma terkait kemampuan berkomunikasi utamanya seni berbicara yakni retorika.

KAJIAN PUSTAKA

A. Retorika

Sejak jaman Yunani Kuno, retorika telah dikenal dan banyak digunakan hingga saat ini. Retorika sendiri berasal dari bahasa Latin *retorhika* dan dalam bahasa Yunani *rethor* yang artinya ilmu yang “berbicara”, seni bicara atau mahir berbicara (Sunarjo, 1983: 31). Menurut Sutrisno dan Wiendijarti (2014) disebutkan bahwa retorika banyak dipahami sebagai ilmu dan seni berbicara efektif. Dahulu, retorika menjadi cara melakukan pembelaan di muka pengadilan hingga masuk ke jenjang sekolah-sekolah. Retorika merupakan tradisi yang sangat berpengaruh dalam kajian munculnya Ilmu Komunikasi dan menjadi cikal bakal berkembangnya Ilmu Komunikasi terutama komunikasi ujaran atau *speech communications*.

Menurut para ahli, beberapa pengertian retorika adalah sebagai berikut.

1. Richard E. Young

Retorika adalah ilmu yang mengajarkan bagaimana kita mempelajari tentang berbagai hal yang berkaitan dengan masalah wicara tutur kata secara heuristic, epistemology dengan tujuan untuk membina saling pengertian dan kerjasama.

2. Socrates

Retorika adalah ilmu yang mempersoalkan tentang bagaimana mencari kebenaran dengan dialog sebagai tekniknya karena dialog kebenaran dapat timbul dengan sendiirnya.

3. Plato

Retorika ialah kemampuan di dalam mengaplikasikan bahasa lisan yang sempurna dan merupakan jalan bagi seseorang untuk memperoleh pengetahuan yang luas dan sempurna (Dewa et al., 2019).

Retorika ini terus berkembang hingga sekarang dan menjadi salah satu kajian dalam Ilmu Komunikasi. Menurut buku yang ditulis oleh Little John (2009) bahwa retorika sebenarnya merupakan bagian dari disiplin ilmu komunikasi karena di dalamnya terdapat simbol-simbol yang dilakukan oleh manusia. Dalam beberapa bahasannya, ditemukan juga jika retorika memiliki kaitan yang erat dengan persuasi. Menurutnya, retorika bisa disebut sebagai “*adjusting ideas to people and people to ideas*”.

Terdapat salah satu teori retorika yang disampaikan oleh Aristoteles yang menjadi dasar teori dan masih digunakan hingga saat ini. Teori retorika adalah cara menggunakan seni berbahasa yang berpusat pada pemikiran mengenai retorika (gaya atau seni berbahasa). Retorika memiliki tiga unsur penting, di antaranya:

1. **Ethos** (*ethical* atau etis): yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara seseorang berkomunikasi.
2. **Pathos** (*emotional* atau emosional): perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan psikologi Massa.
3. **Logos** (*logical* atau logis): pemilihan kata atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara (Ardiansyah, 2017).

Dalam buku yang ditulis oleh West & Turner (2008), disebutkan bahwa terdapat dua asumsi teori yang dikemukakan oleh Aristoteles yang dikaitkan dengan teori retorika, yakni pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka. Kedua hal tersebut harus diperhatikan dengan seksama agar pesan yang disampaikan oleh orator dapat efektif menjangkau para pendengarnya.

Dalam retorika sendiri, dikenal adanya kanon (*the five canons of rhetoric*) atau prinsip dasar yang mana dalam hal ini terdiri atas beberapa hal yang harus diikuti oleh pembicara agar gagasan dapat disampaikan secara efektif. Gagasan yang ditulis Aristoteles dalam Rahkmat (1994) di antaranya.

1. ***Inventio*** (penemuan)

Seorang pembicara memiliki kesempatan untuk menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang tepat. Hal ini dilakukan karena dengan pendalaman mendalam terhadap topik dan mengetahui segmentasi audiens dapat menambah nilai tambah bagi seorang orator untuk dipercaya oleh pendengarnya.

