

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Di era teknologi internet yang semakin berkembang, penyebaran informasi berlangsung semakin cepat. Sekarang, informasi dapat dikirim dan dikonsumsi melalui berbagai media sosial seperti Twitter, Instagram, Whatsapp, YouTube, dan lain-lain. Selain informasi, banyak juga pengguna internet yang menggunakan media sosial sebagai tempat untuk melakukan dakwah maupun menyebarkan kata-kata semangat dan motivasi kepada sesama pengguna. Hal tersebut terjadi karena internet memiliki potensi besar terhadap kapasitas pembaca.<sup>1</sup>

Twitter merupakan media sosial berbentuk *microbloging* yang memberikan fasilitas kepada penggunanya dalam mengirim informasi dengan batasan 140 kata. Twitter, menjadi salah satu media sosial tanpa batas, karena dapat menghubungkan individu satu dengan individu lain dari seluruh penjuru dunia. Menurut Zarela dalam Setyani, Twitter dianggap sebagai salah satu media sosial yang paling mudah digunakan, karena dalam waktu singkat Twitter dapat menyebarkan informasi secara luas.<sup>2</sup>

Akun Twitter @Moccacinorigin merupakan salah satu akun dari banyaknya akun di media sosial Twitter. Akun tersebut didirikan oleh seorang pengajar Pondok Lirboyo bernama Abdurahman Fahrudin pada Juli 2019.

---

<sup>1</sup> Dhanik Sulistyarini and Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika, CV. AA RIZKY*, vol. 51 (Banten, 2018).

<sup>2</sup> Yuli Rohmiyati, "Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media," *Anuva 2*, no. 1 (2018): 29.



**Gambar 1.1** Akun Twitter @Moccacinorigin

Sumber: <https://twitter.com/Moccacinorigin>

Pada gambar 1.1 menunjukkan tentang profil akun Twitter @Moccacinorigin, dimana akun tersebut sudah memiliki 22,1k setara dengan 22.100 pengikut dengan 6.734 postingan, di hitung terakhir sejak tanggal 17 Juni 2022.

Akun Twitter @Moccacinorigin berisi tentang kehidupan, percintaan, dan keagamaan yang berbentuk nasihat, motivasi, dan ajakan berbuat kebaikan. Sesuai dengan bionya yaitu “Pemungut Hikmah yg Belajar dari Kanjeng Nabi Muhammad & Ahlu Baitihi”, akun tersebut juga berisi tentang dakwah-dakwah islami. Uniknya, pesan-pesan yang digunakan dalam akun Twitter @Moccacinorigin tersebut dikemas dalam bentuk syair yang berirama.



**Gambar 1.2** Akun Twitter @Moccacinorigin

Sumber: <https://twitter.com/Moccacinorigin>

Pada Gambar 1.2 menampilkan beberapa postingan yang dimuat oleh akun Twitter @Moccacinorigin. Gambar tersebut menunjukkan bahwa setiap postingan akun Twitter @Moccacinorigin selalu mendapatkan *reetwet* dari pembacanya, itu berarti akun @Moccacinorigin berhasil dalam mengkonstruksi pesan sehingga dapat diterima oleh pembacanya. Menurut Peter L. Berger dan Thomas Lukmann, konstruksi pesan merupakan kegiatan membangun pesan dengan tujuan untuk menciptakan sebuah makna dari pembaca sesuai dengan apa yang diinformasikan oleh pembaca, kemudian diterapkan dalam kehidupan sosialnya.<sup>3</sup>

Dalam konstruksi pesan, terdapat 3 proses yang akan dialami yaitu Eksternalisasi, Obyektivasi, dan Internalisasi. Eksternalisasi merupakan pengutaraan atau pengekspresian diri manusia dalam menangkap sebuah pesan yang akhirnya pesan tersebut akan diterapkan dalam kehidupan pribadinya atau kembali diutarakan kepada

---

<sup>3</sup> Syailendra Reza Irwansyah Rezeki, Yuliana Restiviani, and Rita Zahara, "Penggunaan Sosial Media Twitter Dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi Dki Jakarta Dalam Penanganan Covid-19)," *Journal of Islamic and Law Studies* 4, no. 2 (2020): 66. 193.

orang lain. Obyektivasi merupakan hasil dari proses eksternalisasi, dimana setiap individu akan membicarakan dan memaknai setiap pesan tersebut. Kemudian proses Internalisasi, yaitu proses penyerapan, dimana setiap Individu akan menyerap kembali tentang pesan apa yang disampaikan kemudian membandingkannya dengan dirinya, sehingga individu tersebut akan merasa bahwa pesan tersebut benar atau tidak dalam realitas kehidupan sosial.<sup>4</sup>

Dalam proses observasi, peneliti menemukan adanya peningkatan pengikut, yang melonjak pada Bulan Maret hingga Bulan Juni. Pada pertengahan Maret, pengikut akun Twitter @Moccacinorigin berkisar 16k, setara dengan 16000 pengikut. Pada Bulan April mengalami kenaikan sebanyak 5.000 *followers*, menjadi 21k setara dengan 21.000 *followers*. Kemudian pada pertengahan Bulan Mei hingga awal Juni, akun tersebut juga mengalami peningkatan lagi, sebanyak 1.100 *followers* menjadi 22,1k setara dengan 22.100 *followers*.

