

**RETORIKA PROFETIK PADA WACANA INFORMATIF
DI AKUN INSTAGRAM @MATANAJWA DAN IMPLIKASI PADA PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA KD. 3.5 MENGIDENTIFIKASI DALAM TEKS EDITORIAL PADA
SMA KELAS XII**

Meilinda Bella Anggraini, Fahrudin Eko Hardiyanto

**Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas
Pekalongan**
meilinda.ba10@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan retorika profetik pada Instagram @matanajwa dan untuk mengidentifikasi implikasi retorika profetik pada pembelajaran Bahasa Indonesia kelas XII SMA. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer data sekunder. Sumber data primer pada penelitian ini berupa data kualitatif yang bersumber dari data postingan Instagram @matanajwa dan data sekunder didapatkan dari buku-buku referensi mengenai komunikasi profetik, retorika, Instagram, dan situs lain yang masih ada kaitannya dengan penelitian ini.. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan teori retorika ethos, pathos, dan logos serta teori profetik nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi. Hasil Penelitian ini: (1) ethos berkaitan dengan kredibilitas seorang pembicara, yaitu Najwa Shihab memiliki kredibilitas atau ethos yang baik sebagai seorang pembicara dengan keahlian personal dan karismanya, (2) pathos berkaitan dengan daya tarik emosional audien yang digunakan pembicara daya tarik emosional yang digunakan berupa compasion, dan (3) logos berkaitan dengan argumen berdasarkan bukti-bukti logis ditunjukkan dengan argumen yang disusun dengan kalimat terstruktur, penggambaran, penataan ide dalam setiap kalimatnya, dan berdasarkan bukti-bukti logis, serta 4) nilai humanisasi berkaitan dengan rasa kemanusiaan berupa saling mengingatkan sesama manusia dan menolong manusia yang mengalami kesusahan, (5) liberasi berkaitan dengan pembebasan signifikan sosial dari kekerasan dan ketidakadilan sosial, dan (6) transendensi berupa adanya rasa syukur dengan mengucap 'masyaallah' dan 'alhamdulillah'

Kata Kunci: retorika profetik, ethos, pathos, logos, humanisasi, transendensi, dan Instagram

ABSTRACT

This study aims to identify the application of prophetic rhetoric on Instagram @matanajwa and to identify the implications of prophetic rhetoric on learning Indonesian grade XII high school. This research is a qualitative descriptive research. The data source used in this study is the primary data source of secondary data. The primary data source in this study is qualitative data sourced from Instagram post data @matanajwa and secondary data obtained from reference books on prophetic communication, rhetoric, Instagram, and other sites that are still related to this study. Data collection techniques in this study used observation and documentation techniques. The collected data will be analyzed using rhetorical theories of ethos, pathos, and logos as well as prophetic theories of humanization, liberation, and transcendence values. Results of this study: (1) ethos is related to the credibility of a speaker, namely Najwa Shihab has credibility or good ethos as a speaker with personal skills and charisma, (2) pathos relates to the emotional appeal of the audience used by the speaker emotional appeal used in the form of compasion, and (3) logos relates to arguments based on logical evidence shown by arguments arranged with structured sentences, drawing, structuring ideas in each sentence, and based on logical evidence, and 4) humanization value related to humanity in the form of reminding each other and helping humans in distress, (5) liberation related to socially significant liberation from violence and social injustice, and (6) transcendence in the form of gratitude saying by 'masyaallah' and 'alhamdulillah'.

Keywords: prophetic rhetoric, ethos, pathos, logos, humanization, transcendence, and Instagram

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang sangat laju menyebabkan adanya perubahan gaya hidup manusia. Manusia memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat elektronik. Rogers (dalam Sulisti, 2021:14) memaparkan bahwa peran teknologi membawa manusia ke

era saat ini, yaitu era digital yang memiliki empat fase perkembangan komunikasi manusia dan saat ini berada difase Interactive Communication Era, melalui dua media yang berbeda.

Media sosial merupakan sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan. Media sosial memungkinkan para penggunanya untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat), dalam konteks yang beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi. Media sosial diciptakan sebagai wadah bagi para penggunanya untuk saling berkomunikasi, bertukar informasi, berbagi, dan berpartisipasi secara daring melalui jejaring virtual dengan lebih mudah dan cepat.

