

GAYA BICARA DAN PENGGUNAAN ALAT RETORIS CALEG PEREMPUAN PADA REELS INSTAGRAM 2024

Jauza Zulfa Nafia¹, Hindun², Sarah Sabrina³, Astri Juliarahma Pangesti⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

¹jauzazulfan@gmail.com, ²hindun@uinjkt.ac.id, ³sarahsabrina396@gmail.com,

⁴astrijuliarahmapangesti@gmail.com

Abstrak

Salah satu yang dibahas pada artikel ini adalah seorang perempuan bernama Atalia Praratya. Penelitian ini berfokus pada gaya bicara dan alat retorik caleg perempuan pada reels instagram. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana gaya bicara dan penggunaan alat retorik yang digunakan oleh caleg perempuan di akun instagramnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan retorika. Data berasal dari reels akun instagram caleg perempuan, Atalia Praratya dengan username @ataliapr. Peneliti mengambil 5 data reels dari akun tersebut yang di-upload pada saat kampanye, yang kemudian data diolah berdasarkan video yang ada ditranskripsikan terlebih dahulu kemudian dianalisis sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Hasil penelitian ini ditemukan adanya 5 data alat retorik dan 1 data penggunaan gaya bahasa dan gaya bicara caleg perempuan untuk meyakinkan masyarakat dalam acara pemilu tahun 2024.

Kata Kunci: Retorika, gaya bicara, alat retorik, Atalia Praratya

Abstract

One of those discussed in this article is a woman named Atalia Praratya. This research focusses on the speech style and rhetorical tools of female candidates on instagram reels. The purpose of this research is to find out how the speech style and use of rhetorical tools are used by female candidates on their Instagram accounts. The research method used is a qualitative descriptive method with a rhetorical approach. The data comes from the instagram account of the female candidate, Atalia Praratya with the username @ataliapr. The researcher took 5 data reels from the account that were uploaded during the campaign, which then processed data based on the existing video, transcribed first and then analysed according to the formulation of the existing problem. The results of this study found that there were 5 data on rhetorical tools and 1 data on the use of language style and speech style of female candidates to convince women in the 2024 election event.

Keywords: Rhetoric, speech style, rhetorical tools, atalia praratya



Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Istilah retorika pertama kali di kenalkan oleh Aristoteles tahun 384-322 SM. Setelah itu, istilah ini mulai tersebar luas dan diterapkan dalam berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, atau perdagangan, seni, jurnalistik, serta pendidikan. Karena, penggunaannya yang meluas, istilah retorika sering dikaitkan dalam berbagai bidang tersebut. Secara khusus, ilmu retorika memiliki pengaruh yang kuat dalam kehidupan manusia, terutama di bidang politik.

Retorika dalam komunikasi politik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi audiens, terutama dalam menarik kepercayaan masyarakat terhadap pemikiran para politikus, yang pada akhirnya menguntungkan pihak mereka. Masih hangat mengenai pemilu 2024, banyak politikus yang menggunakan berbagai media untuk kampanye. Salah satu yang dibahas pada artikel ini adalah seorang perempuan bernama Atalia Praratya. Atalia Praratya adalah istri dari mantan Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil yang pada pemilu 2024 mencalonkan diri sebagai Caleg DPR RI Jabar 1 (Kota Bandung dan Cimahi). Beliau sudah dikenal memiliki beberapa penghargaan serta aktif dalam organisasi. Sebagai seorang politikus, beliau juga menjadi dosen tetap di Universitas Widyatama. Atalia melakukan kampanye salah satunya dengan menggunakan media Instagram agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Tentunya ia menggunakan retorika untuk menarik perhatian orang supaya memilih beliau pada pemilihan Calon Legislatif Jabar tahun 2024.