Dari fenomena diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Konstruksi Pesan Media Sosial Twitter @Moccacinorigin”, untuk mengetahui bagaimana proses konstruksi pesan dan retorika yang diterapkan oleh pemilik akun Twitter @Moccacinorigin.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan pusat konsentrasi dari tujuan penelitian yang sedang dilakukan, fokus penelitian digunakan untuk mempermudah peneliti dalam proses observasi agar lebih terarah sehingga dapat menemukan titik hasil penelitian. Oleh karena itu, sesuai dengan penjabaran konteks penelitian di atas dapat dikemukakan fokus penelitian

---

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006). 16.

sebagai berikut:

1. Bagaimana konstruksi pesan media sosial pada akun Twitter @Moccacinorigin?
2. Bagaimana retorika pesan media sosial pada akun Twitter @Moccacinorigin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan suatu kegiatan penelitian, tentu saja memiliki maksud dan tujuan tersendiri. Tanpa adanya tujuan, maka suatu penelitian tidak akan memiliki manfaat dan terombang-ambing karena tidak memiliki arah yang jelas. Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui konstruksi pesan media sosial pada akun Twitter @Moccacinorigin.
2. Mengetahui retorika pesan media sosial pada akun Twitter @Moccacinorigin.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Tujuan dan kegunaan dalam penelitian merupakan suatu hal yang berbeda, namun saling berkaitan. Penelitian tidak akan dikatakan berhasil apabila tidak memiliki kegunaan. Berikut merupakan kegunaan penelitian, baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Dengan penelitian ini, diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang penulis terima saat perkuliahan dan dapat menambah wawasan penulis.
  - b. Diharapkan melalui penelitian ini penulis dapat menguraikan teori mengenai penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dan meneliti pemenuhan kebutuhan informasi dari para pengguna media sosial.
2. Kegunaan Praktis

- a. Diharapkan dapat memberikan ilmu tambahan bagi mahasiswa khususnya Mahasiswa Ilmu Komunikasi.
- b. Diharapkan dapat memberikan motivasi dan sebagai referensi bagi mahasiswa tingkat akhir selanjutnya.
- c. Diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pembaca mengenai konstruksi pesan media sosial dan retorika sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

## **E. Definisi Konsep**

Definisi konsep sangat diperlukan dalam sebuah penelitian, selain untuk mempermudah pemahaman pembaca, definisi konsep juga dibuat untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan atau menafsirkan permasalahan yang ada. Berikut merupakan definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini:

### **1. Konstruksi Pesan Media Sosial**

Jadi, konstruksi pesan media sosial dalam penelitian ini berarti bagaimana membangun pesan di dalam media sosial. Proses dialektika dalam konstruksi pesan media sosial meliputi *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *internalisasi*. Sedangkan tahap-tahap yang digunakan meliputi tahap menyiapkan materi, tahap sebaran materi, tahap pembentukan konstruksi pesan, dan tahap konfirmasi.

### **2. Retorika Pesan**

Jadi, retorika dalam penelitian ini merupakan pemilihan gaya bahasa yang digunakan dalam menyampaikan sebuah pesan. Teori yang digunakan merupakan teori Aristoteles, peneliti akan menganalisa dan menjabarkan jenis dan gaya bahasa dalam penyampaian pesan tersebut.

### **3. Akun Twitter @Moccacinorigin**

Akun @Moccacinorigin merupakan akun lokal yang sudah memiliki 6.725 postingan dengan pengikut sebanyak 2.200 *followers*. Akun tersebut berisi tentang kehidupan, percintaan, dan keagamaan yang berbentuk nasihat, motivasi, dan ajakan berbuat kebaikan. Pesan yang digunakan akun Twitter @Moccacinorigin dikemas dalam bentuk syair yang berirama. Meskipun terkadang hanya 1-2 kata namun memiliki intonasi yang berirama.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Untuk menghindari pengulangan dan plagiasi pada penelitian ini, peneliti mencari beberapa penelitian terdahulu yang hampir memiliki kesamaan, mulai dari judul hingga tujuan penelitian, antara lain sebagai berikut:

Pertama, penelitian berbentuk skripsi yang dilakukan oleh Asma Frisky Ardini berjudul *Konstruksi Pesan Dakwah Pada Media Instagram Sogan Batik Indonesia*. Penelitian ini merupakan skripsi pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi pesan dakwah pada media Instagram Sogan Batik Indonesia.<sup>5</sup>

Penelitian ini berawal dari Asma Frisky Ardini tertarik dengan proses pemasaran media Instagram Sogan Batik Indonesia yang terbilang berbeda dengan yang lain. Dalam akunnya, Sogan Batik Indonesia tidak hanya memasarkan produknya melalui foto produk saja, namun juga menggunakan promosi yang bervariasi seperti quotes yang isinya berupa pesan-pesan dakwah tentang kisah atau sejarah Islam yang kaya akan makna.

Berbeda dengan metode peneliti, yaitu metode kepustakaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode analisis data kualitatif. Sedangkan untuk

---

<sup>5</sup> Eriyanto, *Analisis Framing (Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media)* (Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Studi, 2002).

teknik analisis data yang digunakan adalah teknik interaktif. Namun, teori yang digunakan dalam penelitian ini, sama dengan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan teori konstruksi pesan yang dicetus oleh PeterL. Berger dan Thomas Luckman.