Instagram merupakan salah satu contoh bentuk media sosial yang populer diberbagai kalangan. Aplikasi daring yang dapat dengan mudah diakses kapan saja, Instagram memiliki banyak pengguna di seluruh dunia. Instagram dijadikan sebagai media tempat berinteraksi antar pengguna, media hiburan, mencari referensi, branding, dan berbisnis. Instagram @matanajwa merupakan akun yang membagikan informasi dan berita secara kritis sesuai dengan sudut pandang mereka. Informasi dan berita tersebut dibagikan melalui sebuah postingan di akun instagram @matanajwa. Akun Instagram @matanajwa memiliki 4,3 juta pengikut berarti banyak pengguna Instagram yang menyukai dan tidak ingin tertinggal unggahan baru akun Instagram @matanajwa. Ada 7.369 postingan yang diunggah di akun Instagram @matanajwa, setiap postingannya mendapatkan banyak like dan komentar dari pengguna Instagram lain. Beberapa postingan Instagram @matanajwa memuat nilai-nilai profetik, yaitu nilai humanisasi, nilai liberasi, dan nilai transendensi.

Nilai profetik merupakan nilai kenabian atau suatu sifat, perilaku, perkataan yang ada pada diri nabi. Nilai profetik dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari atau kehidupan sosial. Kuntowijoy (2001:365) berpendapat bahwa terdapat tiga unsur nilai yang terkandung dalam kajian profetik, yaitu adanya nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi. Nilai-nilai profetik dapat mencerminkan proses pendidikan dengan klasifikasinya, yaitu nilai humanisasi mampu mengembangkan rasa kepedulian terhadap sosial, liberasi merupakan pendidikan akal pikiran, dan transendensi merupakan kesadaran ketuhanan.

Retorika merupakan kemampuan dalam berkomunikasi dengan bahasa yang menjadi unsur utamanya. Retorika dalam artian luas memuat penggunaan bahasa baik secara lisan maupun tulisan. Keragaman bahasa ada pada dalam kegiatan berkomunikasi. Pesan dapat diketahui, dipahami, dan dapat diterima oleh komunikan merupakan tujuan utama penyampaian pesan. Retorika digunakan untuk memilih ungkapan yang dipandang paling cocok agar tidak ada kesalahpahaman dan kesalahpengertian antara komunikator dan komunikan.

Penelitian tentang retorika profetik masih jarang diteliti oleh peneliti lain hal ini menjadi alasan peneliti meneliti penelitian retorika profetik di Instagram. Retorika profetik yang dianalisis pada penelitian ini difokuskan pada postingan Instagram @matanajwa terutama pada postingan yang mengandung nilai-nilai profetik. Postingan Instagram @matanajwa akan dianalisis melalui kajian retorika profetik, yaitu ethos, pathos, dan logos serta melalui kajian profetik, yaitu nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi. Retorika profetik dapat dikaitkan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA kelas XII. Pembelajaran Bahasa Indonesia yang sesuai dengan retorika profetik penelitian ini, yaitu KD. 3.5 "Mengidentifikasi dalam teks editorial". Pembelajaran dalam KD. (3.5) diharapkan peserta didik dapat menemukan pendapat, alternatif solusi, dan simpulan informasi-informasi penting, dan ragam informasi sebagai bahan teks editorial. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai panduan peserta didik dan pendidik dalam pemilihan bahasa pada saat berpendapat atau saat menyampaikan informasi agar isi yang disampaikan mudah dipahami dan tidak asal berbicara dalam berargumen menanggapi suatu isu.

Berdasarkan penjelasan dan persoalan pada latar belakang yang telah penulis paparkan, berikut rumusan masalah yang akan dianalisis: (1) bagaimana nilai-nilai retorika profetik pada wacana informatif di Instagram @matanajwa? (2) bagaimana implikasi retorika profetik dalam wacana informatif di akun instagram @matanajwa pada pembelajaran Bahasa Indonesia kelas XII SMA?.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk: (1) mengidentifikasi nilai-nilai retorika profetik pada wacana informatif di Instagram @matanajwa, (2) mengidentifikasi implikasi retorika profetik pada wacana informatif di akun instagram @matanajwa pada pembelajaran Bahasa Indonesia kelas XII SMA.