2. ***Dispositio*** (penyusunan)

Dalam tahap ini, seseorang harus menyusun dan mengorganisasikan pesan-pesan yang ingin ia sampaikan. Dengan pesan yang disusun sedemikian rupa secara koheren dan terstruktur dapat lebih mudah dipahami oleh audiens.

3. ***Elocutio*** (gaya)

Pada tahap ini diharuskan untuk memilih kata yang tepat untuk mengemas pesan-pesan. Dapat dilakukan dengan beberapa cara, mulai dari penggunaan bahasa yang baik dan benar atau menggunakan bahasa melalui kalimat yang indah dan hidup.

4. ***Memoria*** (memori)

Pembicara harus mengingat apa yang akan ia sampaikan ketika sedang berpidato.

5. ***Pronuntiatio*** (penyampaian)

Dilakukan secara lisan dengan memperhatikan suara dan gerakan badan (*body language*).

B. Kampanye

Salah satu pengertian kampanye sebagaimana yang dijelaskan oleh Rogers dan Storey (Venus, 2012:7) sebagai *serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada jumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu*. Dari pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan jika tujuan utama dari sebuah kampanye adalah menciptakan efek terhadap khalayak yang besar. Sehingga ditemukan juga bahwa setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal sebagai berikut.

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu
2. Biasanya dipusatkan dalam jangka waktu tertentu
3. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi

Menurut (Dewa et al., 2019) ada dua gerakan penyebab utama yang dapat mendukung semua ini terjadi, salah satunya adalah *environmentalism*. *Environmentalism* sendiri merupakan suatu gerakan terorganisir yang melibatkan pemerintah dan masyarakat untuk melindungi serta meningkatkan lingkungan hidup masyarakat saat ini dan di masa datang.

METODOLOGI

Dalam penelitian yang penulis lakukan, analisis yang digunakan merupakan analisis data dengan pendekatan kualitatif. Adapun penulis melakukan analisis *mengenai apa yang dikatakan* oleh orang atau perilaku yang diamati secara langsung, baik melalui konten yang diunggah melalui sosial media serta beberapa video conference yang dilakukan.

Salah satu unggahan Jerinx yang mengatakan jika rakyat hanya dijadikan “kelinci percobaan” terkait penemuan baru vaksin Covid-19 ini tentunya mendapat berbagai macam respon yang beredar di masyarakat, utamanya pengguna internet.

Penulis juga menggunakan beberapa data tambahan melalui jurnal, buku dan sumber berita yang terkait dengan topik yang dibahas. Sebagai data pendukung dari topik ini, penulis juga mengamati bagaimana tanggapan netizen melalui kolom komentar postingan pelaku. Mayoritas dari komentar yang diberikan mengaku setuju dan mendukung pernyataan dari pelaku.

Objek Penelitian

Objek penelitian yang kami gunakan berupa postingan yang dibuat oleh Jerinx atau yang bernama lengkap I Gede Ari Astina melalui akun Instagram pribadinya, berita yang memuat konferensi video (*video conference*) yang ia lakukan dan berita terkait yang kami telusuri secara daring (*online*).

Tipe Penelitian

Penelitian yang penulis laksanakan berpusat pada paradigma penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mana peneliti ditempatkan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif (Sugiono, 2010: 9). Menurut Poerwandari (2005), penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara dan observasi. Kirk dan Miller (dalam

Moleong) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai cara untuk melakukan pengamatan langsung pada individu dan berhubungan dengan orang-orang tersebut untuk mendapatkan data yang digalinya (Moleong, L.J. 2002: 3).

Tipe dan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini juga sangat beragam yang disesuaikan dengan masalah, tujuan penelitian serta sifat objek yang diteliti. Penelitian ini juga termasuk ke dalam penelitian studi kasus intrisik yang dilakukan karena ketertarikan pada satu kasus tertentu. Tujuan yang didapatkan berupa pemahaman baru mengenai kasus tersebut secara utuh tanpa ada maksud untuk menghasilkan konsep ataupun teori baru serta tanpa ada upaya mengeneralisasi.