Kedua, penelitian yang juga berbentuk skripsi yang dilakukan oleh Muhammad Rizqi A'luwi. Judul dari penelitian tersebut adalah Konstruksi Pesan Dakwah Dalam Novel (Analisis Semiotik Pesan-Pesan Dakwah Pada Novel Kambing dan Hujan Karya Mahfud Ikhwan). Penelitian ini merupakan skripsi dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tahun 2018. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti, yaitu sama-sama meneliti tentang konstruksi pesan, namun bedanya peneliti tidak hanya meneliti tentang konstruksi pesan tetapi juga retorika pesannya. Dalam penelitian Muhammad Rizqi A'luwi, obyek yang digunakan yaitu novel sedangkan peneliti menggunakan media sosial Twitter sebagai obyek penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda, peneliti menggunakan metode kepustakaan sedangkan dalam penelitian Muhammad Rizqi A'luwi menggunakan metode kualitatif begitupun juga teori yang digunakan merupakan teori Charles Sanders Pierce sedangkan peneliti menggunakan teori konstruksi pesan yang dicetus oleh PeterL. Berger dan Thomas Luckman.<sup>6</sup>

Ketiga, penelitian berbentuk jurnal yang dilakukan oleh Sofa Nurjajilah, Lilis Karlina dan Rizky Utami dengan judul Konstruksi Pesan Dakwah Akun @duniajilbab di Media Sosial Instagram. Penelitian ini merupakan jurnal dari Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2020.

Penelitian ini memiliki tujuan yang sama dengan peneliti, yaitu untuk mengetahui

---

<sup>6</sup> Asma Frisky Ardini, "Konstruksi Pesan Dakwah Pada Media Instagram Sogan Batik Indonesia," 2018.



konstruksi pesan. Obyek yang digunakan peneliti merupakan media sosial twitter, sedangkan penelitian tersebut media sosial Instagram yaitu akun Instagram @duniajilbab, seperti tahap persiapan, penyebaran, pembentukan, dan tahap konfirmasi. Bedanya, penelitian peneliti juga menganalisis bagaimana retorika pesannya, sedangkan penelitian tersebut hanya konstruksi pesannya. Alasan peneliti Sofa Nurjajilah tertarik dengan akun Instagram @duniajilbab karena pesan yang disampaikan tidak hanya promosi produk saja, namun juga berbagai postingan pengetahuan Islam dan motivasi penyemangat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan peneliti, peneliti menggunakan metode kepustakaan, namun dalam penelitian Sofa Nurjajilah menggunakan metode deskriptif dengan jenis pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk teorinya sama dengan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan teori konstruksi pesan milik Beger dan Thomas Luckmann.<sup>7</sup>

Keempat, penelitian berbentuk jurnal yang dilakukan oleh Yusmawati dan Restiawan Permana dengan judul *Konstruksi Pesan Dan Pemaknaan Visual Dalam Video Marketing Campaign “Nike Pro Hijab” Dan “Noore Sport Hijab”*. Penelitian ini merupakan jurnal dari *Jurnal Komunikasi Islamika* pada tahun 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi pesan dan pemaknaan visual dalam video iklan *Nike Pro Hijab* dan *Noore Sport Hijab*. Berbeda dengan peneliti yang menggunakan teori konstruksi pesan milik Beger dan Thomas Luckmann, dalam penelitian tersebut Yusmawati dan Restiawan Permana menggunakan teori segitiga makna dengan analisis semiotika. Namun penelitian Yusmawati bersama Restiawan Permana mempunyai kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang bagaimana konstruksi pesan. Selain itu, objek yang diteliti juga berbeda, penelitian tersebut menggunakan video iklan sebagai objek sedangkan peneliti menggunakan akun media

---

<sup>7</sup> Muhammad Rizqi A'luw, "Konstruksi Pesan Dakwah Dalam Novel (Analisis Semiotik Pesan-Pesan Dakwah Pada Novel Kambing Dan Hujan Karya Mahfud Ikhwan)" (Banten, 2018).

sosial Twitter sebagai obyek penelitian.<sup>8</sup>

Kelima, penelitian berbentuk jurnal yang dilakukan oleh Fitria Wulandari, Siti Sumijaty dan Aang Ridwan dengan judul Kontruksi Pesan Dakwah dalam Karya. Penelitian ini merupakan jurnal dari Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2020.