Retorika adalah keterampilan berbahasa yang efektif atau bisa disebut sebagai suatu seni berbicara atau menulis yang tujuannya adalah untuk mempengaruhi, meyakinkan pembaca atau pendengarnya. Menurut Simons, retorika diartikan sebagai komunikasi manusia yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik dengan pengaruh ke sikap, nilai, atau kepercayaan mereka.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa retorika adalah ilmu atau keterampilan berbicara dan menulis yang memiliki fungsi utama untuk mempengaruhi orang lain. Retorika memiliki tujuan untuk membuat seseorang menjadi pembicara atau penulis yang dapat mempengaruhi orang lain melalui komunikasi. Pada artikel ini, Atalia sebagai calon legislatif 2024 menggunakan keterampilan retorika pada saat kampanyenya. Hal ini tentu efektif untuk menarik orang lain agar memilih dirinya sebagai legislatif di Jawa Barat. Ada banyak strategi yang digunakan dalam retorika, antara lain pemilihan kata, struktur argumen, gaya berbicara, penggunaan alat retorik, ethos logos pathos, dan adaptasi kepada audiens. Fokus artikel ini adalah pada gaya bicara dan penggunaan alat retorik pada Atalia Praratya di Reels Instagram. Sehingga, rumusan masalah artikel ini adalah: mengungkapkan gaya bicara dan gaya bahasa Atalia di reels Instagram pada saat masa kampanye, serta menguraikan alat retorik yang digunakan Atalia di reels Instagram pada masa kampanye. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui gaya bicara dan penggunaan alat retorik politikus Caleg Jabar 2024 di reels Instagram.

Sebagai bidang kajian yang telah lama berkembang dalam riset politik dan komunikasi, retorika diyakini menjadi sarana efektif bagi kandidat politik untuk menyampaikan pesan serta menegaskan isu tertentu kepada audiens. Melalui penerapan gaya bicara dan penggunaan alat retorik yang tepat, politikus dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas mereka di mata masyarakat, seperti yang dilakukan Atalia Praratya dalam kampanyenya di reels instagram.

Beberapa penelitian relevan yang terdahulu yang pernah dilakukan dan relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut: Penelitian pertama berjudul *Retorika Politik Calon Legislatif Hindu Partai Demokrasi Indonesia*

Perjuangan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Mataram dalam Pemilihan Umum 2014 yang diterbitkan pada jurnal Pudja Mataram, Vol. 14, No. 8, 2020 oleh Sayu Kadek Jelantik. Penelitian ini dilakukan pada pemilu 2014 di Kota Mataram dengan subjek penelitian adalah calon Legislatif Hindu PDIP DPRD Kota Mataram dan khalayak Umat Hindu di Kota Mataram, serta objek penelitian yaitu rekonstruksi retorika politik, proses retorika politik, dan dampak retorika politik. Penelitian kedua berjudul *Gaya Komunikasi Jokowi dalam Program Kartu Indonesia Pintar* yang diterbitkan pada National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development, 2018 oleh Patricia Jhoshella. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi dari Presiden RI, yang dilihat dari perspektif retorika. Penelitian ketiga berjudul *Analisis Prinsip Retorika di Panggung Debat Antar Calon Gubernur DKI Jakarta 2017* yang diterbitkan pada jurnal Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 3, No.3 oleh Fathurrijal. Penelitian ini mengungkap bagaimana suasana kemampuan retorika para kontestan yang berkompetisi memperebutkan kursi gubernur dan kursi wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2017 lalu, serta mengungkap seperti apa prinsip-prinsip retorika selama debat antar kandidat berlangsung.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa terdapat penelitian mengenai retorika politik calon legislatif Hindu, gaya komunikasi Jokowi, serta analisis prinsip retorika. Namun, belum ada penelitian yang secara khusus membahas tentang gaya bicara dan penggunaan alat retorika pada video reels Atalia Praratya. Selain itu, perempuan bernama Atalia Praratya tersebut sangat populer di kalangan masyarakat, khususnya di Jawa Barat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Atalia Praratya, serta bagaimana mereka memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pemilih, terutama di wilayah Jawa Barat. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan dalam literatur yang belum banyak mengkaji topik tersebut, sehingga dapat memberikan kontribusi baru dalam studi komunikasi politik dan retorika di era digital.

Pendahuluan mencakup latar belakang atas isu atau permasalahan serta urgensi dan rasionalisasi kegiatan (penelitian). Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam bagian ini. Tambahkan literatur revidi dalam bagian ini dan sebutkan kebaruan penelitiannya. Sitasi di dalam naskah mengacu pada *APA Style*. Tidak ada subbab dalam pendahuluan.