Menurut Keraf (2010: 3), retorika yaitu teknik penggunaan bahasa oleh seseorang baik secara tulisan maupun lisan dengan diimbangi sebuah pengetahuan yang tersusun dengan baik. Retorika didefinisikan sebagai cabang dari dialektika yang membahas tentang kemampuan berbahasa dalam argumen. Menurut Hardiyanto (2019:59) masyarakat merupakan penutur bahasa yang beragam. Keragaman bahasa disebabkan oleh perkembangan masyarakat di berbagai aspek kehidupan, salah satunya perkembangan iptek (ilmu pengetahuan dan teknologi) yang semakin maju menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan perkembangan bahasa.

Ada tiga aspek pendekatan dalam dasar pemikiran retorika menurut Aristoteles yang bertujuan untuk mempersuasi audiens, yaitu (1) ethos, (2) pathos dan (3) logos. Ethos merupakan sebuah kredibilitas, seorang individu yang mendapatkan hak berbicara dengan berlandaskan pada kompetensi, kelayakan, dan dinamis itu merupakan suatu kredibilitas. Pathos merupakan bukti bentuk emosional dari pendengar atau audien. Logos atau sering disebut dengan kumpulan bukti logis. Logos harus berdasarkan pada sebuah argumen dan bukti yang rasional.

Menurut Mahfudz (2021:24) profetik berasal dari bahasa Yunani dari kata dasar "prophet" yang berarti nabi dan "prophetes" yang berarti juru bicara dapat juga berarti orang yang berbicara masa depan. Definisi profetik adalah mempunyai sifat atau ciri seperti nabi atau segala sesuatu yang berhubungan dengan seseorang yang mendapatkan potensi kenabian. Hak (2022:17) berpendapat bahwa ada tiga nilai penting dalam ilmu sosial politik yang menjadi unsur pembentuk paradigma profetik, yaitu (1) nilai humanisasi, (2) nilai liberasi, dan (3) nilai transendensi. Humanisasi adalah sebuah proses pemanusiawian manusia dengan tujuan untuk memanusiaikan manusia (mengangkat derajat manusia). Liberasi dapat diartikan sebagai pembebasan dengan konotasi yang memiliki signifikansi sosial. Transendensi merupakan bentuk kesadaran yang membawa manusia untuk beriman kepada Tuhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai retorika profetik pada wacana informatif di akun Instagram @matanajwa dan implikasi pada pembelajaran bahasa Indonesia kelas 3.5 mengidentifikasi dalam teks editorial pada SMA kelas XII ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini berupa rangkaian kata-kata dan bukan berupa data angka. Pengumpulan data penelitian kualitatif ini dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melakukan observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini sendiri bertujuan untuk meneliti retorika profetik yang terdapat pada postingan Instagram @matanajwa. Dianalisis menggunakan teori retorika ethos, pathos, dan logos serta nilai-nilai sosial profetik yang mempunyai tiga nilai dasar yaitu humanisasi (kemanusiaan), liberasi (pembebasan), dan transendensi (ketuhanan) sebagai poin untuk menganalisis subjek penelitian. Penelitian ini berupa teks. Penelitian retorika profetik ini untuk memahami teori retorika dan nilai profetik pada postingan Instagram @matanajwa. Penelitian ini difokuskan pada postingan Instagram @matanajwa yang memuat nilai profetik.

Sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Sumber data primer pada penelitian ini berupa data kualitatif yang bersumber dari data postingan Instagram @matanajwa.
2. Sumber data sekunder menjadi data pelengkap dalam penelitian ini. Sumber data sekunder didapatkan dari buku-buku referensi mengenai komunikasi profetik, retorika, Instagram, dan situs lain yang masih ada kaitannya dengan penelitian ini.

Peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu, sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati situasi dan kondisi yang berkaitan dengan objek yang penelitian.

2. Data yang diperoleh dari dokumentasi berupa tangkap layar dari video reels Instagram @matanajwa yang memuat retorika profetik. Dialog dalam reels tersebut akan diubah menjadi teks kemudian akan dianalisis dan dicocokkan dengan teori yang berkesinambungan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif interpretatif, yang mana teknik tersebut dilakukan dengan menguraikan data yang akan diteliti berdasarkan teori-teori terkait. Teknik analisis data tersebut dilakukan dengan langkah-langkah: (1) reduksi data, (2) penyajian data, (3) analisis data, dan (4) penarikan simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan objek, yaitu Instagram dengan nama akun @matanajwa. Penyajian data dan analisis data dalam penelitian ini akan menjawab permasalahan yang menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini. Berikut merupakan analisis pembahasan dari penelitian ini.