Penelitian ini memiliki tujuan yang sama dengan penelitian peneliti, yaitu sama-sama menjabarkan tentang konstruksi pesan, hanya saja obyeknya yang berbeda. Dalam penelitian Fitria Wulandari, Siti Sumijaty dan Aang Ridwan obyek yang digunakan yaitu novel karya Sinta Yudisia yang berjudul Reem. Kemudian metode yang digunakan berbeda dengan metode peneliti, dalam penelitian tersebut metode yang digunakan adalah metode analisis wacana sedangkan peneliti menggunakan metode kepustakaan.<sup>9</sup>

## **G. Landasan Teori**

### **1. Teori Konstruksi Pesan**

#### **a. Pengertian Konstruksi Pesan**

Pesan merupakan sebuah informasi, pemberitaan, perkataan atau bentuk komunikasi yang dilakukan lisan maupun tulisan, untuk menghindari adanya gangguan (*noise*), pesan harus dikemas dengan sebaik mungkin. Sebab, gangguan (*noise*) dapat mengakibatkan problem, yaitu perbedaan makna pesan antara pengirim dan penerima.<sup>10</sup>

Konstruksi pesan merupakan sebuah pesan yang dibangun dengan tujuan untuk menciptakan sebuah makna dari pembaca sesuai dengan apa yang

---

<sup>8</sup> Sofa Nurjajilah, Lilis Karlina, and Rizky Utami, "Konstruksi Pesan Dakwah Akun @duniajilbab Di Media Sosial Instagram," *Tsaqila: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2020).

<sup>9</sup> Yusmawati Yusmawati and Restiawan Permana, "Konstruksi Pesan Dan Pemaknaan Visual Dalam Video Marketing Campaign 'Nike Pro Hijab' Dan 'Noore Sport Hijab,'" *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam* 8, no. 1 (2021).

<sup>10</sup> Fitria Wulandari, Siti Sumijaty, and Aang Ridwan, "Konstruksi Pesan Dakwah Dalam Karya Sastra," *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5, no. 3 (2020). 140.

diinformasikan dari pembuat pesan. Menurut Peter L. Berger, manusia akan mengalami 3 proses dalam mengkonstruksi sebuah pesan. Pertama *Eksternalisasi*, yaitu sebuah pengutaraan atau ekspresi diri manusia dalam menangkap suatu pesan, yang akhirnya pesan tersebut akan diterapkan dalam kehidupan pribadinya atau kembali diutarakan kepada orang lain. Kedua *Objektivasi*, yaitu merupakan hasil. Dimana individu berperan dalam penilaian terhadap pesan yang telah disampaikan oleh orang lain. Dalam tahap ini manusia akan memahami pesan yang disampaikan, sehingga manusia tersebut dapat menilai benar atau tidaknya pesan tersebut dilihat dari peristiwa yang terjadi. Ketiga *Internalisasi*, yaitu merupakan proses penyerapan. Individu akan menyerap kembali tentang pesan apa yang disampaikan kemudian membandingkannya dengan dirinya, sehingga individu tersebut akan merasa bahwa pesan tersebut benar atau tidak dalam realitas kehidupan sosial.<sup>11</sup>

## **b. Tahap Konstruksi Pesan**

Meskipun dalam proses konstruksi pesan terdapat 3 proses penting yang telah dilalui, yaitu *Eksternalisasi*, *Objektivasi*, *Internalisasi*. Namun secara tiba-tiba dengan sendirinya, akan melalui beberapa tahapan di dalamnya, yaitu:

### **1) Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi**

Hal yang perlu diperhatikan dalam menyiapkan materi konstruksi pesan dalam media sosial yaitu:

- a) Media berpihak kepada pemiliknya. Media sosial sekarang tidak hanya digunakan sebagai alat mencari atau membuat informasi saja, namun juga

---

<sup>11</sup> Brend D Ruben, *Komunikasi Dan Perilaku Manusia* (Jakarta: Rajawali Press, 2013). 16.

digunakan sebagai alat untuk mencari untung. Media sosial sekarang bisa menjadi mesin penghasil uang ataupun melipat gandakan uang.

- b) Berpihakan kepada masyarakat, artinya kita bisa menunjukkan rasa empati, simpati, dan dukungan kepada khalayak. Namun hal tersebut sebenarnya dilakukan hanya untuk menarik perhatian khalayak dan menaikkan ranting.
- c) Berpihakan kepada kepentingan umum, yang artinya setiap media sosial harus memiliki sebuah visi. Dengan adanya visi maka kita akan tahu bagaimana media akan dijalankan.<sup>12</sup>

## **2) Tahap Sebaran Konstruksi**

Dalam tahap sebaran konstruksi pesan media sosial, meskipun setiap proses penyebaran konstruksi setiap media berbeda namun tetap memiliki prinsip yang sama yaitu, *real time*. *Real time* dari sudut pandang media elektronik berarti siaran seketika dan serentak, dalam detik itu juga khalayak akan tau informasi apa yang disampaikan. Umumnya, dalam melakukan sebaran konstruksi hanya menggunakan model satu arah, dimana media memberikan informasi kepada khalayak, sedangkan khalayak tidak memiliki pilihan lain selain mengonsumsi informasi tersebut.<sup>13</sup>

## **3) Tahap Pembentukan Konstruksi**

- a) Pembentukan Konstruksi Pesan

Dalam tahap ini, informasi yang telah dikonsumsi oleh khalayak akan menciptakan pembentukan konstruksi melalui 3 tahap, yaitu yang pertama, konstruksi pesan pembenaran. Dalam konstruksi pesan pembenaran, khalayak akan membenarkan apa saja yang disajikan di

---

<sup>12</sup> Eriyanto, *Analisis Framing (Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media)*. 209.