Teknik Analisis Data

Penulis melakukan beberapa analisis terhadap data yang ditemukan berupa postingan langsung pelaku pada akun sosial media serta berita online terkait. Kami menggunakan pendekatan Retorika. Menurut Socrates, retorika sendiri merupakan ilmu yang mempersoalkan tentang bagaimana mencari kebenaran dengan dialog sebagai tekniknya, karena dialog kebenaran dapat timbul dengan sendirinya. Menurut Aristoteles, retorika memiliki tiga unsur penting, di antaranya.

1. Ethos (*ethical* atau etis) : karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara seseorang berkomunikasi
2. Pathos (*emotional* atau emosional) : perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan psikologi massa
3. Logos (*logical* atau logis) : pemilihan kata atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara

Selain menggunakan tiga unsur penting retorika menurut Aristoteles, kami juga menggunakan *The Five Canons of Rhetorica*, yakni:

1. Inventio (penemuan)
2. Dispositio (penyusunan)
3. Elocutio (gaya)
4. Pronuntiatio (penyampaian)
5. Memoria (teknik menghafal)

Pengumpulan data kali ini dilakukan dengan teknik simak catat. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan fakta empirik yang terkait penelitian yang dilakukan. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis teks. Teknik analisis teks merupakan teknik yang digunakan untuk mendeskripsikan retorika.

PEMBAHASAN

Konten Jerinx yang kami analisis telah memenuhi ketiga unsur retorika yang dikemukakan Aristoteles, di antaranya :

1. Ethos (*ethical* atau etis): karakter pembicara adalah karakter yang termasuk blak-blakan dan frontal terhadap opini yang ia sampaikan kepada publik. Hal ini terlihat melalui gestur dan nada suaranya yang cenderung mantap saat memberikan pernyataan kepada awak media.

2. Pathos (*emotional* atau emosional): pembicara yakni Jerinx membagikan konten yang membuat publik, utamanya pengguna sosial media bisa belajar berpikir dari sisi lain suatu fenomena yang dalam hal ini adalah pembuatan suntik untuk Covid-19.
3. Logos (*logical* atau logis): pemilihan kata Jerinx dalam menyampaikan pendapatnya juga disertai bukti pendukung berupa berita terkait.

The Five Canons of Rhetoric atau Hukum Lima Kanon Retorika dalam unggahan Jerinx melalui akun Instagram, diantaranya:

1. *Inventio* (penemuan): *inventio* berarti penemuan yang dimaksud adalah mencari bukti dan atau alasan yang tepat. Pada tahap ini, pembicara menggali topik yang sesuai dengan unggahan-unggahan sebelumnya serta tepat untuk khalayak dalam hal ini pengikutnya di Instagram. Menurut Aristoteles, retorika merupakan *kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada* (Fazriyah et al., 2014). Dalam tahap ini pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan pendukung argumentasi retorika: stasis dan topoi.

Dalam unggahan Jerinx pada tanggal 8 Agustus melihat hasil tangkapan layar ada tiga headline berita dan satu bukti bahwa Bio Farma menggandeng *Gates Foundation* atau yayasan swasta yang didirikan oleh Bill dan Melinda Gates untuk membuat vaksin. Melalui unggahan tersebut Jerinx membawa permasalahan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19 atau virus corona dan anggapannya bahwa Covid-19 adalah konspirasi dan menguntungkan Bill Gates dan WHO dan menunjukkan berita melalui headline-nya saja.