1. Penerapan retorika profetik pada Instagram @matanajwa.



Gambar 1. Postingan reels Instagram @matanajwa

Gambar 1 merupakan postingan reels akun Instagram @matanajwa yang berupa reels dengan judul *KDRT Bukan Urusan Privat, tapi Urusan Negara*. Narasi pada reels tersebut sebagai berikut.

“KDRT itu (kasus) yang paling tinggi pengaduannya. Kekerasan dalam rumah tangga itu salah satu kasus yang selalu paling banyak terjadi dan dilaporkan. Dan laporan itu selalu terjadi seperti gunung es. Jadi yang dilaporkan tidak sebanding dengan apa yang sesungguhnya terjadi di publik, jadi ini masalah serius. Kalau kita bicara apa tantangan perempuan di Indonesia hari-hari ini, nomor satunya itu soal kekerasan.

Termasuk di dalamnya kekerasan dalam rumah tangga. Belum lagi kultur di Indonesia tuh terkadang kalau urusan rumah tangga itu dianggapnya urusan internal. Jadi kalau perempuan yang mau lapor atau cerita ke orang itu tuh kalau bukan cerita ke orang yang tepat reaksinya tuh malah membuat dia ciut. Ada yang bilang kalau enggak disalahin, jadi yang disalahin justru korbannya atau ada yang bilang “udah diem aja nurut aja sama suami, lu kalau enggak nurut masuk neraka nanti.” Bener loh reaksi-reaksi yang terkadang diberikan oleh orang yang diceritakan itu tuh malah bikin si korban jadi merasa tambah bersalah. Kemudian, ada orang yang menganggap ini tuh urusan personal. Padahal kekerasan dalam rumah tangga itu urusan negara. Bukan urusan privat, udah ada undang-undangnya kok udah sejak 18 tahun yang lalu. Undang-undang penghapusan kekerasan dalam rumah tangga. Ini urusan negara, kewajiban kita. Artinya kalau lu ngelihat ada tetangga yang dikerasin sama suaminya atau pasangannya, lu wajib ngelapor. Iya, karena harus melindungi korban.”



Gambar 2. Caption atau Keterangan Postingan Instagram @matanajwa



Gambar 3. Komentar Postingan Instagram @matanajwa

Hasil analisis retorika profetik yang ada pada reels Instagram @matanajwa dengan judul *KDRT Bukan Urusan Privat, tapi Urusan Negara* sesuai dengan nilai-nilai profetik sebagai berikut.

Table 1. Analisis Data

Nilai profetik	Kutipan teks	Analisis
Humanisasi	"... Bukan urusan privat, udah ada undang-undangnya kok udah sejak 18 tahun yang lalu. Undang-undang penghapusan kekerasan dalam rumah tangga."	Narasi tersebut termasuk kedalam nilai humanisasi karena pemerintah membuat undang-undang penghapusan kekerasan dalam rumah tangga. Pembuatan UU penghapusan kekerasan dalam rumah tangga merupakan salah satu bentuk memanusiakan manusia.
Liberasi	"Bukan urusan privat, udah ada undang-undangnya kok udah sejak 18 tahun yang lalu. Undang-undang penghapusan kekerasan dalam rumah tangga. Ini urusan negara, kewajiban kita. Artinya, kalau lu ngelihat ada tetangga yang dikerasin sama suaminya atau pasangannya, lu wajib ngelapor. Iya karena harus melindungi korban."	Narasi tersebut menunjukkan perilaku kepedulian terhadap korban kekerasan yang sesuai dengan nilai liberasi. Kutipan narasi tersebut menekankan bahwa jika kita melihat seseorang yang mengalami kekerasan dalam rumah tangga, sebagai orang yang berada di sekitar korban harus melapor dan membantu melindungi korban dari tindak kekerasan.
Transendensi	"udah diem aja nurut aja sama suami, lu kalau enggak nurut masuk neraka nanti."	Ungkapan tersebut merupakan bentuk kesadaran yang membawa manusia beriman kepada Allah dengan mengingatkan seseorang tentang surga dan neraka. Saling mengingatkan manusia itu suatu kegiatan berpahala yang disukai Allah dan Rasul.