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006). 211.

media sosial. Kedua, ketersediaan khalayak dikonstruksi oleh media. Artinya dalam mengonsumsi atau tidaknya informasi bergantung dengan pilihan khalayak, jika khalayak memilih untuk mengonsumsinya maka secara tidak langsung khalayak bersedia untuk pikirannya dikonstruksi. Ketiga yaitu pilihan konsumtif karena khalayak sudah bergantung dengan media sosial. Media sosial sudah menjadi makanan sehari-hari yang tak bisa dilepaskan dalam kehidupan manusia. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan sehari saja individu tidak menggunakan telepon pasti hidupnya akan merasa hampa dan merasa tidak mampu beraktivitas.<sup>14</sup>

b) Pembentukan Konstruksi Citra Melalui Pesan

Pembentukan konstruksi citra merupakan hasil yang diinginkan dalam melakukan tahap konstruksi. Dimana dalam pembentukan tersebut terdapat 2 model, yaitu:

1. Model *Good News*

Model *good news* merupakan konstruksi yang cenderung mengkonstruksi informasi sebagai pemberitaan yang baik, sehingga menghasilkan citra yang baik bagi pemberitaan.

2. Model *Bad News*

Model *bad news* merupakan merupakan konstruksi yang cenderung mengkonstruksi informasi sebagai pemberitaan yang buruk, sehingga menghasilkan citra yang buruk bagi pemberitaan. Biasanya dalam melakukan konstruksi terdapat 3 tingkatan, yang pertama sebagai penyampai informasi, kedua sebagai penyampai informasi dan

---

<sup>14</sup> Bungin. 212.

membangun citra, ketiga sebagai pembenaran sebuah tindakan.<sup>15</sup>

#### 4) Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi merupakan tahap dimana khalayak memberikan argumentasi mereka terhadap pemberitaan yang sedang disebar, sehingga terjadi sebuah pembentukan konstruksi pesan. Sedangkan bagi khalayak, tahap ini juga digunakan sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi pesan.<sup>16</sup>

## 2. Media Sosial Twitter

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media sosial merupakan laman atau aplikasi yang memungkinkan penggunanya dapat membuat, berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Sedangkan dalam ilmu komunikasi, media sosial merupakan alat yang digunakan untuk mengirim pesan dari pihak satu ke pihak lainnya dengan prinsip yang sama yaitu sama-sama memiliki dan memberi pemahaman makna pesan yang sama.<sup>17</sup>

Twitter merupakan salah satu media sosial berjenis *microblogging*, dimana penggunanya dibatasi hanya dapat menulis maksimal 140 kata saja. Twitter dapat diakses dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja. Seperti media sosial lainnya, Twitter adalah media sosial yang juga digunakan sebagai alat untuk berinteraksi satu sama lain. Keunggulan dari Twitter yaitu penyebaran pesan terjadi begitu cepat, memiliki banyak pengguna yang aktif, memiliki jangkauan yang lebih luas, dan jarang mengalami gangguan seperti

---

<sup>15</sup> Bungin. 213.

<sup>16</sup> Bungin. 216.

<sup>17</sup> Bungin. 4.

pada media sosial lainnya.<sup>18</sup>

Fitur-fitur yang terdapat didalam Twitter yaitu sebagai berikut:

- a. Laman Utama (*Home*), merupakan menu utama di dalam Twitter, di sini kita bisa melihat *tweets* yang dikirimkan orang lain.<sup>19</sup>
- b. Profil (*Profile*), merupakan data diri pengguna. Selain itu, profil merupakan laman dimana semua *tweets* yang pernah kita kirim berkumpul.<sup>20</sup>
- c. *Followers*, merupakan pengikut. Setiap *tweets* yang dibuat maka akan masuk ke dalam laman utama *followers*.<sup>21</sup>
- d. *Tweet*, merupakan setiap postingan yang berisi foto, video, dan tulisan yang diunggah.<sup>22</sup>
- e. *Retweet*, merupakan *tweet* yang Anda teruskan ke pengikut Anda.<sup>23</sup>
- f. *Mentions*, merupakan fasilitas Twitter untuk memberitahu orang lain dengan cara menandainya di dalam sebuah postingan.<sup>24</sup>
- g. *Reply*, merupakan kolom komentar atau tempat untuk membalas *tweet* orang lain.<sup>25</sup>
- h. *Favorite*, merupakan fasilitas Twitter yang digunakan untuk menyukai postingan orang lain, dan menyimpannya agar tidak hilang dan tersimpan di profil.<sup>26</sup>

---

<sup>18</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah* (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2017).

<sup>19</sup> Firda Zulivia Abraham, "Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Komunikasi Massa: Twitter Utilization as Mass Communication Media," *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan* 18, no. 1 (2014): 69.

<sup>20</sup> Twitter, "Fitur Twitter," Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/managing-your-account/how-to-customize-your-profile>.

<sup>21</sup> Twitter, "Fitur Twitter," Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/using-twitter/following-faqs>.

<sup>22</sup> Twitter, "Fitur Twitter," Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/resources/new-user-faq>.

<sup>23</sup> Twitter.

<sup>24</sup> Twitter, "Fitur Twitter," Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/using-twitter/mentions-and-replies>.

<sup>25</sup> Twitter, "Fitur Twitter," 2022.