Begitu juga dengan unggahan melalui akun Instagramnya pada 4 Agustus 2020, yang mana Jerinx mengunggah postingan mengenai berita tentang petugas medis yang enggan membantu salah seorang pasien yang melahirkan di kamar mandi karena dicurigai memiliki tanda-tanda positif Covid. Jerinx pun memberikan komentarnya terhadap pemberitaan ini bahwa pemerintah melakukan aksi untuk pembentukan vaksin dan pelaksanaan rapid test, namun kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum dilayani dengan baik bahkan dalam keadaan genting sekalipun.

2. *Dispositio* (penyusunan): Pada tahap ini pembicara menyusun pesan yang akan di sampaikan. Aristoteles menyebutnya *taxis*, yang berarti pembagian. Pesan harus dibagi ke dalam beberapa bagian yang saling terkait secara logis. Susunan berikut ini mengikuti kecenderungan pola berpikir manusia, yaitu: pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog. Menurut Aristoteles, pengantar berfungsi menarik perhatian, menumbuhkan kredibilitas, dan menjelaskan tujuan. Retorika dalam unggahan Jerinx selalu mengaitkan dengan permasalahan pemerintah dalam menangani pandemi covid-19 dan konspirasi terkait covid dengan berbagai foto atau video yang sesuai, seperti tangkapan layar headline/isi berita yang mendukung.

Hal ini sesuai dengan unggahan Jerinx pada 4 Agustus lalu. Ia memulai postingan tersebut dengan pengantar berupa memberikan bukti bahwa ada tenaga medis yang bersikap kurang profesional. Lalu, ia juga memberikan pernyataan “...sehari ada berapa ibu hamil yang diperlakukan seperti ini?”. Jerinx juga memberikan argumentasinya berupa apakah yang harus dilakukan rakyat jika ada masalah serupa seperti ini. Sebagai konklusi dari postingannya, ia mengajak para *followers* atau pengikut Instagramnya untuk menginfokan jika menemukan kasus serupa melalui komen postingan tersebut.

3. *Elocutio* (Gaya): Pada tahap ini pembicara mengemas pesan dan menyampaikannya dengan kata-kata dan bahasa yang tepat. Pada unggahannya Jerinx menyisipkan ketidaksetujuannya terhadap wacana covid-19, kebebasan berpendapat, serta keresahan masyarakat terkait pandemi covid-19.

Hal ini juga didukung kembali dengan postingan yang ia unggah pada 4 Agustus 2020 lalu yang mana ia memberikan tangkapan layar sebuah berita tentang seorang ibu yang positif corona dan bayi dalam kandungannya meninggal akibat pelaksanaan rapid. Bahkan beberapa di antaranya ditolak oleh rumah sakit karena belum mampu membayar tes corona. Jerinx menyampaikan pendapatnya terhadap pemerintah dengan ujaran “..lagi, lagi dan lagi, ibu-ibu ini tetap dipaksa rapid hingga bayi-bayinya meninggal..”

4. *Memoria* (memori) : Dalam (Fazriyah et al., 2014) mengatakan bahwa senjata orator untuk mengingat apa yang hendak disampaikan. Disini Jerinx mampu menyampaikan pesannya dengan baik tanpa adanya kesalahan baik dalam foto ataupun caption yang diberikan dalam unggahannya. Bahkan dalam unggahan yang ia berikan pada rentang 4-8 Agustus 2020, Jerinx tidak hanya menyampaikan pendapatnya, namun juga memberikan bukti tangkapan layar mengenai berita pendukung terhadap pernyataannya tersebut. Jerinx juga tidak menutup diri terhadap komentar yang diberikan para pengikutnya di Instagram. Ia terbuka dengan segala pendapat yang ada bahkan beberapa di antara komen tersebut juga mendapat balasan.
5. *Pronuntiatio* (penyampaian): Pada tahap ini pembicara menyampaikan pesannya, disini akting dan kepandaian mengolah kata sangat berperan. Jerinx menyampaikan pesannya melalui unggahan di akun pribadinya dengan kalimat yang tersusun rapi dengan meng-highlight kata-kata tertentu dan menyertakan link berita yang dikutipnya untuk semakin meyakinkan khalayak.