METODE PENELITIAN

Penelitian berjudul *Gaya Bicara dan Penggunaan Alat Retorika Caleg Perempuan Pada Reels Instagram 2024* dilakukan dengan pendekatan retorika. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah pada gaya bicara dan penggunaan alat retorika oleh caleg perempuan. Dalam proses pengumpulan dan pendeskripsian data, peneliti perlu mengamati dan mencatat konteks yang ada. Oleh sebab itu, pendekatan retorika dianggap relevan untuk mendeskripsikan bagaimana gaya bicara dan alat retorika digunakan dalam video reels caleg perempuan di Instagram.

Adapun langkah-langkah pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi: (1) menonton video reels caleg perempuan di Instagram; (2) mengumpulkan video reels caleg perempuan di Instagram menggunakan gawai; (3) mentranskripsikan video reels caleg perempuan di Instagram agar lebih mudah diidentifikasi; (4) menganalisis gaya bicara dan alat retorika dalam video reels caleg perempuan di Instagram. Penelitian ini memiliki langkah-langkah analisis data yang disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah dibuat. Langkah-langkah dalam menganalisis data meliputi: (1) membaca ulang dengan

cermat data berupa video reels caleg perempuan di Instagram; (2) menganalisis gaya bicara dan alat retorik dalam video reels caleg perempuan di Instagram; (3) membuat kesimpulan berdasarkan hasil analisis penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk memastikan keabsahan data, antara lain Triangulasi Data, Pengecekan Kesesuaian Kategorisasi, dan Peer Review. Berikut penjelasan mengenai teknik yang digunakan untuk memastikan keabsahan data:

1. Menurut Lif Ahmad Syarif dkk. triangulasi data merupakan teknik untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Penelitian ini menggunakan triangulasi data dengan membandingkan hasil transkripsi dengan video asli untuk memastikan keakuratan analisis.
2. Pengecekan Kesesuaian Kategorisasi yang ada di penelitian ini yaitu melakukan validasi temuan dengan teori retorika yang relevan untuk memastikan interpretasi yang tepat.
3. Teknik *Peer Review* yaitu mendiskusikan hasil analisis dengan rekan sejawat atau pakar dalam bidang retorika untuk menghindari subjektivitas peneliti. Pada penelitian ini para peneliti sudah mendiskusikan hasil temuan dengan dosen Retorika yang paham dalam ilmu retorika untuk menghindari subjektivitas peneliti.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan analisis yang komprehensif mengenai bagaimana caleg perempuan memanfaatkan gaya bicara dan alat retorik dalam kampanye digital di Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada bagian ini akan diuraikan hasil analisis gaya bicara dan penggunaan alat retorik dalam video reels Instagram caleg perempuan @ataliapr. Analisis dilakukan dengan mentranskripsikan gaya bicara dan penggunaan alat retorik.

Data 1

Judul Video Reels (@ataliapr/(Tiktok @tribunjabar.id): Coba Kapanjangan dari ATALIA versi kalian apa?

Transkrip:

“Kenapa sih Ibu suka di panggil Bu Cinta?”

“Oh itu adalah panggilan kesayangan kang Emil buat saya sebetulnya, tapi saking sering dan juga suka muncul di media sosial ya, jadi sekarang semua warga jadi manggilnya teh Cinta. Mereka lupa nama asli saya Atalia Praratya”

“Oke bu sekarang challenge ya bu”

“Wah apa ni?”