- i. Pesan Langsung (*Direct Message*), digunakan untuk mengirim pesan pribadi ke pengguna lain secara langsung.<sup>27</sup>
- j. *Hastag* (#), merupakan kata kunci yang ditulis dengan menggunakan tanda “#”.<sup>28</sup>
- k. Topik Terkini (*Tranding Topic*), digunakan untuk melihat berita terkini, terbaru, dan dibicarakan banyak orang.<sup>29</sup>

### 3. Teori Retorika Pesan

#### a. Pengertian Retorika Pesan

Retorika pesan merupakan seni atau ilmu yang mempelajari tentang pemilihan gaya bahasa dalam menyampaikan pesan, baik secara lisan maupun tertulis. Menurut Aristoteles, retorika adalah upaya pemilihan bentuk ungkapan yang dirasa paling efektif dalam menarik perhatian pembaca atau pendengar. Pada hakikatnya, retorika bertujuan untuk menciptakan pengetahuan, pemahaman yang dapat diterima oleh komunikan. Selain itu, retorika sangat memperhatikan etika, sehingga etika dan pemilihan gaya ungkapan menjadi ciri utama dari retorika.<sup>30</sup>

Ungkapan yang baik dalam retorika harus memiliki empat unsur pendukung utama. Pertama bahasa, bahasa merupakan pendukung utama retorika, karena tanpa bahasa maka retorika tidak akan pernah ada. Bahasa dapat dibentuk secara bebas, mulai dari kata, ungkapan, susunan bahasa, dan penyajian demi menciptakan ketertarikan pembaca. Meskipun demikian, bukan berarti pembuat

---

<sup>26</sup> Twitter, “Fitur Twitter,” Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/using-twitter/liking-tweets-and-moments>.

<sup>27</sup> Twitter, “Fitur Twitter,” Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/using-twitter/direct-messages>.

<sup>28</sup> Twitter, “Fitur Twitter,” Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/resources/twitter-guide/topics/how-to-get-started-with-twitter/how-to-use-the-explore-tab-twitter-help>.

<sup>29</sup> Twitter, “Fitur Twitter,” Pusat Bantuan, 2022, <https://help.twitter.com/id/using-twitter/twitter-trending-faqs>.

<sup>30</sup> Sulistyarini and Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten : CV. AA Rizky, 2020).10.



tidak bertanggung jawab atas isi yang disampaikan, justru pembuat bertanggung jawab penuh terhadap apa yang telah disampaikan. Kedua etika dan moral, dalam bab retorika, etika dan moral menjadi suatu hal yang penting di dalamnya, sebab tanpa adanya etika dan moral, membuat aktivitas komunikasi menjadi terganggu, mengganggu dan menyimpang. Sehingga etika dan moral dijadikan sebagai tumpuan bahwa orang yang menguasai retorika harus bertanggung jawab atas apa yang telah disampaikan. Ketiga penalaran yang benar, menurut Aristoteles retorika bukan hanya permainan kata-kata atau permainan bahasa. Retorika membutuhkan penalaran yang benar agar pesan yang disampaikan dapat mempersuasi pembacanya. Keempat pengetahuan yang mendalam, sebagai komunikator harus memiliki pengetahuan luas terhadap pesan yang akan disampaikan dan memahami betul tentang materi sekaligus strategi penyampaian yang benar.

Menurut Aristoteles terdapat 3 jenis retorika yang dapat dipilih dalam melakukan penulisan yaitu:

1) Retorika pengarahan (*deliberative rhetoric*)

Retorika yang dipakai untuk menggambarkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang. Penulis berperan sebagai penentu tindakan yang boleh atau tidak boleh dilakukan oleh khalayak.

2) Retorika penghakiman (*forensic or judicial rhetoric*)

Retorika yang digunakan untuk menghakimi hal-hal yang sudah terjadi. Penulis berusaha mendorong munculnya rasa bersalah dan tidak bersalah dari khalayak.

3) Retorika pengobatan (*epideictic or declamatory rhetoric*)

Retorika yang digunakan untuk membakar semangat khalayak. Topik yang

dibahas memanfaatkan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung.<sup>31</sup>

## **b. Fungsi Retorika**

Pada dasarnya fungsi retorika yaitu menyediakan pengetahuan dan pemahaman kepada pengirim pesan. Sehingga dapat mempermudah pengirim pesan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut merupakan fungsi retorika dalam memanfaatkan bahasa sebagai pesan yaitu:

- a. Meninggikan selera, artinya dapat meningkatkan minat pembaca sehingga dapat terus mengikuti setiap penyampaian pengirim pesan.
- b. Memengaruhi dan meyakinkan pembaca, artinya dapat membuat pembaca yakin terhadap dan mantap terhadap apa yang disampaikan pengirim pesan.
- c. Menciptakan keadaan dan perasaan hati tertentu, artinya dapat membuat pembaca merasa terhanyut dengan pesan yang disampaikan. Misalnya perasaan senang, sedih, marah, bahkan seirama.
- d. Memperkuat efek terhadap gagasan, artinya dapat membuat pembaca semakin terkesan dengan pesan yang disampaikan.<sup>32</sup>

## **c. Jenis-Jenis Gaya Bahasa**

### 1) Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Gaya bahasa dalam pilihan kata digunakan untuk memilih ketepatan dan kesesuaian penempatan kata. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

#### a) Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya bahasa yang ditulis lengkap dan sesuai dengan EYD (Ejaan Yang Disempurnakan). Gaya bahasa resmi biasanya digunakan dalam acara resmi (*formal*). Contoh yang

---

<sup>31</sup> Sulistyarini and Zainal.56.