Kalimat "*lu ngelihat ada tetangga yang dikerasin sama suaminya atau pasangannya, lu wajib ngelapor*" kalimat tersebut mengedepankan ethos atau karakter baik pembicara yang menunjukkan niat baik dan kepedulian pembicara terhadap tindak kekerasan dalam rumah tangga.

Postingan tersebut berhasil mempersuasi seseorang lewat emosional dengan *compassion* atau rasa kasihan terhadap wanita yang dipukuli atau yang mengalami kekerasan. Dilihat dari komentar @lestia_rahma "*Kalo korban malah lembali ke pelaku, kita sebagai tetangga harus gimana mbak? Sedangkan pas si korban di aniaya dia nangis-nangis minta tolong, tapi pas ditolongin pada akhirnya korban kembali rujuk lagi malah punya anak lagi.*"

Pembicara pada reels tersebut adalah Najwa Shihab, yang diketahui semua orang bahwa argumen atau statement yang beliau lontarkan pasti memiliki dasar yang kuat dan juga pengetahuan yang memadai. Najwa Shihab mengungkapkan argumennya dengan penalaran logis yang menggabungkan kalimat terstruktur, penggambaran, penataan ide dalam setiap kalimatnya dan penarikan simpulan dari bukti-bukti yang dipaparkan. Itu merupakan penerapan logos.

Caption pada *reels* tersebut digunakan untuk menunjukkan bahwa pembicaraan dalam *reels* tersebut memiliki dasar yang kuat bukan hanya pembicaraan omong kosong atau bual yang tidak memiliki dasar. Pembicaraan pada *reels* tersebut dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Postingan reel Instagram @matanajwa dengan judul KDRT Bukan Urusan Privat, tapi Urusan Negara mendapatkan banyak respon dari followers-nya. Salah satunya komentar akun @lestia_rahma. komentar akun Instagram @lestia_rahma merupakan bentuk emosional seseorang pembaca terhadap postingan Instagram @matanajwa. Postingan tersebut berhasil mempersuasi seseorang lewat emosional dengan compassion atau rasa kasihan terhadap wanita yang dipukuli atau yang mengalami kekerasan.



Gambar 4. Postingan Instagram @matanajwa

Gambar 4 merupakan postingan akun Instagram @matanajwa yang berupa *reels* dengan judul *Harapan Tulus untuk pendengar lagu 'Diri' Percakapan pada reels tersebut sebagai berikut.*

Tulus (bernyanyi) *"Kau terlalu berharga untuk luka katakan pada dirimu semuanya baik-baik saja"*

Najwa Shihab *"Denger gitu aja udah mau nangis. Melow"*

Tulus *"Jangan dong"*

Najwa Shihab *"Ketika menyanyi diatas panggung menyanyikan lagu itu, terlihat betapa ribuan penonton ikut larut dan menyanyikan lagu itu. Itu rasanya gimana?"*

Tulus *"Rasanya... bersyukur dan kalau berharap tuh termasuk rasa kan. Iya, saya sih berharap lagu itu bisa tumbuh besar dihati teman-teman, ya. Pada saat teman-teman mendengarkan lagunya di presentasikan itu bisa kasih dampak baik buat hidup teman masing-masing yang datang nonton. Dan kalau mengetahui seperti itu pasti saya sebagai orang yang dititipi kemampuan untuk bisa nulis lirik itu seneng..."*



Gambar 5. Caption atau Keterangan Postingan Instagram @matanajwa



Gambar 6. Komentar Postingan Instagram @matanajwa

Hasil analisis retorika profetik yang ada pada reels Instagram @matanajwa dengan judul Harapan Tulus untuk pendengar lagu ‘Diri’ sesuai dengan nilai-nilai profetik sebagai berikut.