“Coba bikin kapanjangan dari nama Ibu ATALIA”

“Oke, Siap”

“A”

“Asli orang Bandung”

“T”

“Tahu dong istrinya Ridwan Kamil *tea*”

“A”

“Aktif dan produktif”

“L”

“Suka bergaul, berkumpul sama warga”

“I”

“Ingat ya tanggal 4/02/2024”

“A”

“Atalia nomor 4 dari Golkar nomor 4”

Data 2

Judul Video Reels (@ataliapr): Yuk perjuangkan harga bahan pokok yang terjangkau untuk warga

Transkrip:

“**Kita lagi sosialisasi ke pasar sambil belanja.** MasyaAllah segala *aya*. Alhamdulillah telur turun guys 27.000”

“Awas motor, awas”

Data 3

Judul Video Reels (@ataliapr): Untuk DPR RI Dapil Jabar 1 (Kota Bandung dan Kota Cimahi) Golkar 4 No Urut 4

Transkrip:

“Assalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh, sampurasun. Saya Atalia Praratya yang biasa dipanggil teh Cinta *tea*. *Akang* teteh...teh atalia ini nih insya Allah akan maju menjadi calon legislatif DPR RI dari partai golkar untuk dapil Jabar 1 yaitu Kota Bandung dan Kota Cimahi nomor urutnya nomor urut 4. **Mohon doa dan dukungannya ya *akang* teteh, agar saya bisa mewakili *akang* teteh memperjuangkan harapan serta cita-cita *akang* teteh dan seluruh warga khususnya di Kota Bandung dan juga Kota Cimahi di DPR RI. Bismillah selalu ada cinta bersama Atalia, *ulah lali* nomor 4 *hatur nuhun*... Assalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh.”**

Data 4

Judul Video Reels (@ataliapr): Jangan Lupa Pilih Atalia

Transkrip:

Assalamualaikum *sampurasun*, saya Ridwan Kamil warga Bandung-Cimahi memajukan kota kita adalah tanggung jawab bersama dan tentu ada tugas negara yang dilakukan oleh Walikota, Gubernur, dan Presiden yang didukung oleh DPRD Kota, DPRD Provinsi dan juga DPRD Pusat. Nah, ada sosok kelahiran Bandung yang akan mewakili Kota Bandung-Cimahi di DPR Pusat bernama Ibu Atalia Praratya yang dulu dikenal sebagai Mamah Bandung atau Mamah JABAR, beliau pintar S1, S2, bahkan Doktornya juga luar biasa, juga terkenal peduli tangguh, *bageur, geulis, bodor*, dan aktif organisasi, antara lain dulu ketua PKK, ketua DEKRANASDA, sekarang masih aktif sebagai ketua KWARDA Pramuka Jawa Barat, Pendiri Jabar Bergerak, dan aktif di berbagai organisasi. **Pilihlah Ibu Atalia bukan karena pasangan saya, karena memang kepintaran dan rasa cintanya kepada warga Bandung-Cimahi.** Nah, pergi ke Kedoya naik GOCAR, pergi ke Garut naik kereta api cepat, pilihlah Ibu Atalia Praratya dari partai Golkar, partai dari nomor urut 4. Ih, disini nih posisinya nih, lihat 4 ke kanan lihat 4 ke bawah lihat Teh Atalia, Joss... Jangan lupa coblos Teh Atalia Praratya. *Hatur Nuhun*.

Data 5

Judul Video Reels (@ataliapr): Melaporkan Kondisi Terakhir Bencana Gempa di Sumedang

Transkrip:

“Hari ini saya berada di Sumedang untuk menyaksikan secara langsung apa yang sudah dilakukan di wilayah Sumedang terkait dengan penanganan dari masalah kebencanaan baru saja terjadi, karena ternyata sudah 7 titik kejadian dan alhamdulillah sangat responsif sekali pemerintah dibawah pimpinan pak PJ Bupati luar biasa. Ternyata dibantu dengan teknologi karena Sumedang mereka sangat dekat sekali dengan kedaulatan teknologi: pak Bupati bilangannya seperti itu. Dan kita lihat bagaimana terkait dengan kejadian kebencanaan saja saat ini sudah bisa terlihat titik kebencanaannya termasuk sampai siapa “by name by address” kemudian kondisi bangunannya pun sedemikian rupa. Dan ini menjadi inspirasi yang sangat berharga bagi kita semua bahwa good data, good decision good decision good result. Sukses untuk Sumedang dan mudah-mudahan menjadi inspirasi bagi banyak wilayah di seluruh Indonesia.”