Jerinx juga dikenal karena penyampainnya yang cukup frontal dan apa adanya. Hal ini terbukti melalui postingan yang ia unggah pada 4 dan 8 Agustus 2020. Tanpa pengantar yang berlebihan, ia langsung mengomentari fenomena yang terjadi dan memberikan kesimpulan bahkan dengan sudut pandang yang berbeda.

SIMPULAN

Kampanye bisa diartikan sebagai suatu tindakan untuk mempengaruhi orang berdasarkan gerakan tubuh atau perkataan yang dilakukan oleh komunikator. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk dari penerapan retorika. Retorika sendiri berasal dari bahasa Latin *retorhika* dan dalam bahasa Yunani *rethor* yang artinya ilmu yang berbicara, seni bicara atau mahir berbicara (Sunarjo, 1983: 31). Menurut (Sutrisno & Wiendijarti, 2014) disebutkan bahwa retorika banyak dipahami sebagai ilmu dan seni berbicara efektif. Menurut Aristoteles, terdapat tiga unsur yang penting dalam pendekatan retorika yang sudah dipenuhi oleh pelaku, di antaranya:

1. *Ethos* (*ethical* atau etis): karakter pembicara adalah karakter yang termasuk blak-blakan dan frontal terhadap opini yang ia sampaikan kepada publik. Hal ini terlihat melalui gestur dan nada suaranya yang cenderung mantap saat memberikan pernyataan kepada awak media.

2. *Pathos* (*emotional* atau emosional): pembicara yakni Jerinx membagikan konten yang membuat publik, utamanya pengguna sosial media bisa belajar berpikir dari sisi lain suatu fenomena yang dalam hal ini adalah pembuatan suntik untuk Covid-19.
3. *Logos* (*logical* atau logis): pemilihan kata Jerinx dalam menyampaikan pendapatnya juga disertai bukti pendukung berupa berita terkait.

Selain itu, terdapat pula prinsip dasar dari sebuah retorika atau yang disebut dengan *the five canons of rhetoric*. Gagasan yang ditulis Aristoteles dalam Rahkmat (1994) di antaranya.

1. *Inventio* (penemuan): *inventio* berarti penemuan yang dimaksud adalah mencari bukti dan atau alasan yang tepat. Pada tahap ini, pembicara menggali topik yang sesuai dengan unggahan-unggahan sebelumnya serta tepat untuk khalayak dalam hal ini pengikutnya di Instagram. Menurut Aristoteles, retorika merupakan “kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada”(Fazriyah et al., 2014).

Dalam tahap ini pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan pendukung argumentasi retorika: stasis dan topoi.

Dalam unggahan Jerinx pada tanggal 8 agustus melihatkan hasil tangkapan layar ada tiga headline berita dan satu bukti bahwa Bio Farma menggandeng Gates Foundation untuk membuat vaksin. Melalui unggahan tersebut Jerinx membawa permasalahan pemerintah dalam menangani pandemi *Covid-19* dan anggapannya bahwa covid adalah konspirasi dan menguntungkan Bill Gates dan WHO dan menunjukkan berita melalui headline-nya saja.