Table 2. Analisis Data

Nilai profetik	Kutipan teks	Analisis
Humanisasi	“...Pada saat teman-teman mendengarkan lagunya di presentasikan itu bisa kasih dampak baik buat hidup teman masing-masing yang datang nonton...”	Secara tersirat Tulus berharap agar para pendengar lagunya dapat mencintai dan menyayangi diri sendiri. Mengingat orang lain untuk self love merupakan suatu bentuk kasih sayang terhadap orang lain itu termasuk

		suatu proses humanisasi atau memanusiakan manusia.
Liberasi	-	-
Transendensi	“Rasanya... bersyukur dan kalau berharap tuh termasuk rasa kan. Iya, saya sih berharap lagu itu bisa tumbuh besar dihati teman-teman, ya.”	Tulus bersyukur atas lagu yang dinyanyikannya itu bisa membuat para penontonnya ikut larut dan menyanyikan lagu yang dipresentasikannya. Bersyukur merupakan wujud terimakasih kepada tuhan.

Ada daya tarik emosional yang digunakan pembicara untuk mempersuasi audien. Penggunaan pathos terdapat pada kalimat “Rasanya... bersyukur dan kalau berharap tuh termasuk rasa kan. Iya, saya sih berharap lagu itu bisa tumbuh besar dihati teman-teman, ya...” kalimat tersebut mengedepankan pathos dengan menggunakan daya tarik emosional yaitu *pride* atau rasa bangga terhadap suatu pencapaian. *Caption* pada *reels* tersebut menegaskan kembali tentang lagu ‘Diri’ dan mendapatkan respon positif dari pengguna Instagram. Dilihat dari komentar Instagram @hanterals yang setuju bahwa lagu ‘Diri’ dari Tulus itu dapat membangkitkan dan memaafkan dari keterpurukan diri sendiri.

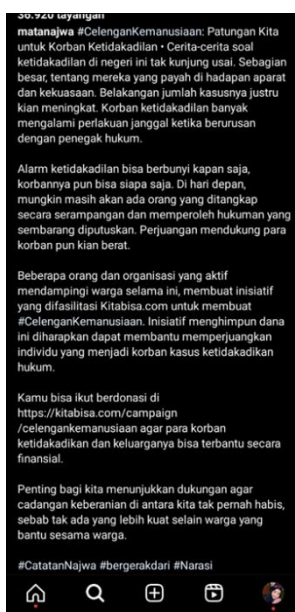


Gambar 7. Postingan Instagram @matanajwa

Gambar 7 merupakan postingan akun Instagram @matanajwa yang berupa reels dengan judul *Patungan Kita Untuk Korban Ketidakadilan*. Narasi pada reels tersebut sebagai berikut.

“Sudah bosankah kamu mendengar cerita-cerita ketidakadilan? Kisah tentang rapuhnya mereka yang papa dihadapan aparat yang berkuasa. Terlalu sering dengar, percuma diangkat, tidak ada habisnya apapun yang kita lakukan. Rasanya justru sikap-sikap itu yang membuat kita kalah berkali-kali. Ketika untuk sekedar mendengar dan peduli tak lagi nyaman dihati, jangan bosan teman-teman kita harus terus membicarakannya sebagai perjuangan sekaligus pembuktian. Ketika mendengarnya ada rasa miris, terenyuh, marah, emosi apapun itu artinya kepedulian masih ada. Apalagi, perlakuan aparat yang semena-mena Kembali menjadi sorotan. Kasus ketidakadilan hukum rupanya justru merangkak naik. Rabu malam lalu, mata najwa mengangkat topik ‘hukuman suka-suka’. Iya, itu topik yang sudah kesekian

kalinya diangkat. Saya mengundang dan mendengar cerita-cerita para korban yang mengalami perlakuan janggal saat berurusan dengan penegak hukum itu hanya sebagian kecil saja tapi tergambar betapa korban-korban ketidakadilan ini tersebar diberbagai tempat dari desa hingga kota juga dari berbagai kalangan. Artinya, siapapun bisa jadi korban berikutnya. Dan tiap kali ada yang ditangkap serampangan, tiap kali ada hukuman yang salah diputuskan kita tau ada kepala keluarga atau pemimpin masyarakat yang kehilangan waktu dan tenaganya. Ada anak atau kerabat yang kehilangan sosok-sosok yang menghidupi mereka selama beberapa waktu jika bukan malah selamanya. Dibagian akhir episode mata najwa itu muncul inisiasi program celengan kemanusiaan. Inisiatif ini datang dari sejumlah teman yang saya kenal baik, juga beberapa organisasi yang selama ini aktif mendampingi warga. Lewat kitabisa.com inisiatif ini diharapkan dapat menghimpun dana dari publik untuk membantu yang menjadi korban ketidakadilan saat memperjuangkan hak-haknya. Kenapa celengan karena gerakan ini tidak dikhususkan dari kasus per kasus tapi tabungan untuk korban serupa di masa depan. Sebaran kasus yang kian meresahkan buat alarm yang bisa menyala kapan saja. Perlu adanya dana yang siap sedia bersifat abadi untuk digunakan secara berkelanjutan. Dan alhamdulillah belum juga 24 jam ribuan orang sudah memberikan donasinya.”