Pembahasan

Retorika Atalia Praratya

Retorika memegang kedudukan yang sangat berpengaruh terhadap komunikasi manusia. Salah satunya adalah persuasi yang digunakan untuk meyakinkan seseorang untuk yakin terhadap pandangan atau suatu pendapat tertentu (Saputra, 2024). Atalia Praratya berkampanye menggunakan retorika persuasi, yaitu untuk meyakinkan warga Bandung-Cimahi untuk memilih dirinya sebagai anggota Legislatif DPR RI Jabar 1 (Kota Bandung dan Cimahi). Aristoteles (2018) mengungkapkan bahwa persuasi identik dengan demonstrasi; karena kita lebih mempercayai sesuatu setelah sesuatu itu didemonstrasikan. Berikut penggunaan retorika persuasif yang digunakan oleh Atalia Praratya.

Data 1

“Aktif dan produktif”

“Suka bergaul, berkumpul sama warga”

“Ingat ya tanggal 4/02/2024”

“Atalia nomor 4 dari Golkar nomor 4”

Melalui kutipan di atas menunjukkan bahwa Atalia Praratya menggunakan retorika persuasif untuk mengajak dan meyakinkan warga Bandung-Cimahi untuk memilih dirinya, karena dirinya aktif, produktif, suka bergaul, dan berkumpul sama warga. Atalia juga mengingatkan bahwasannya tanggal 4 bulan 2 tahun 2024 jangan lupa memilih dirinya di nomor 4 dari Golkar.

Data 2

Pada data 2, ditemukan 1 data yang menunjukkan penggunaan alat retorik, yaitu:

“Kita lagi sosialisasi ke pasar sambil belanja.”

Melalui kutipan di atas, kutipan tersebut termasuk ke dalam alat retorik, karena Atalia Praratya menggunakan bahasa persuasif dan secara halus mempengaruhi masyarakat. Penggunaan alat retorik dalam kutipan ini menunjukkan bagaimana caleg seperti Atalia Praratya berusaha membangun kedekatan dengan masyarakat melalui aktivitas sehari-hari yang akrab bagi banyak orang. Atalia Praratya dapat membuat sosialisasi politik terasa lebih dekat dan relevan bagi pemilih. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan dukungan yang pada akhirnya akan berdampak positif pada hasil pemilu bagi caleg perempuan seperti Atalia Praratya.

Data 3

Pada data 3 ditemukan 1 kutipan yang menunjukkan penggunaan alat retorisi, yaitu:

“Mohon doa dan dukungannya ya akang teteh, agar saya bisa mewakili akang teteh memperjuangkan harapan serta cita-cita akang teteh dan seluruh warga khususnya di Kota Bandung dan juga Kota Cimahi di DPR RI. Bismillah selalu ada cinta bersama Atalia.”

Melalui kutipan di atas, kutipan tersebut menunjukkan bahwa Atalia Praratya memohon untuk dukungannya berkomitmen untuk memperjuangkan masyarakat. Dalam penyebutan kata “Kota Bandung dan Kota Cimahi” menunjukkan perhatian dan komitmen terhadap masyarakat setempat. Kutipan tersebut efektif dalam membangun hubungan erat dengan masyarakat, menciptakan rasa kedekatan dan kepercayaan.

Data 4

Pada data 4 ditemukan 1 kutipan yang menunjukkan penggunaan alat retorisi, yaitu:

“Pilihlah Ibu Atalia bukan karena pasangan saya, karena memang kepintaran dan rasa cintanya kepada warga Bandung-Cimahi.”

Melalui kutipan di atas, Atalia menyebutkan untuk memilih dirinya bukan melihat siapa suaminya, tetapi ia ingin dipilih karena dari kepintaran dan juga rasa cintanya pada rakyat Bandung-Cimahi. Jadi, Atalia Praratya ini tidak ingin orang memilih karena siapa suaminya, yang pada saat itu suaminya adalah mantan gubernur Jawa Barat, dia hanya ingin dipilih karena memang betul-betul pantas dipilih oleh rakyat. Hal ini menunjukkan retorika yang digunakan oleh Atalia untuk mengajak warga memilihnya tetapi dengan kerendahan hati pada kata-katanya dapat membuat orang terpengaruh dan tertarik untuk memilihnya.