2. *Dispositio* (penyusunan): Pada tahap ini pembicara menyusun pesan yang akan disampaikan. Aristoteles menyebutnya *taxis*, yang berarti pembagian. Pesan harus dibagi ke dalam beberapa bagian yang saling terkait secara logis. Susunan berikut ini mengikuti kecenderungan pola berpikir manusia, yaitu: pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog. Menurut Aristoteles, pengantar berfungsi menarik perhatian, menumbuhkan kredibilitas dan menjelaskan tujuan. Retorika dalam unggahan Jerinx selalu mengaitkan dengan permasalahan pemerintah dalam menangani pandemi *Covid-19* dan konspirasi terkait covid dengan berbagai foto atau video yang sesuai, seperti tangkapan layar headline/isi berita yang mendukung.
3. *Elocutio* (Gaya): Pada tahap ini pembicara mengemas pesan dan menyampaikannya dengan kata-kata dan bahasa yang tepat. Pada unggahannya Jerinx menyisipkan ketidaksetujuannya terhadap wacana *Covid-19*, kebebasan berpendapat, serta keresahan masyarakat terkait pandemi *Covid-19*.
4. *Pronuntiatio* (penyampaian): Pada tahap ini pembicara menyampaikan pesannya, disini akting dan kepandaian mengolah kata sangat berperan. Jerinx menyampaikan pesannya melalui unggahan di akun pribadinya dengan kalimat yang tersusun rapi dengan meng-highlight kata-kata tertentu dan menyertakan link berita yang dikutipnya untuk semakin meyakinkan khalayak.
5. *Memoria* (memori) : Dalam (Fazriyah et al., 2014) mengatakan bahwa senjata orator untuk mengingat apa yang hendak disampaikan. Disini Jerinx mampu menyampaikan pesannya dengan baik tanpa adanya kesalahan baik dalam foto ataupun caption yang diberikan dalam unggahannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Moerdijati, S. (2012). Pengantar ilmu komunikasi. *Surabaya: Revka Petra Media*.
- Muhammad, M. H. (2011). *Metode Penelitian Bahasa*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Moleong, L.J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sunarjo & D. Sunarjo. 1983. *Komunikasi dan Retorika*. Yogyakarta: PenerbitLiberty.
- Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Penelusuran Online :

- <https://www.instagram.com/p/CDmwC8pHHcg/?igshid=1vds9jcd0dlj9>
- <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/08> (Diakses pada tanggal 20 september 2020 Pukul 18.46)

Jurnal :

- Ardiansyah, F. (2017). Analisis retorika basuki tjahaja purnama dalam kampanye rakyat pemilihan kepala daerah khusus ibukota jakarta di rumah lembang 2017 (kajian retorika aristoteles). *Journal Bapala Unesa*, 2017(1), 1–16.
<https://www.neliti.com/publications/243606/analisis-retorika-basuki-tjahaja-purnama-dalam-kampanye-rakyat-pemilihan-kepala>
- Dewa, A., Kuncoro, A., Mada, U. G., Daud, H., & Pride, I. O. (2019). *Analisis Retorika Hamish Daud sebagai Aktivistis Pelestarian Laut dalam Video “ Introducing IOP Co-Founder : Hamish Daud and His Ocean Story .”* 1–16.
- Fazriyah, D., Ahyar, N., Kosasih, E., & Cahyani, I. (2014). *Analisis retorika ustadz abdul somad sebagai bahan pembelajaran teks ceramah*. 1185–1190.
- Sutrisno, I., & Wiendijarti, I. (2014). Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato. *Ilmu Komunikasi*, 12(April), 70–84.
<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/359/298>
- Poerwandari, K. (2005). *Memutus Rantai Kekerasan Terhadap Perempuan: Perempuan dan Kekerasan*. Jakarta: Konsorium Suara Perempuan & the Ford Foundation.
- Ardiansyah, F. (2017). Analisis retorika basuki tjahaja purnama dalam kampanye rakyat pemilihan kepala daerah khusus ibukota jakarta di rumah lembang 2017 (kajian retorika aristoteles). *Journal Bapala Unesa*, 2017(1), 1–16.
<https://www.neliti.com/publications/243606/analisis-retorika-basuki-tjahaja-purnama-dalam-kampanye-rakyat-pemilihan-kepala>
- Dewa, A., Kuncoro, A., Mada, U. G., Daud, H., & Pride, I. O. (2019). *Analisis Retorika Hamish Daud sebagai Aktivistis Pelestarian Laut dalam Video “ Introducing IOP Co-Founder : Hamish Daud and His Ocean Story .”* 1–16.
- Fazriyah, D., Ahyar, N., Kosasih, E., & Cahyani, I. (2014). *Analisis retorika ustadz abdul somad sebagai bahan pembelajaran teks ceramah*. 1185–1190.