Gambar 8. Caption Postingan Instagram @matanajwa



Gambar 9 Komentar Postingan Instagram @matanajwa

Hasil analisis retorika profetik yang ada pada reels Instagram @matanajwa dengan judul *Patungan Kita Untuk Korban Ketidakadilan* sesuai dengan nilai profetik sebagai berikut.

Table 3 Analisis Data

Nilai profetik	Kutipan teks	Analisis
Humanisasi	“Dibagian akhir episode mata najwa itu muncul inisiasi program celengan kemanusiaan. Inisiatif ini datang dari sejumlah teman yang saya kenal baik juga beberapa organisasi yang selama ini aktif mendampingi warga.”	Kutipan tersebut menunjukkan adanya rasa empati terhadap sesama manusia dengan munculnya inisiatif celengan kemanusiaan untuk membantu korban yang mengalami ketidakadilan hukum dihadapan aparat. Inisiatif tersebut masuk kedalam nilai profetik humanisasi karena memanusiakan manusia.
Liberasi	“Kenapa celengan karena gerakan ini tidak dikhususkan dari kasus per kasus tapi tabungan untuk korban serupan di masa depan. Sebaran kasus yang kian meresahkan buat alarm yang bisa menyala kapan saja. Perlu adanya dana yang siap sedia bersifat abadi untuk digunakan secara berkelanjutan.”	Dari kutipan tersebut memuat nilai profetik liberasi. Inisiatif celengan kemanusiaan menunjukkan sikap yang ingin membebaskan manusia dari ketidakadilan hukum dengan melakukan donasi lewat celengan kemanusiaan.
Transendensi	“Dan alhamdulillah belum juga 24 jam ribuan orang sudah memberikan donasinya.”	Mengucap ‘alhamdulillah’ merupakan bentuk syukur kepada Tuhan atas pemberian nikmat Tuhan.

Caption pada reels *Patungan Kita Untuk Korban Ketidakadilan* menegaskan dan meyakinkan pendengar reels untuk berdonasi kepada korban ketidakadilan hukum karena donasi tersebut dapat membantu korban dan keluarganya secara finansial.

Reels tersebut menerapkan teori retorika, yaitu ethos, pathos, dan logos. Najwa Shihab sebagai pembicara memiliki ethos yang baik dengan keahlian personal dan karisma. Ethos atau kredibilitas didapat karena adanya hak untuk berbicara. Dilihat dari respon Pengguna Instagram pada komentar postingan reels *Patungan Kita Untuk Korban Ketidakadilan* Najwa Shihab menggunakan daya tarik compassion atau rasa kasihan terhadap korban ketidakadilan hukum. Penerapan teori retorika logos ditunjukkan dengan ungkapan argumen dan pernyataan Najwa Shihab yang menggunakan penalaran logis, menggabungkan kalimat terstruktur dan adanya penataan ide dalam setiap kalimat yang diucapkan. Dilihat dari respon pendengar reels Instagram @matnajwa inti dari narasi tersebut dapat diterima oleh audien atau pendengar.

2. Implikasi pada pembelajaran Bahasa Indonesia KD 3.5 mengidentifikasi teks editorial pada Kelas XII SMA

Pembelajaran Bahasa Indonesia pada KD 3.5 memiliki enam indikator sebagai berikut.