Data 5

“Hari ini saya berada di Sumedang untuk menyaksikan secara langsung apa yang sudah dilakukan di wilayah Sumedang terkait dengan penanganan dari masalah kebencanaan baru saja terjadi, karena ternyata sudah 7 titik kejadian dan alhamdulillah sangat responsif sekali pemerintah dibawah pimpinan pak PJ Bupati luar biasa. Ternyata dibantu dengan teknologi karena Sumedang mereka sangat dekat sekali dengan kedaulatan teknologi: pak Bupati bilangya seperti itu. Dan kita lihat bagaimana terkait dengan kejadian kebencanaan saja saat ini sudah bisa terlihat titik kebencanaannya termasuk sampai siapa “by name by address” kemudian kondisi bangunannya pun sedemikian rupa. Dan ini menjadi inspirasi yang sangat berharga bagi kita semua bahwa good data, good decision good decision good result. Sukses untuk Sumedang dan mudah-mudahan menjadi inspirasi bagi banyak wilayah di seluruh Indonesia.”

Melalui kutipan di atas, menunjukkan bahwa Atalia melakukan kunjungan ke Sumedang untuk melihat penanganan dari masalah bencana yang baru saja melanda Sumedang. Atalia melakukan itu agar dilirik oleh masyarakat bahwa dia pantas menjadi anggota Legislatif yang peduli akan bencana alam.

Gaya Bahasa dan Gaya Bicara Atalia Praratya

Penggunaan gaya bahasa dan gaya bicara juga termasuk ke dalam retorika dalam ilmu komunikasi. penggunaan gaya bahasa dan gaya bicara akan membantu seorang politikus dalam kasus ini untuk menjadi pembicara yang lebih efektif dan dapat mempengaruhi orang lain. Atalia Praratya dalam kampanye di sosial media *Instagram* memang tidak terlalu memilih menggunakan gaya bahasa yang terlalu tinggi dan menimbulkan kebingungan orang lain. Gaya bahasa yang digunakan Atalia pada videonya berdasarkan data adalah gaya bahasa hiperbola. Gaya bahasa hiperbola termasuk ke dalam gaya bahasa pertentangan yang penggunaannya bertentangan antara kiasan dengan arti sebenarnya. Biasa gaya bahasa hiperbola ini melebih-lebihkan suatu hal agar terdengar lebih menarik dan terkesan “wah”. Menurut Tarigan (2013) hiperbola ini merupakan sejenis gaya bahasa yang memiliki pernyataan berlebih-lebihan dimaksudkan untuk memperhebat, meningkatkan kesan dan pengaruhnya.

Data yang menunjukkan gaya bahasa hiperbola terdapat dalam data 4, sebagai berikut:

“...beliau pintar S1, S2, bahkan Doktornya juga luar biasa, juga terkenal peduli tangguh, bageur, geulis, bodor, dan aktif organisasi, antara lain dulu ketua PKK, ketua DEKRANASDA, sekarang masih aktif sebagai ketua KWARDA Pramuka Jawa Barat, Pendiri Jabar Bergerak, dan aktif di berbagai organisasi.”

Pada kalimat di atas menunjukkan gaya bahasa hiperbola dimana menggunakan kata yang terkesan melebih-lebihkan, seperti pada kata “luar biasa”, yang terkesan terlalu melebih-lebihkan namun malah terlihat menarik karena berarti memang keahlian dan kepintaran Atalia melebihi ekspektasi orang dan bisa membuat orang tertarik dan memilihnya.

Selain gaya bahasa, gaya bicara juga diperlukan untuk menarik perhatian orang lain. Gaya bicara berpengaruh terhadap keberhasilan seseorang meyakinkan orang lain. Menggunakan gaya bicara yang sesuai membuat seorang politikus salah satunya Atalia dapat menarik orang yang memilihnya. Berdasarkan data yang telah didapatkan, seringkali Atalia menggunakan gaya bicara informal. Gaya bicara informal ini digunakan untuk mengembangkan ikatan sosial dan rasa persaudaraan. Gaya bicara jenis ini untuk menjangkau orang lain dengan lebih akrab. Pada sebagian besar data yaitu pada data 1-4, Atalia menggunakan gaya bicara informal agar lebih dekat dengan warganya dan terkesan tidak kaku. Menggunakan bahasa sehari-hari dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami orang membuat gaya bicara informal sebagai strategi yang menarik untuk mempengaruhi orang lain.