<sup>32</sup> Susiati, "Gaya Bahasa Secara Umum Dan Gaya Bahasa Pembungkus Pikiran: Stilistika," *Universitas Iqra Buru*, 2020, 11.

menggunakan gaya bahasa resmi yaitu undang-undang, berita negara, tajuk rencana, dan lain-lain.

b) Gaya Bahasa Tidak Resmi

Gaya bahasa tidak resmi merupakan gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar, dimana bahasa tersebut digunakan dalam acara yang tidak resmi (*non formal*). Gaya ini biasanya digunakan untuk menulis sebuah karya tulis, seperti buku, artikel, dalam perkuliahan, dan lain-lain.

c) Gaya Bahasa Percakapan

Gaya bahasa percakapan merupakan gaya bahasa yang biasa digunakan dalam sebuah percakapan. Dalam gaya ini, pilihan katanya adalah kata kata yang populer dalam sering digunakan dalam sebuah percakapan. Contoh yang menggunakan gaya bahasa resmi yaitu diskusi.<sup>33</sup>

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

a) Gaya Sederhana

Gaya sederhana digunakan untuk memberi instruksi, perintah, perkuliahan, dan lain-lain. Gaya ini, cocok digunakan untuk menyatakan fakta dan pembuktiannya. Dalam gaya bahasa sederhana tidak diperlukan sebuah emosi.

b) Gaya Mulia dan Bertenaga

Gaya mulia dan bertenaga merupakan gaya bahasa yang menggunakan penekanan nada dan melibatkan emosi. Gaya ini biasanya digunakan oleh ahli-ahli pidato.

c) Gaya Menengah

Gaya menengah adalah gaya bahasa yang dapat menimbulkan rasa

---

<sup>33</sup> Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010). 117.

senang dan rasa damai, sebab nada bahasa yang digunakan bersifat lembut, kalem dan penuh kasih sayang.<sup>34</sup>

### 3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

- a) Klimaks merupakan gaya bahasa yang semakin lama semakin meningkat ke dalam inti utama. Misalnya, Bersama dengan kegiatan ini, semoga dapat memberikan hasil yang terbaik dalam perusahaan kita.
- b) Antiklimaks merupakan gaya bahasa dari inti utama memudar ke dalam penjabaran. Misalnya, Bendera merah putih merupakan bendera negara kita tercinta.
- c) Paralelisme merupakan gaya bahasa yang memiliki makna dan fungsi yang sama dalam satu kalimat namun kata yang digunakan berbeda. Misalnya, hati terasa tenang dan damai setelah merelakannya.
- d) Antitesis merupakan gaya bahasa yang memiliki gagasan bertentangan dengan kenyataannya dan berlawanan. Misalnya, terlihat bahagia padahal dalam hatinya menangis.
- e) Repetisi merupakan pengulangan kata. Repetisi memiliki 8 jenis, yaitu
  1. Epizeuksis merupakan pengulangan secara berturut-turut. Misalnya, saya suka, suka, suka, dan suka sekali dengan lemon.
  2. Tautotes merupakan pengulangan kata dalam sebuah konstruksi. Misalnya, aku tampar kau, kau tampar aku, kau dan aku menjadi seteru.
  3. Anafora merupakan pengulangan kata pada setiap kalimat pertama. Misalnya, setelah mandi aku ke pasar, setelah itu ke rumahmu, setelah itu mengantar ibu.

---

<sup>34</sup> Gorys Keraf. 121.

4. Epistrofa merupakan pengulangan kata pada setiap kalimat terakhir. Misalnya kau teriak ku terima. Kau pukul ku terima. Semuanya ku terima.
5. Simploke merupakan pengulangan kata di awal dan akhir kalimat. Misalnya, kau bilang aku brengsek, terserah padamu. Kau bilang aku hina, terserah padamu. Kau bilang aku pecundang terserah padamu.
6. Mesodiplosis merupakan pengulangan kata dalam pertengahan baris atau kalimat beruntun. Misalnya anak kecil jangan banyak jajan. Kalau sakit jangan minum es. Tidur siang jangan banyak bermain.
7. Epanalepsis merupakan pengulangan kata awal dan akhir. Misalnya, ku berikan semua milikku, apa yang harus kuberikan.<sup>35</sup>
8. Anadiplosis merupakan pengulangan kata awal dan terakhir yang kemudian digunakan sebagai kata pertama. Misalnya, dalam guci ada kendi, dalam kendi ada botol, dalam botol ternyata kosong.<sup>36</sup>

b. Gaya Bahasa Berdasarkan Makna

- a) Aliterasi merupakan gaya bahasa dengan pengulangan bunyi konsonan. Misalnya luka lama muncul lagi.
- b) Asonansi merupakan gaya bahasa dengan pengulangan bunyi vokal. Misalnya ini gula tumpah siapa pelakunya.
- c) Anastrof merupakan pembalikan susunan kata dalam sebuah kalimat. Misalnya, jatuh dari sepeda, orang-orang melihatku.
- d) Apofasis/preterisio merupakan bentuk penegasan namun juga penyangkalan. Misalnya, saya tidak mau mengatakannya, tapi saya tidak suka dengan apa yang anda bicarakan.