- 3.5.1 Menentukan informasi pendapat terhadap suatu isu dalam teks editorial
- 3.5.2 Menentukan informasi alternatif solusi dalam teks editorial
- 3.5.3 Menentukan informasi simpulan terhadap suatu isu dalam teks editorial
- 3.5.4 Mendeskripsikan suatu pendapat atau isu dalam teks editorial
- 3.5.5 Mendeskripsikan informasi alternatif solusi terhadap suatu isu dalam teks editorial
- 3.5.6 Mendeskripsikan informasi simpulan terhadap suatu isu dalam teks editorial

Indikator 3.5.1 menentukan informasi pendapat terhadap suatu isu dalam teks editorial. "*Padahal kekerasan dalam rumah tangga itu urusan negara. Bukan urusan privat, udah ada undang-undangnya kok udah sejak 18 tahun yang lalu. Undang-undang penghapusan kekerasan dalam rumah tangga.*" Kutipan narasi tersebut memuat informasi pendapat.

Indikator 3.5.2 menentukan informasi alternatif solusi dalam teks editorial. Terdapat alternatif solusi pada kutipan berikut "*Artinya kalau lu ngelihat ada tetangga yang dikerasin sama suaminya atau pasangannya, lu wajib ngelapor. Iya, karena harus melindungi korban*"

Implikasi penerapan pembelajaran Bahasa Indonesia pada kompetensi dasar 3.5 mengidentifikasi teks editorial di SMA kelas XII. Narasi penelitian ini dapat dikaitkan kedalam enam indikator pada kompetensi dasar 3.5 mengidentifikasi teks editorial pada kelas XII SMA seperti menentukan informasi pendapat terhadap suatu isu, menentukan alternatif solusi dalam teks editorial, menentukan informasi simpulan terhadap suatu isu dalam teks editorial, mendeskripsikan suatu pendapat, mendeskripsikan alternatif solusi terhadap suatu isu, dan mendeskripsikan. Membantu para pendidik dan peserta didik dalam pembelajaran teks editorial.

SIMPULAN

Simpulan yang didapat pada penelitian ini adalah terdapat retorika profetik dalam postingan Instagram @matanajwa. Penerapan retorika profetik pada postingan Instagram @matanajwa melalui tiga jenis teori retorika, yaitu etho, pathos dan logos serta melalui tiga nilai sosial profetik, yaitu nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi. Penggunaan retorika profetik dapat diterapkan dalam media sosial.

Penelitian ini dapat di implikasikan penerapan pembelajaran Bahasa Indonesia pada kompetensi dasar 3.5 mengidentifikasi teks editorial di SMA kelas XII. Hasil analisis penelitian ini dapat menjadi acuan pendidik dan peserta didik dalam pembelajaran teks editorial. Analisis data ini sesuai dengan pembelajaran teks editorial dan dapat dikaitkan ke dalam setiap indikator pada kompetensi dasar 3.5 mengidentifikasi teks editorial. Memudahkan pendidik dan peserta didik dalam berpendapat terkait isu dalam teks editorial, menentukan alternatif solusi, mendeskripsikan isu dalam teks editorial, dan menentukan simpulan pendapat dalam teks editorial.

REFERENSI

- Marta, I. Nengah. *Retorika dan Penggunaannya dalam Berbagai Bidang. Prasi: Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajarannya*, 2010, 6.12.
- Putri, D. M. (2017). *Analisis Retorika Pada Pembentukan Personal Branding Sandiaga Uno Sebagai Pemimpin Publik Pilkada 2017*.
- Ridho, A. R., & Hariyadi, M. (2021). *Reformulasi Etika Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik dalam Al-qur'an*. *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 13(1), 53-78.

- Warbain, N. (2020). *Implementasi Nilai-nilai Sosial Profetik dalam Realitas Dakwah Film Makmum* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Kuntowijoyo. 2006. *Maklumat Sastra Profetik*. Yogyakarta: Grafindo Litera Media.
- Laila, Ida. 2019. *Retorika Pengisi Suara dalam Acara Redaksiana dan Pemanfaatannya sebagai Alternatif Materi Pembelajaran Teks Berita di SMP*. Skripsi. Universitas Jember. (<https://repository.unej.ac.id>), diakses pada 27 Desember 2020.
- Sulisti, E. M. (2021). *Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama Di Instagram* (Doctoral dissertation, UIN FAS Bengkulu).
- Winarso, Bambang, *Apa itu Instagram?*, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, Akses pada Sabtu 26 September 2020 pukul 14.54 WIB.
- Ni'mah, M. (2021). *Retorika Politik Anies Baswedan Dalam Mengomunikasikan Kebijakan Pandemi Covid-19 Di Dki Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.