Walaupun demikian, pada situasi formal seperti pada data ke 5, Atalia tetap menggunakan gaya bicara yang sesuai yaitu gaya bicara formal. Hal ini menunjukkan bahwa beliau bisa menempatkan dirinya di situasi tertentu yang sesuai dengan mengubah gaya bicaranya. Tetapi memang sebagian besar kampanye yang dilakukannya terkesan “merakyat” membuat gaya bicara informal ini lebih sering digunakan. Ditambah dengan menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa sehari-hari orang Bandung dan Cimahi artinya Atalia memahami target dari orang-orang yang ingin agar orang tersebut memilihnya.

SIMPULAN

Retorika memegang kedudukan yang sangat berpengaruh terhadap komunikasi manusia. Salah satunya adalah persuasi yang digunakan untuk meyakinkan seseorang

untuk yakin terhadap pandangan atau suatu pendapat tertentu. Retorika persuasi yang dipakai oleh Atalia adalah untuk meyakinkan masyarakat untuk memilih dirinya. Ditemukan juga gaya bahasa dan gaya bicara Atalia yang digunakan Atalia dalam berkampanye di reels instagram, yaitu menggunakan gaya bahasa hiperbola dan gaya bicara informal. Hasil penelitian ini ditemukan adanya 5 data alat retorik dan 1 data penggunaan gaya bahasa dan gaya bicara caleg perempuan untuk meyakinkan masyarakat dalam acara pemilu tahun 2024. Penggunaan retorika di bidang politik memang dibutuhkan, Atalia Praratya adalah salah satu dari banyaknya politikus di Indonesia yang menggunakan retorika untuk mempengaruhi orang lain. Lebih jauh lagi retorika diharapkan untuk bisa dikuasai semua orang agar kegiatan komunikasi berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aristoteles. (2018). *Retorika*. Yogyakarta: Basabasi.
- Aritonang, A. I. (2018). Gaya Retorika Pasangan Kandidat Cagub & Cawagub DKI Dalam Acara Debat Politik. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(2), 154-186.
- Fathurrijal, F. (2019). Analisis Penerapan Prinsip Retorika di Panggung Debat Antar Calon Gubernur DKI Jakarta 2017. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 29-46.
- Jelantik, S. K. (2020). Retorika Politik Calon Legislatif Hindu Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Mataram dalam Pemilihan Umum 2014. *Media Bina Ilmiah*, 14(8), 2981-2990.
- Jhoshella, P. (2018). Gaya Komunikasi Jokowi Dalam Program Kartu Indonesia Pintar. *In National Conference of Creative Industry*.
- Marta, I. N. (2010). Retorika dan penggunaannya dalam berbagai bidang. *Prasi*, 6(12).
- Pamungkas, A. (2022). Pemasaran Retorika Politik dalam Iklan Baliho Tokoh Politik Indonesia. *Kalijaga Journal of Communication*, 4(2), 133-154.
- Saputra, R. A V. W. (2024). *Retorika: Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Saputra, R. A V. W. (2024). *Retorika: Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Sembodo, A. P., Faisal, T., Swarnawati, A., Riandi, R. N., & El Hassan, I. N. (2022). Gaya Komunikasi Nadiem Makarim. *Communication*, 13(1), 55-69.
- Syarif, I. A., Utomo, E., & Prihartanto, E. (2021). Identifikasi Potensi Pengembangan Wilayah Pesisir Kelurahan Karang Anyar Pantai Kota Tarakan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(3), 225-232.
- Tarigan, G. H. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: CV. Angkasa.
- Ulfiyah, M., Saripah, S., & Syarifudin, E. (2023). Komunikasi Formal dan Informal Dalam Jaringan Komunikasi. *Journal on Education*, 6(1), 6619-6628.
- Utami, W. S., & Diana, J. (2023). Gaya Bahasa Hiperbola dalam Buku About Love Karya Tere Liye. *Journal of Education Research*, 4(2), 563-569.