---

<sup>35</sup> Gorys Keraf. 127.

<sup>36</sup> Gorys Keraf. 129.

- e) Apostrof merupakan pengalihan pesan kepada sesuatu yang tidak ada tau benda. Misalnya angin, bisakah kau turunkan hujan.
- f) Elipsis merupakan gaya bahasa yang menghilangkan unsur kalimat dengan tujuan agar kalimat yang hilang diisi sendiri oleh pembaca. Misalnya, dari segi fisik kau terlihat sehat, tetapi psikis....
- g) Litotes merupakan gaya bahasa yang digunakan untuk merendahkan diri. Misalnya, kedudukan saya bukan apa-apa.
- h) Histeron Proteron merupakan gaya bahasa yang berupa kebalikan dari sesuatu yang wajar. Misalnya, kereta itu melaju cepat karena ditarik oleh kuda di depannya.
- i) Tautologi merupakan penggunaan kata yang berlebihan. Misalnya, saya telah melihatnya dengan mata saya sendiri.
- j) Perifrasis merupakan penggunaan kata yang berlebihan adahal bisa diganti dengan satu kata. Misalnya, ia telah beristirahat dengan damai (mati).
- k) Retoris merupakan gaya bahasa yang berbentuk pertanyaan. Misalnya apakah rakyat yang harus menanggung semua kesalahan korutor?
- l) Hiperbola merupakan gaya bahasa yang melebih-lebihkan sesuatu. Misalnya, ibunya menangis darah karena tahu bahwa anaknya sedang sekarat.
- m) Paradoks merupakan gaya bahasa yang mengandung pertentangan dengan kenyataan yang ada. Misalnya, dia mati kelaparan di tengah-tengah harta yang berlimpah.<sup>37</sup>

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

---

<sup>37</sup> Gorys Keraf. 129.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan pustaka yang menggunakan buku dan literatur-literatur lainnya sebagai obyek utama. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen sehingga peneliti harus memiliki wawasan dan pengetahuan teori sebagai bekal agar mampu menganalisis dan menggambarkan sebuah fenomena. Studi kasus penelitian ini merupakan akun media sosial Twitter @Moccacinorigin.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode ini akan memberikan gambaran dan keterangan yang jelas, sistematis, analisis, dan kritis. Pendekatan kualitatif yang didasarkan pada langkah awal yang ditempuh dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, kemudian dilakukan klasifikasi dan deskripsi.<sup>38</sup>

## 2. Sumber Data

Sumber data berarti dari mana data tersebut diperoleh. Dalam melakukan penelitian, sumber data peneliti ada 2, yaitu berasal dari data primer dan sekunder. Data primer berarti data utama, data primer peneliti berasal dari akun Twitter @Moccacinorigin dan hasil wawancara bersama pemilik akun sebagai pendukung penelitian. Sedangkan untuk data sekunder, berasal dari buku, jurnal, dan website yang terkait dengan penelitian ini.<sup>39</sup>

## 3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya penguraian data. Dalam penelitian ini penguraian data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu pengumpulan data, redaksi data, dan penyajian data. Kemudian data tersebut diuraikan dengan menggunakan teori konstruksi dari Peter L Berger dan Thomas Lukmann. Teori tersebut berupa eksternalisasi, yaitu bentuk pengekspresian diri

---

<sup>38</sup> Galang Surya Gumilang, "METODE PENELITIAN KUALITATIF DALAM BIDANG BIMBINGAN DAN KONSELING," *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016): 145.

<sup>39</sup> (29) 4.

manusia dalam mengrealisasikan dirinya secara terus-menerus, baik secara mental atau fisik. Selanjutnya objektivasi, yaitu hasil yang telah capai dari proses eksternalisasi, baik mental maupun fisik. Terakhir, internalisasi yaitu proses penerimaan atau penafsiran berdasarkan objektivasi.<sup>40</sup>

#### 4. Pengecekan Keabsahan Temuan

Pengecekan keabsahan data menjadi bagian penting dalam proses penelitian agar hasil penelitian memiliki nilai sosial, akademi, dan ilmiah. Adapun teknik keabsahan data yang digunakan peneliti yaitu teknik triangulasi teknik yaitu pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai sumber data yang telah ada. peneliti akan mengecek semua penemuan yang ada kemudian membandingkannya dengan berbagai metode, sumber, atau teori.<sup>41</sup>

#### 5. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Pengumpulan data

Tahap ini meliputi kegiatan mengumpulkan data, baik dari media sosial akun Twitter @Moccacinorigin, atau dari literatur-literatur lainnya.

##### b. Reduksi data

Tahap ini merupakan proses pemilihan data. Dimana peneliti akan memilih data-data yang dibutuhkan dan sesuai dengan arah penelitian peneliti.

##### c. Penyajian data

Tahap ini merupakan proses penyajian data, dimana peneliti mulai menulis dan mengembangkan hasil penemuan berdasarkan teori

##### d. Menarik Kesimpulan

---

<sup>40</sup> Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, 2006. 197.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, cv, 2013).241.



Tahap ini merupakan proses dimana peneliti dapat menjabarkan tentang hasil penelitian yang sudah dilakukan di dalam karya ilmiah.